



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA TURISMO**

**Título**

**Oferta y Satisfacción del visitante en el Destino Turístico Guano,  
Provincia de Chimborazo**

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciatura en Turismo**

**Autor:**

**Blanca Lizeth Satian Chafla**

**Tutor:**

**Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre**

**Riobamba, Ecuador. 2023**

## DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Blanca Lizeth Satian Chafla con cédula de ciudadanía 0605477751, autor (a) del trabajo de investigación titulado: Oferta y Satisfacción del visitante en el destino Guano, Provincia de Chimborazo, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 15 de mayo del 2024.



---

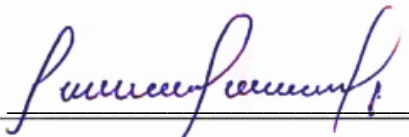
Blanca Lizeth Satian Chafla

C.I:0605477751

## **DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR**

Quien suscribe, Paula Elizabeth Moreno Aguirre catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: Oferta y Satisfacción del visitante en el desino Guano, provincia de Chimborazo bajo la autoría de Satian Chafla Blanca Lizeth; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 15 días del mes de mayo del 2024



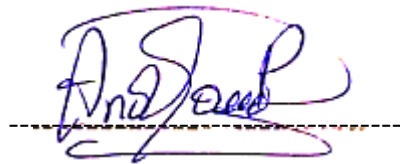
Mgs. Paula Moreno

## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

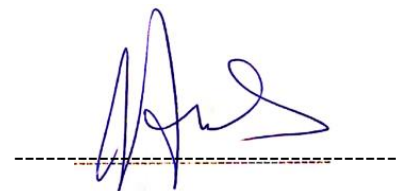
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Oferta y satisfacción del visitante en desino Guano, provincia de Chimborazo por Satian Chafla Blanca Lizeth, con cédula de identidad número 0605477751, bajo la tutoría de Mg. Paula Elizabeth Moreno Aguirre; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 15 de mayo del 2024

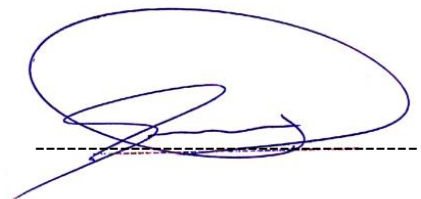
Mgs. Andrea Garrido  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Mgs. Daniel Guerrero  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Mgs. Renato Herrera  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**

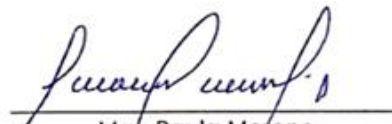




# CERTIFICACIÓN

Que, **SATIAN CHAFLA BLANCA LIZETH** con CC: **0605477751** estudiante de la Carrera **TURISMO** Facultad de **CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado " **OFERTA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE EN EL DESTINO GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**", cumple con el 10%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN** porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 30 de abril de 2024

  
Mg. Paula Mofeno  
TUTOR(A)

## **DEDICATORIA**

Dedico este logro a Dios  
por permitirme terminar  
una etapa más en mi vida.

A mis Padres y  
Hermanas/os por ser  
pilares fundamentales para  
lograr cada meta  
planteada.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, a mis Padres y Hermanas/os por permitirme ser mejor cada día, por ser mis pilares de vida dándome ese aliento que no permite que me rinda, guiándome en cada paso que doy, a la vida por haber puesto una persona maravillosa en mi vida.

Dios le pague, por tanto.

Los AMO familia.

## ÍNDICE GENERAL

1.	INTRODUCCIÓN.....	20
1.1	Antecedentes .....	20
1.1.1	Oferta.....	20
1.1.2	Satisfacción del Visitante .....	21
1.2	Planteamiento del problema.....	21
1.2.1	Problema General.....	21
1.2.2	Problemas Específicos.....	21
1.3	Justificación .....	22
1.4	Objetivos .....	22
1.4.1	General .....	22
1.4.2	Específicos .....	22
1.5	Hipótesis .....	22
1.5.1	Hipótesis General .....	22
1.5.2	Hipótesis Específicos .....	22
2.	MARCO TEÓRICO .....	24
2.1	Estado del Arte.....	24
2.1.1	Oferta Turística (Variable Independiente) .....	24
2.1.2	Satisfacción del visitante (Variable Dependiente) .....	25
3.	METODOLOGIA.....	28
3.1	Tipo de investigación y diseño de investigación .....	28
3.1.1	Tipo de Investigación .....	28
3.1.2	Diseño de Investigación .....	28
3.2	Técnicas e Instrumentos.....	29



3.2.1	Técnicas.....	29
3.2.2	Instrumentos.....	29
3.3	Unidad de análisis.....	29
3.4	Población de estudio.....	29
3.5	Tamaño de la muestra.....	29
3.6	Confiabilidad de las variables.....	31
3.6.1	Confiabilidad de la Variable Independiente (Oferta).....	31
3.6.2	Confiabilidad de la Variable Dependiente (Satisfacción del Visitante).....	31
3.7	Prueba de la Hipótesis.....	31
3.7.1	Hipótesis General.....	31
3.7.2	Hipótesis Específica 1.....	32
3.7.3	Hipótesis Específica 2.....	33
3.7.4	Hipótesis Específica 3.....	33
3.7.5	Hipótesis Específica 4.....	34
3.7.6	Hipótesis Específica 5.....	35
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	36
4.1	Oferta turística.....	36
4.1.1	Edad.....	36
4.1.2	Género.....	37
4.1.3	En qué condiciones de calidad se encuentran los servicios turísticos ofertados en el destino Guano.....	38
4.1.4	El estado de conservación que se encuentra la planta turística (alojamiento, alimentación, recreación, montaña) del destino Guano.....	39
4.1.5	Valorización del mantenimiento de las facilidades turísticas que posee el destino Guano para ofertar el turismo.....	40

4.1.6	Valoración de las condiciones del manejo de la oferta turística del destino Guano ...	41
4.1.7	Determine el manejo de la comercialización de la oferta turística del destino Guano.	42
4.1.8	Condiciones de manejo del diseño para el crecimiento de la demanda turística en el destino Guano .....	43
4.1.9	Condiciones de protección en las que se encuentran los sitios naturales que oferta el destino Guano .....	44
4.1.10	Estado de manejo del diseño de marketing de las manifestaciones .....	45
4.1.11	Estado de protección de la flora y fauna en el destino Guano.....	46
4.1.12	Estado de mantenimiento de los equipamientos urbanos (servicio de agua, alcantarillado y energía eléctrica) que dispone en el destino Guano .....	47
4.1.13	Estado de mantenimiento en las que se encuentran las vías de acceso (terrestres, redes viales) al destino Guano .....	48
4.1.14	Estado de mantenimiento de las redes de comunicación (servicio de telefonía, correo certificado, internet) que posee el destino Guano.....	49
4.1.15	Determine la planificación y coordinación para el impulso turístico del destino Guano por parte de los organismos públicos y privados .....	50
4.1.16	Determine la participación de instituciones de manera indirecta y directa para el impulso turístico del destino Guano .....	51
4.1.17	Valorización de la planificación de actividades liderada por la dirección de turismo para el impulso turístico del destino Guano .....	52
4.2	Satisfacción del Visitante.....	53
4.2.1	Edad.....	53
4.2.2	Género .....	54
4.2.3	Nivel de Educación .....	54
4.2.4	Permanencia .....	55

4.2.5	Procedencia .....	56
4.2.6	¿Ha estado anteriormente en este Destino?.....	58
4.2.7	¿Recomendaría este Destino?.....	59
4.2.8	El alojamiento dispone de habitaciones adecuadas.....	60
4.2.9	Las instalaciones físicas de las empresas turísticas son visualmente atractivas .....	61
4.2.10	El estado de los elementos de los atractivos y servicios turísticos (mobiliaria, equipamiento, instalaciones, infraestructura, conservación ambiental) .....	62
4.2.11	La infraestructura física de las empresas turísticas está de acuerdo con todo lo ofertado el espacio .....	63
4.2.12	Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano muestran interés por aclarar sus dudas.....	64
4.2.13	Las formas de pago (transferencia bancaria, pago con tarjeta) que usan las empresas turísticas del destino Guano son confiables. ....	65
4.2.14	los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, son amables.....	66
4.2.15	Los trabajadores de las empresas turísticas son eficientes (cumple un trabajo o función a la perfección) .....	67
4.2.16	Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano informan a los clientes el tiempo en el que se concluirá su pedido .....	68
4.2.17	Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, atienden con rapidez a sus clientes.....	69
4.2.18	Los trabajadores de las empresas turísticas siempre están dispuestos ayudar.....	70
4.2.19	Los trabajadores de las empresas turísticas están dispuestos para responder algunas preguntas.....	71
4.2.20	El comportamiento del administrador y trabajadores de las empresas turísticas transmiten confianza .....	73
4.2.21	Proporcionan seguridad dentro de los atractivos y servicios turísticos .....	74

4.2.22	Durante su estancia en el destino Guano se sintió cómodo y seguro .....	75
4.2.23	Los trabajadores de las empresas turísticas le brindan una atención personalizada	75
4.2.24	Los trabajadores de las empresas turísticas comprenden sus necesidades .....	76
4.2.25	Las empresas turísticas tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes	77
4.2.26	Los trabajadores de las empresas turísticas son sensibles y entienden sus emociones .....	78
5.	CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES .....	80
5.1	Conclusiones .....	80
5.2	Recomendaciones .....	80
6.	PROPUESTA .....	81
6.1	Título de propuesta .....	81
6.2	Introducción .....	81
6.3	Objetivos .....	81
6.3.1	Objetivo general .....	81
6.3.2	Objetivos específicos .....	81
6.4	Desarrollo de la propuesta .....	81
6.5	Ruta Histórica .....	82
a)	Selección del Mapa de la zona .....	82
b)	Selección de los sitios históricos .....	82
c)	Diseño de la Ruta Histórica .....	83
6.5	Descripción de los sitios históricos .....	83
6.6	Comercialización .....	86
6.7	Finalidad .....	86
6.8	Evaluar .....	86

6.9	Medir.....	87
6.10	Mejorar.....	88
6.11	Conclusiones.....	88
7.	Bibliografía.....	89
8.	ANEXOS.....	92

### ÍNDICE DE TABLAS.

<b>Tabla 1</b>	Alfa de Cronbach (Variable Independiente).....	31
<b>Tabla 2</b>	Alfa Cronbach (Variable Dependiente) .....	31
<b>Tabla 3</b>	Edad.....	36
<b>Tabla 4</b>	Género .....	37
<b>Tabla 5</b>	En qué condiciones de calidad se encuentran los servicios turísticos ofertados en el destino Guano.....	38
<b>Tabla 6</b>	El estado de conservación que se encuentra la planta turística (alojamiento, alimentación, recreación, montaña) del destino Guano.....	39
<b>Tabla 7</b>	Valorización del mantenimiento de las facilidades turísticas que posee el destino Guano para ofertar el turismo. ....	40
<b>Tabla 8</b>	Valoración de las condiciones del manejo de la oferta turística del destino Guano .....	41
<b>Tabla 9</b>	Determine el manejo de la comercialización de la oferta turística del destino Guano....	42
<b>Tabla 10</b>	Condiciones de manejo del diseño para el crecimiento de la demanda turística en el destino Guano.....	43

<b>Tabla 11</b> Condiciones de protección en las que se encuentran los sitios naturales que oferta el destino Guano .....	44
<b>Tabla 12</b> Estado de manejo del diseño de marketing de las manifestaciones culturales en el destino Guano .....	45
<b>Tabla 13</b> Estado de protección de flora y fauna en el destino Guano.....	46
<b>Tabla 14</b> Estado de mantenimiento de los equipamientos urbanos (servicio de agua, alcantarillado y energía eléctrica) que dispone en el destino Guano.....	47
<b>Tabla 15</b> Estado de mantenimiento en las que se encuentran las vías de acceso (terrestre, redes viales) al destino Guano .....	48
<b>Tabla 16</b> Estado de mantenimiento de las redes de comunicación (servicio de telefonía, correo certificado, internet) que posee el destino Guano.....	49
<b>Tabla 17</b> Determine la planificación y coordinación para el impulso turístico del destino Guano por parte de los organismos públicos y privados .....	50
<b>Tabla 18</b> Determine la participación de instituciones de manera indirecta y directa para el impulso turístico del destino Guano .....	51
<b>Tabla 19</b> Valorización de liderazgo de la dirección de turismo con respecto a la planificación de actividades para el impulso turístico del destino Guano .....	52
<b>Tabla 20</b> Edad.....	53
<b>Tabla 21</b> Género .....	54
<b>Tabla 22</b> Nivel de Educación.....	54
<b>Tabla 23</b> Permanencia .....	55
<b>Tabla 24</b> Procedencia.....	56
<b>Tabla 25</b> ¿Ha estado anteriormente en este Destino? .....	58
<b>Tabla 26</b> ¿Recomendaría este Destino?.....	59
<b>Tabla 27</b> El alojamiento dispone de habitaciones adecuadas .....	60
<b>Tabla 28</b> Las Instalaciones físicas de las empresas turísticas son visualmente atractivas.....	61
<b>Tabla 29</b> El estado de los elementos de los atractivos y servicios turísticos (mobiliaria, equipamiento, instalaciones, infraestructura, conservación ambiental). .....	62
<b>Tabla 30</b> La infraestructura física de las empresas turísticas está de acuerdo con todo lo ofertado el espacio. ....	63

<b>Tabla 31</b> Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano muestran interés por aclarar sus dudas.....	64
<b>Tabla 32</b> Las formas de pago (transferencia bancaria, pagos con tarjeta) que usan las empresas turísticas del destino Guano son confiables.....	65
<b>Tabla 33</b> Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, son amables. ....	66
<b>Tabla 34</b> Los trabajadores de las empresas turísticas son eficientes (cumple un trabajo o función a la perfección). ....	67
<b>Tabla 35</b> Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano informan a los clientes el tiempo en el que se concluirá su pedido. ....	68
<b>Tabla 36</b> Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, atienden con rapidez a sus clientes. ....	69
<b>Tabla 37</b> Los trabajadores de las empresas turísticas siempre están dispuestos ayudar.....	70
<b>Tabla 38</b> Los trabajadores de las empresas turísticas están dispuestos para responder algunas preguntas.....	71
<b>Tabla 39</b> El comportamiento del administrador y trabajadores de las empresas turísticas transmiten confianza.....	73
<b>Tabla 40</b> Proporcionan seguridad dentro de los atractivos y servicios turísticos.....	74
<b>Tabla 41</b> Durante su estancia en el destino Guano se sintió cómodo y seguro. ....	75
<b>Tabla 42</b> Los trabajadores de las empresas turísticas le brindan una atención personalizada.....	75
<b>Tabla 43</b> Los trabajadores de las empresas turísticas comprenden sus necesidades. ....	76
<b>Tabla 44</b> Las empresas turísticas tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.....	77
<b>Tabla 45</b> Los trabajadores de las empresas turísticas son sensibles y entienden sus emociones. ....	78

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Edad .....	36
<b>Figura 2</b> Género.....	37
<b>Figura 3</b> En qué condiciones de calidad se encuentran los servicios turísticos ofertados en el destino Guano.....	38
<b>Figura 4</b> El estado de conservación que se encuentra la planta turística (alojamiento, alimentación, recreación, montaña) del destino Guano.....	39

<b>Figura 5</b> Valorización del mantenimiento de las facilidades turísticas que posee el destino Guano para ofertar el turismo .....	40
<b>Figura 6</b> Valoración de las condiciones del manejo de la oferta turística del destino Guano .....	41
<b>Figura 7</b> Determine el manejo de la comercialización de la oferta turística del destino Guano. .	42
<b>Figura 8</b> Condiciones de manejo del diseño para el crecimiento de la demanda turística en el destino Guano. ....	43
<b>Figura 9</b> Condiciones de protección en las que se encuentran los sitios naturales que oferta el destino Guano .....	44
<b>Figura 10</b> Estado de manejo del diseño de marketing de las manifestaciones culturales en el destino Guano .....	45
<b>Figura 11</b> Estado de protección de flora y fauna en el destino Guano .....	46
<b>Figura 12</b> Estado de mantenimiento de los equipamientos urbanos (servicio de agua, alcantarillado y energía eléctrica) que dispone en el destino Guano.....	47
<b>Figura 13</b> Estado de mantenimiento en las que se encuentran las vías de acceso (terrestre, redes viales) al destino Guano .....	48
<b>Figura 14</b> Estado de mantenimiento de las redes de comunicación (servicio de telefonía, correo certificado, internet) que posee el destino Guano .....	49
<b>Figura 15</b> Determine la planificación y coordinación para el impulso turístico del destino Guano por parte de los organismos públicos y privados .....	50
<b>Figura 16</b> Determine la participación de instituciones de manera indirecta y directa para el impulso turístico del destino Guano .....	51
<b>Figura 17</b> Valorización de la planificación de actividades liderada por la dirección de turismo para el impulso turístico del destino Guano .....	52
<b>Figura 18</b> Edad .....	53
<b>Figura 19</b> Género.....	54
<b>Figura 20</b> Nivel de Educación .....	55
<b>Figura 21</b> Permanencia .....	56
<b>Figura 22</b> Procedencia .....	57
<b>Figura 23</b> ¿Ha estado anteriormente en este Destino?.....	58
<b>Figura 24</b> ¿Recomendaría este Destino? .....	59
<b>Figura 25</b> El alojamiento dispone de habitaciones adecuadas.....	60



<b>Figura 26</b> Las instalaciones físicas de las empresas turísticas son visualmente atractivas .....	61
<b>Figura 27</b> El estado de los elementos de atractivos y servicios turísticos (mobiliaria, equipamiento, instalaciones, infraestructura, conservación ambiental) .....	63
<b>Figura 28</b> La infraestructura física de las empresas turísticas está de acuerdo con todo lo ofertado el espacio .....	64
<b>Figura 29</b> Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano muestran interés por aclarar sus dudas.....	65
<b>Figura 30</b> Las formas de pago (transferencia bancaria, pagos con tarjeta) que usan las empresas turísticas del destino Guano son confiables.....	66
<b>Figura 31</b> Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, son amables.....	67
<b>Figura 32</b> Los trabajadores de las empresas turísticas son eficientes (cumple un trabajo o función a la perfección). .....	68
<b>Figura 33</b> Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano informan a los clientes el tiempo en el que se concluirá su pedido.....	69
<b>Figura 34</b> Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, atienden con rapidez a sus clientes .....	70
<b>Figura 35</b> Los trabajadores de las empresas turísticas siempre están dispuestos ayudar. ....	71
<b>Figura 36</b> Los trabajadores de las empresas turísticas están dispuestos para responder algunas preguntas.....	72
<b>Figura 37</b> El comportamiento del administrador y trabajadores de las empresas turísticas transmiten confianza. ....	73
<b>Figura 38</b> Proporcionan seguridad dentro de los atractivos y servicios turísticos. ....	74
<b>Figura 39</b> Durante su estancia en el destino Guano se sintió cómodo y seguro.....	75
<b>Figura 40</b> Los trabajadores de las empresas turísticas le brindan una atención personalizada ....	76
<b>Figura 41</b> Los trabajadores de las empresas turísticas comprenden sus necesidades.....	77
<b>Figura 42</b> Las empresas turísticas tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.....	78
<b>Figura 43</b> Los trabajadores de las empresas turísticas son sensibles y entienden sus emociones. ....	79

## **RESUMEN**

Guano es un destino turístico que cuenta con un patrimonio cultural y arquitectónico impresionante, sus habitantes realizan las alfombras tejidas a mano, bayetas, esteras, sogas y los zapatos hechos a base de cuero de vaca, actividades que son el sustento económico de la zona, también disfruta de una riqueza histórica sus iglesias y edificaciones tienen un estilo colonial que llama la atención de varios turistas además para garantizar la satisfacción del visitante el municipio de Guano incluye capacitaciones y programas de certificación a los prestadores de servicios turísticos, invirtiendo también en la infraestructura. Para el diseño de la investigación fue descriptiva y correlacional, el tipo de investigación fue cuantitativa, documental y de campo. La validación de los instrumentos fue a través del Alfa de Cronbach. Las encuestas bajo la escala de Likert se obtiene un valor positivo, por el cual se propone una “Ruta histórica en Guano” para la diversificación de las actividades turísticas además de mantener la calidad y el desarrollo turístico de las zonas donde se encuentran estos lugares con mayor relevancia histórica.

**Palabras claves:** Oferta, Satisfacción, Patrimonio, Historia, Capacitaciones, Certificación, Desarrollo, Diversificación.

## Summary

Guano is a tourist destination that has an impressive cultural and architectural heritage; its inhabitants make hand-woven carpets, “vayetas”, “esteras”, ropes, and shoes made of cow leather, activities that are the economic livelihood of the area; it also enjoys a rich history, its churches and buildings have a colonial style that attracts the attention of many tourists. In addition, to guarantee visitor satisfaction, the municipality of Guano includes training and certification programs for tourism service providers and invests in infrastructure. The research design was descriptive and correlational; the type of research was quantitative, documentary, and field. The instruments were validated through Cronbach's Alpha. The surveys under the Likert scale obtained a positive value, for which a "Historic Route in Guano" is proposed for the diversification of tourism activities in addition to maintaining the quality and tourism development of the areas where these places with greater historical relevance are located.

*Keywords:* Offer, Satisfaction, Heritage, History, Training, Certification, Development, Diversification.

### **Reviewed by:**



**Lcda. Yesenia Merino Uquillas**

**ENGLISH PROFESSOR**

**0603819871**

# CAPÍTULO I

## 1. INTRODUCCIÓN

La oferta turística y la satisfacción del visitante son aspectos fundamentales en el desarrollo de cualquier destino turístico. En el caso de Guano, es un hermoso cantón ubicado en la provincia de Chimborazo, estos dos factores desempeñan un papel importante en la promoción y el crecimiento del turismo en la región.

El turismo representa una fuente de ingresos hoy en día muy importante, la misma que se está convirtiendo en una actividad económica para varios sectores sociales, aumentando así la calidad de vida de los habitantes, como un bien que genera empleos de forma directa e indirecta, impactando en la cultura de las comunidades, pueblos y regiones donde se desarrolla manteniendo una clara muestra de conservación de los atractivos naturales (Velez & Llerena , 2011).

La oferta turística de Guano es única y diversa, con una amplia gama de atractivos que atraen a visitantes nacionales y extranjeros. Este destino cuenta con un patrimonio cultural y arquitectónico impresionante, con iglesias, edificaciones que datan de la época colonial española. Además, Guano es conocido como la capital artesanal ya que sus habitantes son hábiles en realizar diferentes productos como: las alfombras tejidas a mano, bayetas, esteras, sogas y los zapatos hechos a base de cuero de vaca.

En Guano, también pueden disfrutar de los hermosos paisajes naturales, como cascadas, montañas y lagunas. Los amantes del ecoturismo tienen la oportunidad de realizar caminatas, senderismo, observar la flora y fauna local.

La satisfacción del visitante es un objetivo primordial para las autoridades y los empresarios turísticos de Guano. Se han implementado diversas estrategias para garantizar que los turistas tengan una experiencia inolvidable en este destino. Esto incluye capacitaciones y programas de certificación para los prestadores de servicios turísticos, con el fin de ofrecer un servicio de calidad que cumpla con las expectativas de los visitantes. Además, se ha invertido en la mejora de la infraestructura turística, como el acondicionamiento de calles, la construcción de miradores y la implementación de señalética turística.

### 1.1 Antecedentes

#### 1.1.1 Oferta

Según (Mendoza Ocampo , 2020) menciona que, el sector turístico para ofrecer un servicio de calidad y satisfacer las necesidades del visitante, requiere de la percepción subjetiva del servicio prestado a los consumidores. Además, para lograr la satisfacción y retención de los clientes es necesario que la empresa cuente con políticas o prácticas de atención y servicio al cliente que sean efectivas (Vinces Rivas, 2023).

Mientras que (Martínez Rodríguez & Naranjo Lluport, 2022) en su investigación titulada “La Oferta Turística, presiones teóricas para su análisis “menciona que la oferta turística es la combinación de servicios y productos puestos en el mercado para la satisfacción y experiencia única del cliente, mediante el cual se contribuir al desarrollo económico, social, ambiental.

### **1.1.2 Satisfacción del Visitante**

Expresa (Morales et al., 2018) en su investigación titulada “Nivel de Satisfacción e Intención de Repetir la Visita Turística. El Caso del Cantón Playas, en Ecuador” menciona que el turismo se sintetiza en seis factores principales, las denominadas atracciones reales, que tienen como característica un paisaje natural, el clima, la historia, eventos culturales y deportivos, los componentes como los servicios de alojamiento, alimentación, infraestructura e instalaciones, transporte, accesibilidad y el factor de reputación que abarca la imagen y el elemento social del cuidado del destino.

No obstante (Chilón Tingal & Valverde Pastor, 2023) en su investigación titulada “las instalaciones turísticas del complejo arqueológico kuntur wasi y el nivel de satisfacción del visitante regional, provincia de san pablo 2023” considera que, las instalaciones turísticas permiten garantizar un buen servicio al visitante que son elementos auxiliares que garantizará la experiencia única del turista.

## **1.2 Planteamiento del problema**

El cantón Guano, es un destino con un potencial turístico impresionante, cuenta con una rica historia y cultura, así como con una variedad de atractivos naturales y culturales. Sin embargo, el cantón se enfrenta al problema de un turismo poco diversificado con actividades monótonas teniendo escasas opciones disponibles para los visitantes y a la vez limitándoles a conocer el destino.

### **1.2.1 Problema General**

- Cómo se relaciona la oferta y satisfacción del visitante en el destino turístico Guano, provincia de Chimborazo

### **1.2.2 Problemas Específicos**

- ¿Cómo se relaciona el servicio turístico con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo?
- ¿Cómo se relaciona el producto turístico con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo?
- ¿Cómo se relaciona el atractivo turístico con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo?
- ¿Cómo se relaciona la infraestructura con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo?

- ¿Cómo se relaciona la superestructura con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo?

### **1.3 Justificación**

Este estudio es importante permite comprender mejor la situación actual del turismo en Guano e identificar las áreas que necesitan ser mejoradas. Los resultados de este estudio pueden ser utilizados para desarrollar nuevas estrategias y mejorar la oferta turística aumentando la satisfacción del visitante, que a su vez puede contribuir al desarrollo económico y social del cantón.

### **1.4 Objetivos**

#### **1.4.1 General**

- Analizar la oferta y satisfacción del visitante en el destino turístico Guano, provincia de Chimborazo.

#### **1.4.2 Específicos**

- Determinar si existe relación entre producto turístico y satisfacción del visitante en el destino turístico Guano, provincia de Chimborazo.
- Determinar si existe relación entre mercado turístico y satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- Determinar si existe relación entre atractivo turístico y satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- Determinar si existe relación entre infraestructura y satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- Determinar si existe relación entre superestructura y satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.

### **1.5 Hipótesis**

#### **1.5.1 Hipótesis General**

- La oferta se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.

#### **1.5.2 Hipótesis Específicos**

- El producto turístico se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- El mercado turístico se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.

- El atractivo turístico relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- La infraestructura se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- La superestructura se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.

## **CAPÍTULO II.**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Estado del Arte**

##### **2.1.1 Oferta Turística (Variable Independiente)**

En la siguiente investigación de (Stephany Valdez & Ernesto Conde, 2011) menciona que la oferta es fundamental para un destino, la mayoría de los turistas buscan elegir, donde pasar la noche, las opciones de lugares para comer, mientras que (Cáceres Flores, 2020) menciona que la oferta turística consiste en productos, servicios, recursos turísticos, bienes, planta turística y la superestructura, que están en el mercado bajo un precio, cantidad, lugar, forma y periodo atractivos para el consumo del visitante. Por otra parte, en la investigación hecha por, (Mejía González & Bolaño Rodríguez, 2014), mencionan que “la oferta turística es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado valor o atractivo turístico”, por lo tanto, la oferta turística es el conjunto de servicios y productos turísticos que están ubicados en un cierto lugar geográfico, el mismo que es puesto en el mercado a disposición de los visitantes.

##### **2.1.1.1 Producto turístico**

En la investigación hecha por (Moreno & Coromoto, 2011) define como la dinámica del fenómeno turístico ante las exigencias de la globalización y los valores de la modernidad y recreación, hacen que la concepción del producto turístico sea una compleja red de elementos que responden a las exigencias y cambios del mercado con esfuerzos financieros, humanos y técnicos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. En mercadeo se entiende por producto a: bienes o productos físicos que son todos los elementos tangibles.

El producto turístico es un conjunto de elementos materiales tangibles e intangibles diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor. Un aspecto fundamental del producto turístico es su composición, ya que existe un grado de heterogeneidad elevado que dificulta su definición y conceptualización. (Martínez Quintana, 2017).

##### **2.1.1.2 Mercado turístico**

El mercado turístico es la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos donde la demanda está interesada en consumir o adquirirlos por el motivo de disfrutar. El mercado turístico es un lugar donde se relaciona la compra y venta de productos o



servicios turísticos, donde la relación económica entre productores y consumidores de los productos consiste en convertir los servicios turísticos en dinero (Socatelli, 2013 ).

### **2.1.1.3 Atractivo turístico**

Los atractivos turísticos se definen como elementos materiales e inmateriales susceptibles de transformarse en un producto turístico capaz de incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando su visita mediante flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. los atractivos turísticos son el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales, susceptibles de ser transformados en un producto turístico (Carvajal Zambrano & Lemoine Quintero, 2018). También se menciona que la percepción de los atractivos turísticos, y más concretamente, la percepción que tengan los turistas sobre la capacidad de estos para satisfacer necesidades y expectativas de viajes es el primer factor que influye en lo atractivo del destino, debido a la estrecha relación que existe entre los atractivos y las motivaciones de los turistas (Moral Cuadra, 2016) los atractivos turísticos son el componente más importante del producto turístico por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan, por tanto, una corriente turística hacia su localización. Apunta, además, que son el principal motivo para que el turista lo visite al destino (Navarro, 2015).

### **2.1.1.4 Infraestructura**

Son las instalaciones de alojamiento, gastronómicas, transporte, servicios de alquiler de productos, excursiones, entre otros. Además, la infraestructura incluye instalaciones comerciales, de ocio, educativos, culturales y otros. Uno de los elementos más básicos de la construcción es la infraestructura de la región, la cual consiste en toda la superficie y desarrollo, como es el sistema proveedor de agua, líneas de gas, sistema de drenaje, carreteras, vías de comunicación y muchas facilidades comerciales López, J (2020).

### **2.1.1.5 Superestructura**

“Está integrada por organismos públicos, privados y del tercer sector que tienen por objeto planificar y coordinar el funcionamiento del sistema turístico” (Varisco, 2013.).

## **2.1.2 Satisfacción del visitante (Variable Dependiente)**

La satisfacción del visitante es relevante en el sector turístico, ya que compara sus expectativas con sus perspectivas recibidas durante un servicio, la satisfacción del visitante es fundamental para que una empresa turística o de otra índole crezca económicamente, los turistas o usuarios son quienes posicionan a las empresas en el mercado, es importante que el consumidor este satisfecho con el servicio recibido, pues son los promotores esenciales para la oferta turística de cada producto turístico (Ibáñez Pérez, Cruz Chávez, & Juárez Mancilla,

2016). La satisfacción de los visitantes es bastante beneficioso, el hecho de satisfacer sus necesidades y superar sus expectativas puede ser la mejor publicidad para dicha empresa, siendo una publicidad positiva que es realizada de clientes a clientes fidelizando a muchos de ellos y consumas más sus servicios, evitando así que probablemente acudan a la competencia, como sucede en el caso de los clientes insatisfechos (Luna Reátegui, 2018)

#### **2.1.2.1 Tangibilidad**

La tangibilidad es todo aquello que se puede ver, tocar o degustar. (Trujillo Leon & Vera Martínez, 2009). Los elementos tangibles son los aspectos físicos del servicio, así como las instalaciones, equipos, personal y material de comunicación. Siendo componentes esenciales para la calidad del servicio de cualquier organización (Hernández, Prieto, & Hernández, 2017). Por lo tanto, los elementos tangibles son atributos de mayor valor, y son los más apreciados por los clientes.

#### **2.1.2.2 Fiabilidad**

Se entiende tener la capacidad de identificar los problemas y reparar los equipos antes de que el departamento de operaciones advierta que hay algo que no funciona (Kleine, 2009). Por lo tanto, es la habilidad que tiene la empresa o servicio turístico de manera que el cliente sienta confianza.

#### **2.1.2.3 Capacidad de Respuesta**

Esta direccionada con respecto al conocimiento o habilidades adquiridas por parte de una persona para la comprensión, desempeño, la coordinación y el desempeño de poder comunicarse de manera rápida, dando respuesta clara y concisa al cliente (Demuner Flores et al., 2018).

#### **2.1.2.4 Seguridad**

Es la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras (INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO PROGRAMA DE CULTURA TURISTICA, 2016). Por lo tanto, la seguridad turística es la implementación de medidas de seguridad para protección del visitante y se sienta seguro en el lugar donde se encuentra.

#### **2.1.2.5 Empatía**

La empatía es la actitud que tiene una persona para reconocer las emociones en los demás, es decir, es la capacidad de comprender los sentimientos de los otros y poder leer sus mensajes no verbales (Goleman, 1995). En el desarrollo de habilidades de comunicación efectivas, comprensivas y la valoración de las emociones de los otros. Para ello, es útil la auto apertura para ser sensibles a la sensibilidad de otros, la disposición de respetar los derechos

propios y de los demás, la escucha activa y el criticismo para convivir en productiva relación con los demás.

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1 Tipo de investigación y diseño de investigación**

##### **3.1.1 Tipo de Investigación**

###### **3.1.1.1 Documental**

La investigación es documental, se basa en la revisión de documentos bibliográficos, tesis y artículos científicos sobre la oferta y satisfacción del visitante, información recolectada a través de una indagación amplia en el destino turístico Guano (Reyes Ruiz & Carmona Alvarado , 2020)

###### **3.1.1.2 Cuantitativa**

Todos los experimentos cuantitativos utilizan un formato estándar, con algunas pequeñas diferencias interdisciplinarias para generar una hipótesis que será probada o desmentida (Neill & Cortez Suárez, 2018). La investigación es cuantitativa, se consideró un grupo de personas del municipio de Guano para recolectar y analizar datos, se realizó una encuesta al personal con múltiples preguntas estructuradas para cuantificar el problema y entender que tan generalizado esta.

###### **3.1.1.3 De campo**

Es una metodología de investigación que implica la recopilación directa y la observación de datos en el lugar donde ocurre el fenómeno de estudio (Escarcega, 2023). Por lo tanto, esta investigación consiste en recolectar datos basados en la realidad, mismo que se obtiene a través de una encuesta.

##### **3.1.2 Diseño de Investigación**

###### **3.1.2.1 Diseño Descriptivo**

Este estudio se dirige fundamentalmente a la descripción de fenómenos sociales o educativos en una circunstancia temporal y especial determinada, buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se ha sometido a análisis, recolectando información de cada variable y sus respectivas dimensiones (Cauas, 2015).

### **3.1.2.2 Correlacional**

“Este tipo de estudios se utilizan para determinar en qué medida dos o más variables están relacionadas entre sí. Se trata de averiguar de qué manera los cambios de una variable influyen en los valores de otra variable” (Cauas, 2015).

## **3.2 Técnicas e Instrumentos**

### **3.2.1 Técnicas**

Según (Crotte, 2011) menciona que la técnica de investigación científica es un procedimiento típico, validado por la práctica, generalmente orientado a obtener y transformar información útil para la solución de problemas de conocimiento en las disciplinas científicas. Por lo tanto, como técnica se aplicará lo siguiente:

#### **3.2.1.1 Encuestas**

La encuesta se dirige a los visitantes del destino y funcionarios del GAD municipal de Guano para recolectar datos.

### **3.2.2 Instrumentos**

Como instrumento se aplicará lo siguiente:

#### **3.2.2.1 Cuestionario**

Permite obtener información a través de preguntas detalladas para el desarrollo de una solución con respecto a la problemática.

## **3.3 Unidad de análisis**

Las unidades de análisis en la siguiente investigación son:

1. Municipio de Guano
2. Visitantes del destino Guano

## **3.4 Población de estudio**

Población 1: Está constituida por el personal del GAD municipal de Guano, ya que son la parte fundamental para la obtención de información sobre las ofertas en el destino

Población 2: Está conformada por visitantes tanto nacionales y extranjeros que consumen los servicios del destino Guano, según los registros obtenidos por la dirección de Turismo.

## **3.5 Tamaño de la muestra**

**Muestra 1:** Según el registro de los funcionarios del municipio de Guano del año 2023 se cuenta con un total de 220 funcionarios públicos del Gobierno Autónomo Descentralizado

Municipal de Guano. por lo tanto, se aplicará el muestreo de aleatorio simple donde cada individuo tiene las mismas probabilidades de ser seleccionados.

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

Datos: 
$$n = \frac{(1.96^2)*0.5*0.5*220}{(0,05)^2*(220-1)+(1.96^2)*0.5*0.5}$$

n: Tamaño de la muestra  $n = 140$

N: Universo (220)

e: Error de Estimación máximo (5%)

p: Probabilidad de ocurrencia (0,5)

q: Probabilidad de no ocurrencia (0,5)

Z: Nivel de confianza (1.96)

Con la aplicación y cálculo de la fórmula de muestreo finita donde se tenía como población 220, con el margen de error de 5%, nos da como resultado 140 encuestas.

**Muestra 2:** Según el registro que lleva la dirección de turismo el total de visitantes en el 2020 oscila entre los 31953. Por lo tanto, se consideró utilizar un muestreo probabilístico MAS (Muestreo de Aleatorio Simple) donde cada individuo tiene la posibilidad de ser encuestado, para el cual se utiliza la fórmula de cálculo de la muestra finita.

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

Datos: 
$$n = \frac{(1.96^2)*0.5*0.5*31953}{(0,05)^2*(31953-1)+(1.96^2)*0.5*0.5}$$

n: Tamaño de la muestra  $n = 380$

N: Universo (31953)

e: Error de Estimación máximo (5%)

p: Probabilidad de ocurrencia (0,5)

q: Probabilidad de no ocurrencia (0,5)

Z: Nivel de confianza (1.96)

Tras la aplicación y cálculo de la fórmula de muestreo finita donde se tenía como población 31953, con el margen de error de 5 %, nos da un total de 380 encuestas.

### 3.6 Confiabilidad de las variables

Para la verificación de la confiabilidad de las variables se utilizó el software denominado IBM SPSS Statistics 27, programa que permite gestionar grandes cantidades de datos permitiendo la validación y verificación de confiabilidad de las variables.

#### 3.6.1 Confiabilidad de la Variable Independiente (Oferta)

*Tabla 1 Alfa de Cronbach (Variable Independiente)*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,803	15

Fuente: IBM SPSS Statistics 27  
Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

A través del software IBM SPSS se determina la confiabilidad de 0,803 siendo considerado que la variable dependiente es aceptable.

#### 3.6.2 Confiabilidad de la Variable Dependiente (Satisfacción del Visitante)

*Tabla 2 Alfa Cronbach (Variable Dependiente)*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,843	19

Fuente: IBM SPSS Statistics 27  
Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Los datos arrojados por el software IBM SPSS determina la confiabilidad es de 0,843 siendo considerado que la variable independiente es confiable y aceptable.

### 3.7 Prueba de la Hipótesis

#### 3.7.1 Hipótesis General

- a) **H<sub>i</sub>**: La oferta se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- b) **H<sub>o</sub>**: La oferta no se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo
- c) **a**: 0,05prueba
- d) Chi- Cuadrado
- e) **Sig**: 0,000

**Tabla 3 Prueba de la Hipótesis General**

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	146,198a	9	,000
Razón de verosimilitud	73,829	9	,000
Asociación lineal por lineal	56,328	1	,000
N de casos válidos	140		

a. 10 casillas (62,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

**Nota:** resultado obtenido del software IBM SPSS

**Decisión:** El valor de sig (valor crítico observado)  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir la oferta se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo

### 3.7.2 Hipótesis Específica 1

- a) **Hi:** El producto turístico se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- b) **Ho:** El producto turístico no se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo
- c) **a:** 0,05
- d) prueba Chi- Cuadrado
- e) **Sig:** 0,000

**Tabla 4 Hipótesis específica 1**

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	146,198a	9	,000
Razón de verosimilitud	73,829	9	,000
Asociación lineal por lineal	56,328	1	,000
N de casos válidos	140		

a. 10 casillas (62,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

**Nota:** resultado obtenido del software IBM SPSS



**Decisión:** El valor de sig (valor crítico observado)  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir el producto turístico se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.

### 3.7.3 Hipótesis Específica 2

- a) **Hi:** El mercado turístico se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- b) **Ho:** El mercado turístico no se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo
- c) **a:** 0,05
- d) prueba Chi- Cuadrado
- e) **Sig:** 0,000

Tabla 5 Hipótesis Específica 2

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	126,153a	9	,000
Razón de verosimilitud	90,476	9	,000
Asociación lineal por lineal	62,464	1	,000
N de casos válidos	140		

a. 10 casillas (62,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.

**Nota:** resultado obtenido del software IBM SPSS

**Decisión:** El valor de sig (valor crítico observado)  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir el mercado turístico se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.

### 3.7.4 Hipótesis Específica 3

- a) **Hi:** El atractivo turístico se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- b) **Ho:** El atractivo turístico no se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- c) **a:** 0,05
- d) prueba Chi- Cuadrado
- e) **Sig:** 0,000

**Tabla 6** Hipótesis Específica 3

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	87,865a	9	,000
Razón de verosimilitud	52,685	9	,000
Asociación lineal por lineal	26,966	1	,000
N de casos válidos	140		

a. 9 casillas (56,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,06.

**Nota:** resultado obtenido del software IBM SPSS

**Decisión:** El valor de sig (valor crítico observado)  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir el atractivo turístico se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.

### 3.7.5 Hipótesis Específica 4

- a) **Hi:** La infraestructura se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- b) **Ho:** La infraestructura no se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- c) **a:** 0,05
- d) prueba
- e) Chi- Cuadrado
- f) **Sig:** 0,000

**Tabla 7** Hipótesis Específica 4

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	113,989a	9	,000
Razón de verosimilitud	73,969	9	,000
Asociación lineal por lineal	50,387	1	,000
N de casos válidos	140		

a. 10 casillas (62,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

**Nota:** resultado obtenido del software IBM SPSS

**Decisión:** El valor de sig (valor crítico observado)  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir la Infraestructura se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.

### 3.7.6 Hipótesis Específica 5

- a) **Hi:** La superestructura se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- b) **Ho:** La superestructura no se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.
- c) **a:** 0,05
- d) prueba
- e) Chi- Cuadrado
- f) **Sig:** 0,005

*Tabla 8 Hipótesis Específica 5*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,448a	6	,005
Razón de verosimilitud	14,947	6	,021
Asociación lineal por lineal	11,762	1	,001
N de casos válidos	140		

a. 7 casillas (58,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,06.

**Nota:** resultado obtenido del software IBM SPSS

**Decisión:** El valor de sig (valor crítico observado)  $0,005 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir la superestructura se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Mediante el software SPSS los resultados obtenidos del personal de GAD Municipal y la dirección de turismo de Guano como población de estudio se obtienen los siguientes datos a continuación se detalla la interpretación de las respuestas.

#### 4.1 Oferta turística

##### 4.1.1 Edad

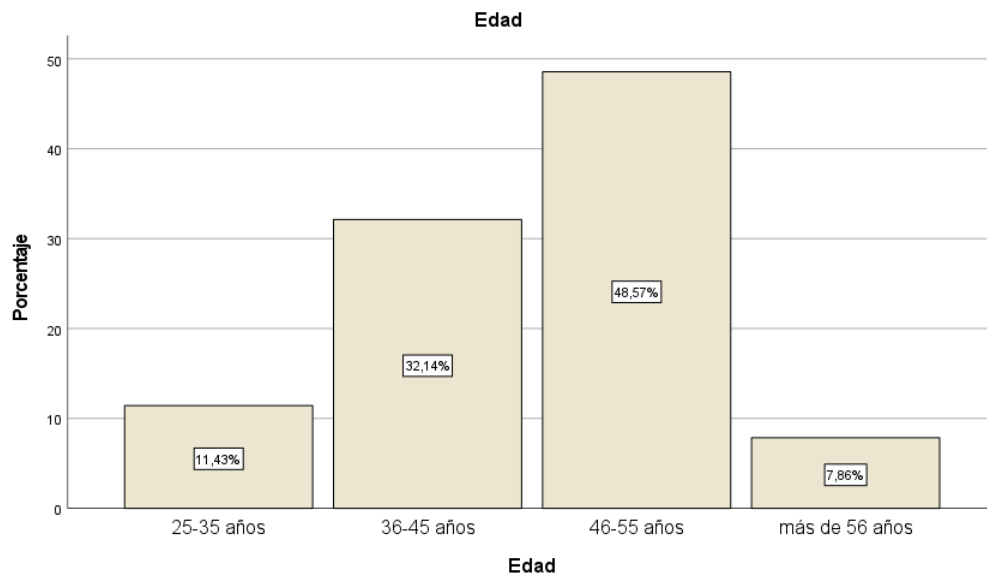
Tabla 9 Edad

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	25-35 años	16	11,4	11,4	11,4
	36-45 años	45	32,1	32,1	43,6
	46-55 años	68	48,6	48,6	92,1
	más de 56 años	11	7,9	7,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Figura 1 Edad



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Se concluye, que los funcionarios del GAD están entre los 46-55 años, siendo el grupo de edad con participación durante las encuestas, la edad presente con más participación esta entre los 46 a 55 años.

#### 4.1.2 Género

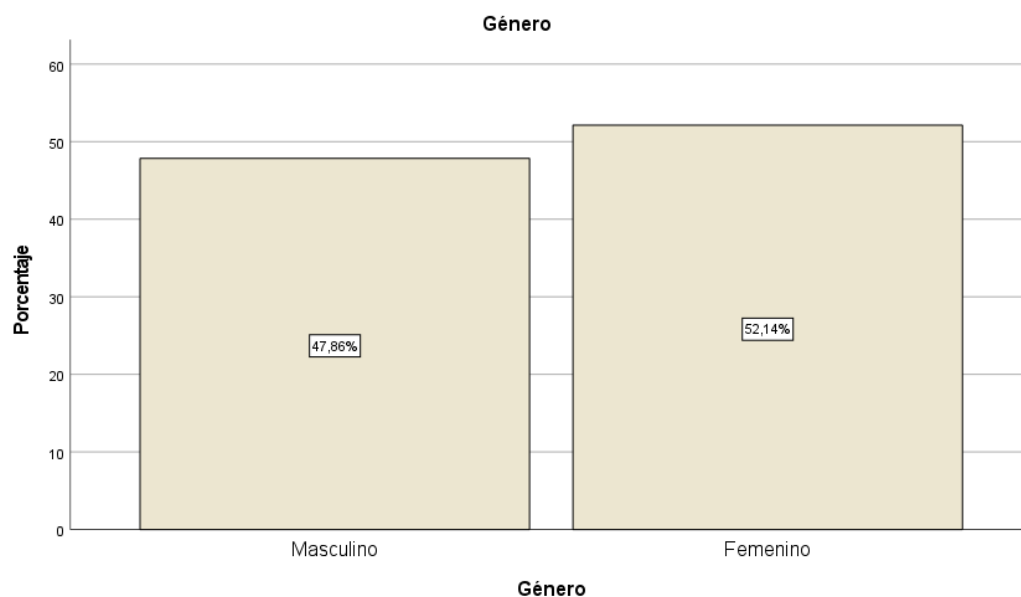
Tabla 10 Género

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	67	47,9	47,9	47,9
	Femenino	73	52,1	52,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Figura 2 Género



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

En relación con las encuestas realizadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano se recolecta información que considera que el 52,14% del personal es de género femenino y el 47,86% es de género masculino.

### 4.1.3 En qué condiciones de calidad se encuentran los servicios turísticos ofertados en el destino Guano.

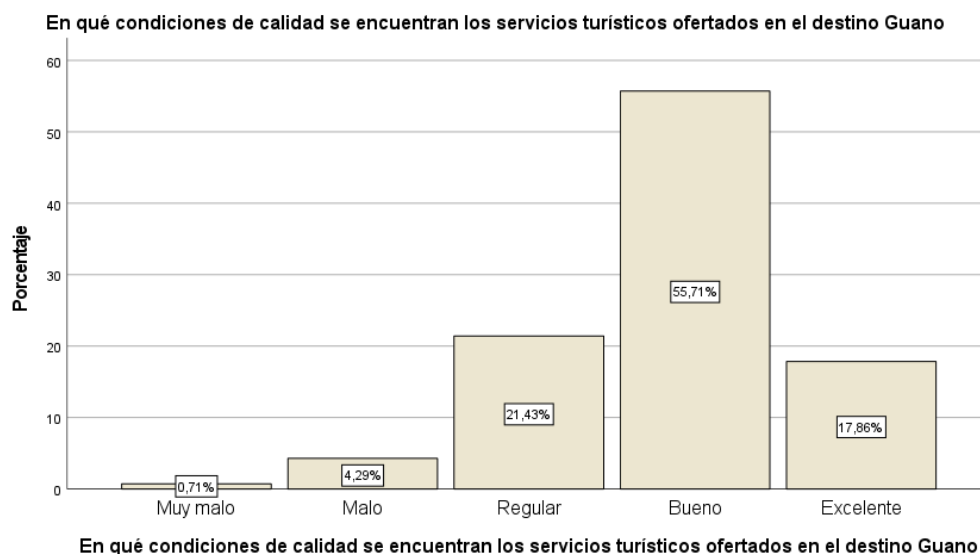
*Tabla 11 En qué condiciones de calidad se encuentran los servicios turísticos ofertados en el destino Guano*

En qué condiciones de calidad se encuentran los servicios turísticos ofertados en el destino Guano					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	1	,7	,7	,7
	Malo	6	4,3	4,3	5,0
	Regular	30	21,4	21,4	26,4
	Bueno	78	55,7	55,7	82,1
	Excelente	25	17,9	17,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

*Figura 3 En qué condiciones de calidad se encuentran los servicios turísticos ofertados en el destino Guano*



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según datos estadísticos, los servicios turísticos ofertados en Guano son buenos con un 55,71%, mientras que el 0,71% dice que es muy malo, por lo que es un beneficio para el desarrollo económico de Guano atrayendo a nuevos visitantes, pero se debería plantear estrategias de mejora continua para que las condiciones de los servicios turísticos sean de calidad.

#### 4.1.4 El estado de conservación que se encuentra la planta turística (alojamiento, alimentación, recreación, montaña) del destino Guano

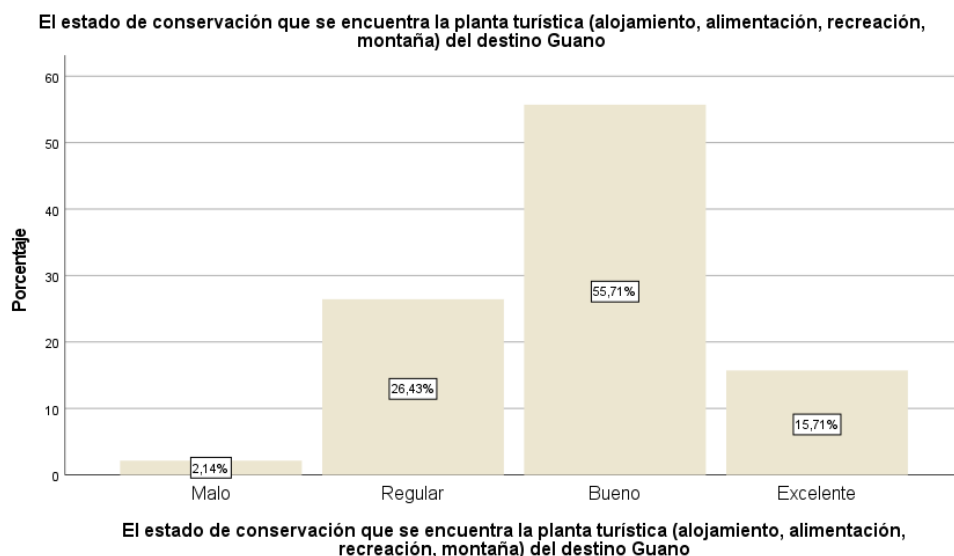
**Tabla 12** El estado de conservación que se encuentra la planta turística (alojamiento, alimentación, recreación, montaña) del destino Guano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	3	2,1	2,1	2,1
	Regular	37	26,4	26,4	28,6
	Bueno	78	55,7	55,7	84,3
	Excelente	22	15,7	15,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 4** El estado de conservación que se encuentra la planta turística (alojamiento, alimentación, recreación, montaña) del destino Guano



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según los resultados estadísticos, el 55,71% de la planta turística tiene buen estado de conservación, mientras que el 2,14 % está en mal estado, beneficiando a los visitantes que disfruten y puedan llevarse una experiencia inolvidable. En conclusión, la planta turística tiene una buena conservación y se debería fomentar nuevas estrategias para preservar la planta turística sin deteriorar su esencia.

#### 4.1.5 Valorización del mantenimiento de las facilidades turísticas que posee el destino Guano para ofertar el turismo

**Tabla 13** Valorización del mantenimiento de las facilidades turísticas que posee el destino Guano para ofertar el turismo.

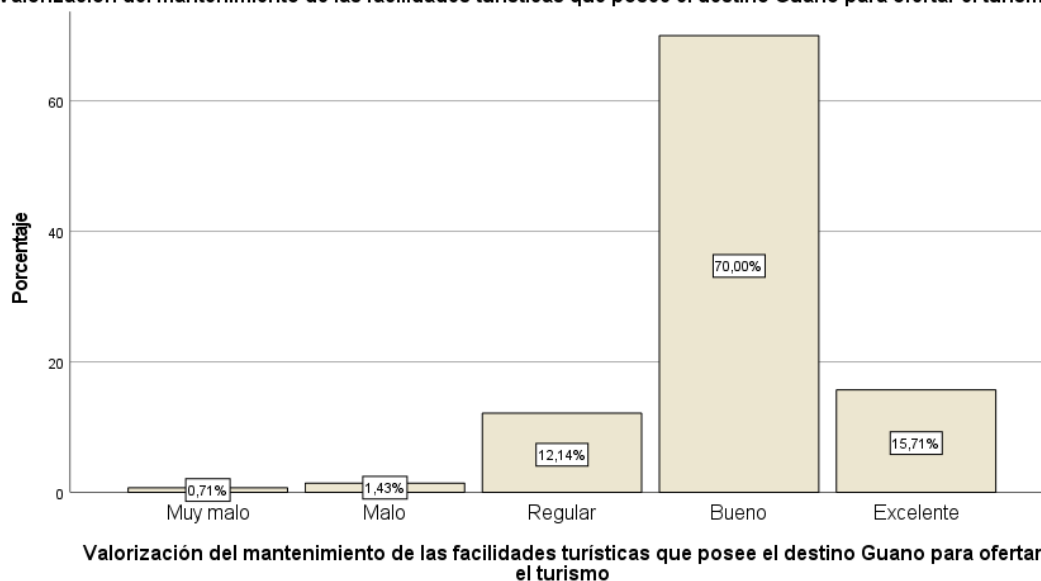
**Valorización del mantenimiento de las facilidades turísticas que posee el destino Guano para ofertar el turismo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	1	,7	,7	,7
	Malo	2	1,4	1,4	2,1
	Regular	17	12,1	12,1	14,3
	Bueno	98	70,0	70,0	84,3
	Excelente	22	15,7	15,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023  
Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 5** Valorización del mantenimiento de las facilidades turísticas que posee el destino Guano para ofertar el turismo

**Valorización del mantenimiento de las facilidades turísticas que posee el destino Guano para ofertar el turismo**



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según los datos estadísticos el 70% de las facilidades turísticas que tiene Guano es buena, mientras que el 0,71% es muy malo, En conclusión, es un beneficio para quienes disfrutan de los atractivos turísticos y se lleven una inolvidable experiencia.



#### 4.1.6 Valoración de las condiciones del manejo de la oferta turística del destino Guano

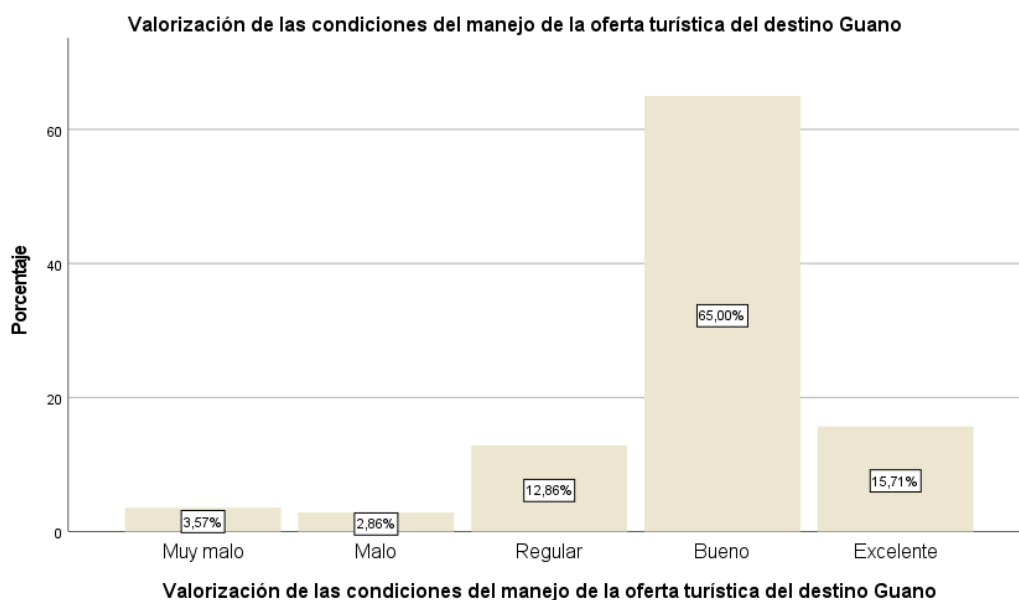
Tabla 14 Valoración de las condiciones del manejo de la oferta turística del destino Guano

Valorización de las condiciones del manejo de la oferta turística del destino Guano		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	5	3,6	3,6	3,6
	Malo	4	2,9	2,9	6,4
	Regular	18	12,9	12,9	19,3
	Bueno	91	65,0	65,0	84,3
	Excelente	22	15,7	15,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Figura 6 Valoración de las condiciones del manejo de la oferta turística del destino Guano



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según los datos estadísticos se observa que las condiciones de manejo de la oferta turística tienen como resultado del 65% bueno y el 3,57 muy malo. En conclusión, el manejo de la oferta turística requiere de nuevas estrategias de mejora y dar seguimiento a las mismas.

#### 4.1.7 Determine el manejo de la comercialización de la oferta turística del destino Guano.

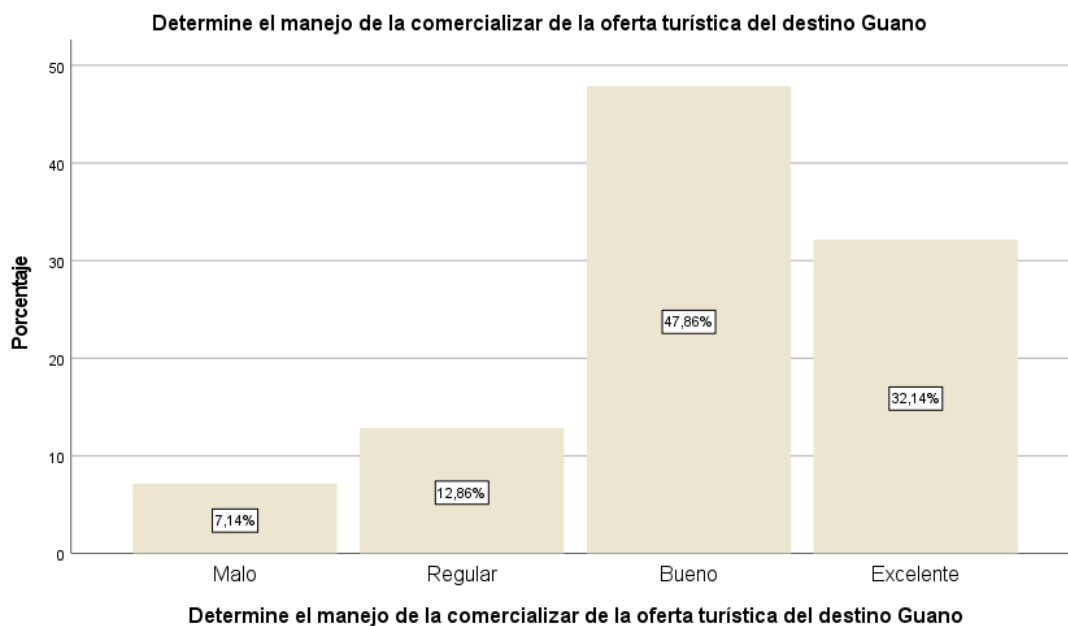
Tabla 15 Determine el manejo de la comercialización de la oferta turística del destino Guano.

Determine el manejo de la comercializar de la oferta turística del destino Guano					
Guano					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	10	7,1	7,1	7,1
	Regular	18	12,9	12,9	20,0
	Bueno	67	47,9	47,9	67,9
	Excelente	45	32,1	32,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Figura 7 Determine el manejo de la comercialización de la oferta turística del destino Guano.



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Se visualiza que el 47,85% de la comercialización es bueno y el 7,14% es Malo, Se concluye, que el marketing es un eje fundamental para la oferta de Guano, por lo tanto, se sugiere que crear estrategias y dar seguimiento a cada una.

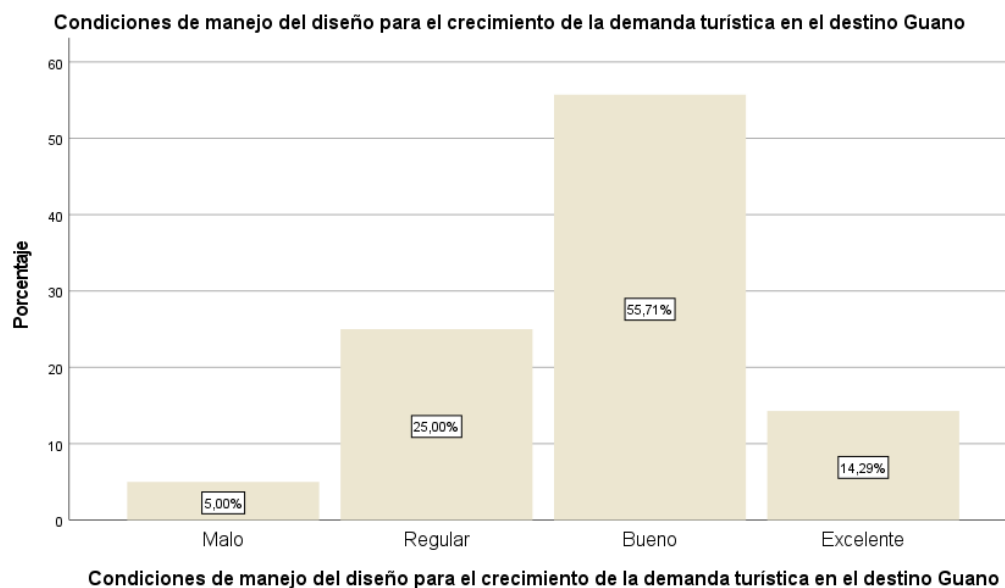
#### 4.1.8 Condiciones de manejo del diseño para el crecimiento de la demanda turística en el destino Guano

**Tabla 16** Condiciones de manejo del diseño para el crecimiento de la demanda turística en el destino Guano

Condiciones de manejo del diseño para el crecimiento de la demanda turística en el destino Guano					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	7	5,0	5,0	5,0
	Regular	35	25,0	25,0	30,0
	Bueno	78	55,7	55,7	85,7
	Excelente	20	14,3	14,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023  
Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 8** Condiciones de manejo del diseño para el crecimiento de la demanda turística en el destino Guano.



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023  
Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Los resultados obtenidos a través de las encuestas califican que el 55,71% es un buen manejo del diseño para el crecimiento de la demanda turística en el destino Guano y el 5,00% es malo. En conclusión, se debería crear alternativas de diseño y dar seguimiento para el crecimiento de la demanda turística.

#### 4.1.9 Condiciones de protección en las que se encuentran los sitios naturales que oferta el destino Guano

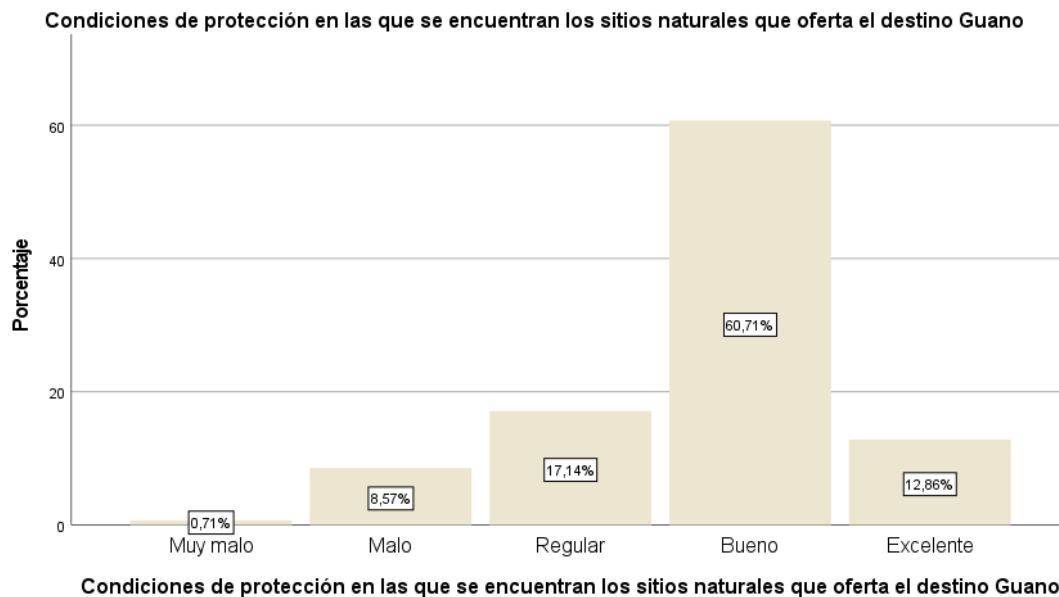
**Tabla 17** Condiciones de protección en las que se encuentran los sitios naturales que oferta el destino Guano

**Condiciones de protección en las que se encuentran los sitios naturales que oferta el destino Guano**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	1	,7	,7	,7
	Malo	12	8,6	8,6	9,3
	Regular	24	17,1	17,1	26,4
	Bueno	85	60,7	60,7	87,1
	Excelente	18	12,9	12,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023  
Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 9** Condiciones de protección en las que se encuentran los sitios naturales que oferta el destino Guano



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Se concluye que el 60,71 % de la protección de los sitios naturales es buena y el 0,71 % muy malo, pero se recurre a nuevas estrategias para conservarlos, ya que sin ellos el turismo no tendría la misma esencia.

#### 4.1.10 Estado de manejo del diseño de marketing de las manifestaciones

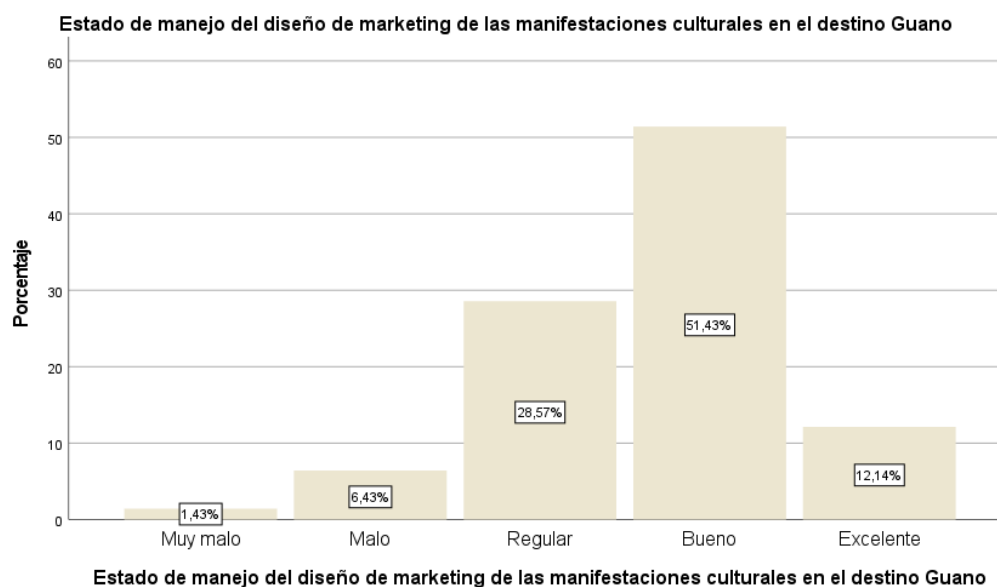
*Tabla 18 Estado de manejo del diseño de marketing de las manifestaciones culturales en el destino Guano*

Estado de manejo del diseño de marketing de las manifestaciones culturales en el destino Guano					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	2	1,4	1,4	1,4
	Malo	9	6,4	6,4	7,9
	Regular	40	28,6	28,6	36,4
	Bueno	72	51,4	51,4	87,9
	Excelente	17	12,1	12,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

*Figura 10 Estado de manejo del diseño de marketing de las manifestaciones culturales en el destino Guano*



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Se concluye que las manifestaciones culturales tienen un buen marketing con un porcentaje de 51,43%, y con el 1,43% es muy malo, sin embargo, las manifestaciones culturales deberían tener una calificación 5 bajo la escala de Likert excelente ya que es la identidad de varios lugares de Guano que cuentan con historia y tradición.

#### 4.1.11 Estado de protección de la flora y fauna en el destino Guano

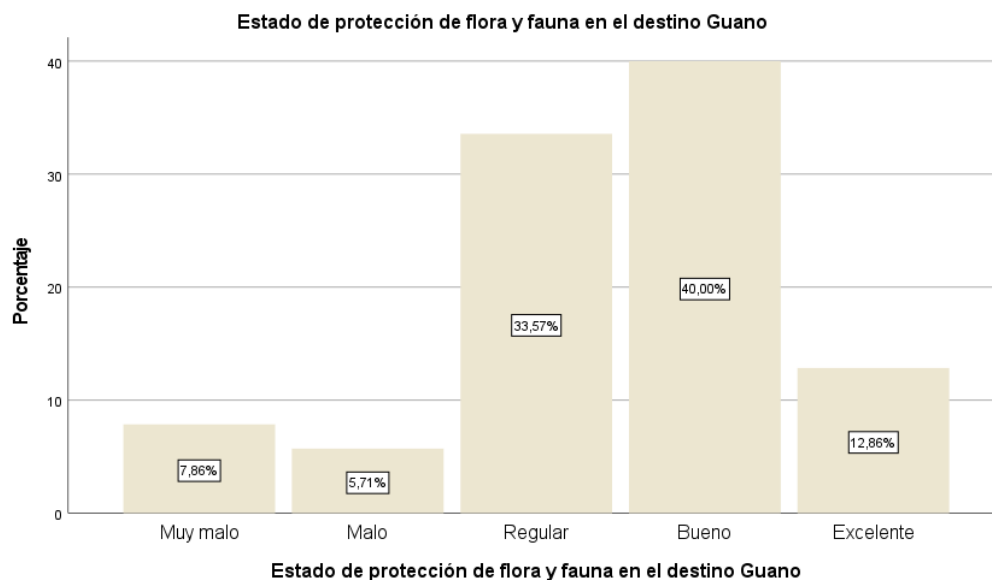
Tabla 19 Estado de protección de flora y fauna en el destino Guano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	11	7,9	7,9	7,9
	Malo	8	5,7	5,7	13,6
	Regular	47	33,6	33,6	47,1
	Bueno	56	40,0	40,0	87,1
	Excelente	18	12,9	12,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Figura 11 Estado de protección de flora y fauna en el destino Guano



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

En conclusión, la protección de la flora y fauna de Guano es buena, por lo que es el 40 %, siendo el valor más alto, pero es necesario tomar medidas drásticas ya que no pueden degradarse por ser el corazón del turismo.

#### 4.1.12 Estado de mantenimiento de los equipamientos urbanos (servicio de agua, alcantarillado y energía eléctrica) que dispone en el destino Guano

**Tabla 20** Estado de mantenimiento de los equipamientos urbanos (servicio de agua, alcantarillado y energía eléctrica) que dispone en el destino Guano

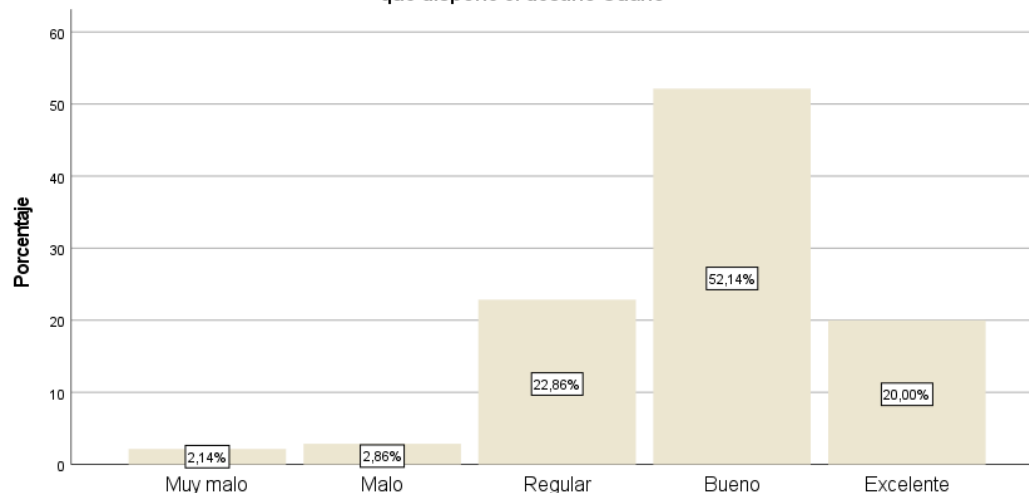
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	3	2,1	2,1	2,1
	Malo	4	2,9	2,9	5,0
	Regular	32	22,9	22,9	27,9
	Bueno	73	52,1	52,1	80,0
	Excelente	28	20,0	20,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 12** Estado de mantenimiento de los equipamientos urbanos (servicio de agua, alcantarillado y energía eléctrica) que dispone en el destino Guano

Estado de mantenimiento de los equipamientos urbanos (servicio de agua, alcantarillado y energía eléctrica) que dispone el destino Guano



Estado de mantenimiento de los equipamientos urbanos (servicio de agua, alcantarillado y energía eléctrica) que dispone el destino Guano

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

En conclusión, el mantenimiento de los equipamientos urbanos es calificado con el 52,14 % como bueno, estos servicios son fundamentales para turistas y para pobladores, ya que sin estos factores los visitantes no estarían tan a gusto en el destino.

#### 4.1.13 Estado de mantenimiento en las que se encuentran las vías de acceso (terrestres, redes viales) al destino Guano

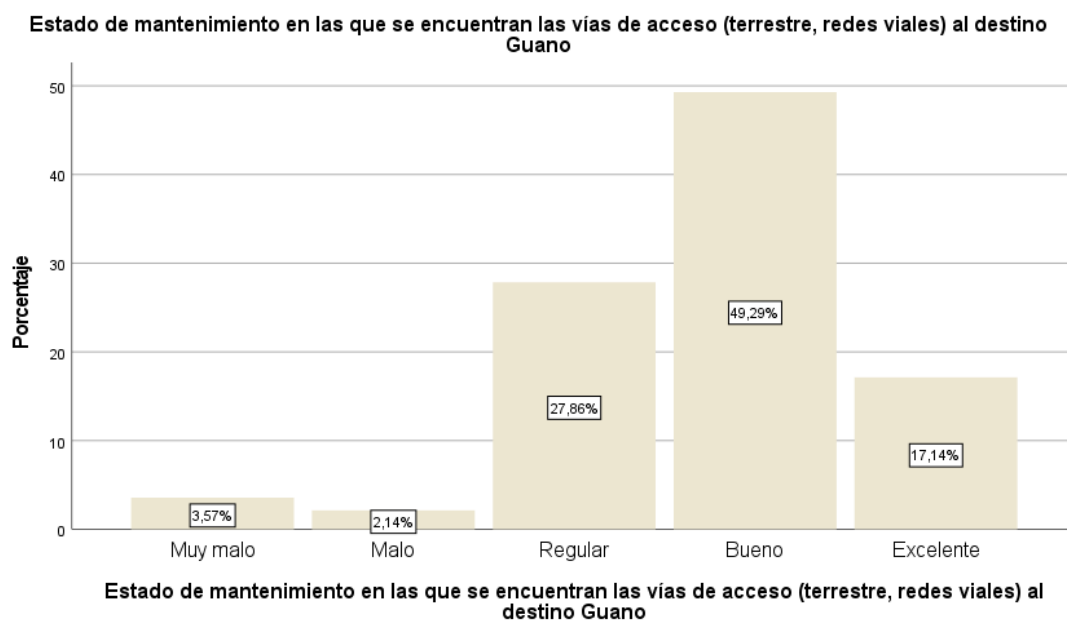
**Tabla 21** Estado de mantenimiento en las que se encuentran las vías de acceso (terrestre, redes viales) al destino Guano

**Estado de mantenimiento en las que se encuentran las vías de acceso (terrestre, redes viales) al destino Guano**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	5	3,6	3,6	3,6
	Malo	3	2,1	2,1	5,7
	Regular	39	27,9	27,9	33,6
	Bueno	69	49,3	49,3	82,9
	Excelente	24	17,1	17,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023  
Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 13** Estado de mantenimiento en las que se encuentran las vías de acceso (terrestre, redes viales) al destino Guano



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023  
Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según los datos estadísticos el 49,29% de las vías de acceso están en buen mantenimiento y el 3,57 muy malo, en conclusión, el mantenimiento de las vías debería estar en excelentes condiciones para que los visitantes disfruten de una gran experiencia.



#### 4.1.14 Estado de mantenimiento de las redes de comunicación (servicio de telefonía, correo certificado, internet) que posee el destino Guano

**Tabla 22** Estado de mantenimiento de las redes de comunicación (servicio de telefonía, correo certificado, internet) que posee el destino Guano

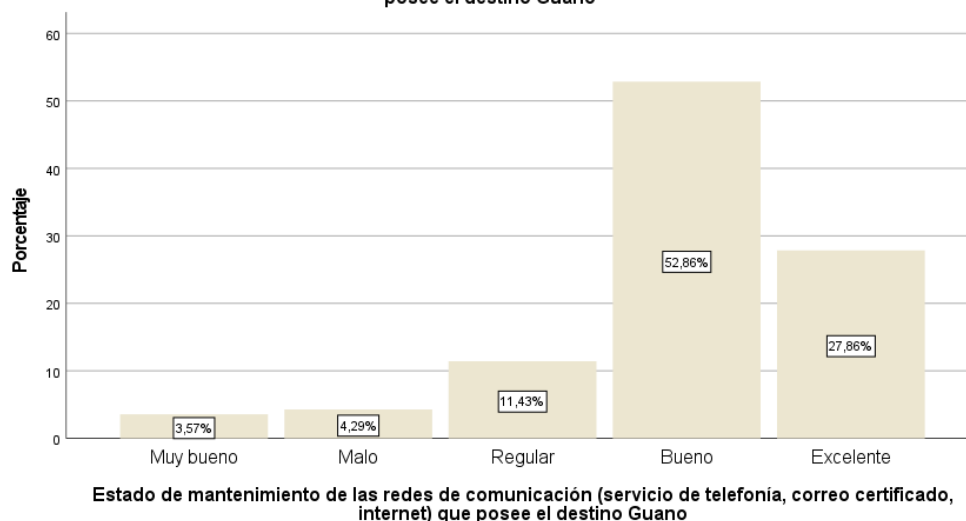
Estado de mantenimiento de las redes de comunicación (servicio de telefonía, correo certificado, internet) que posee el destino Guano					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bueno	5	3,6	3,6	3,6
	Malo	6	4,3	4,3	7,9
	Regular	16	11,4	11,4	19,3
	Bueno	74	52,9	52,9	72,1
	Excelente	39	27,9	27,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 14** Estado de mantenimiento de las redes de comunicación (servicio de telefonía, correo certificado, internet) que posee el destino Guano

Estado de mantenimiento de las redes de comunicación (servicio de telefonía, correo certificado, internet) que posee el destino Guano



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según los datos estadísticos con el 52,86% las redes de comunicación son buenas y el 3,57% son malas. En conclusión, se debería dar un mejor mantenimiento para mejorar la comunicación entre los turistas y pobladores.

#### 4.1.15 Determine la planificación y coordinación para el impulso turístico del destino Guano por parte de los organismos públicos y privados

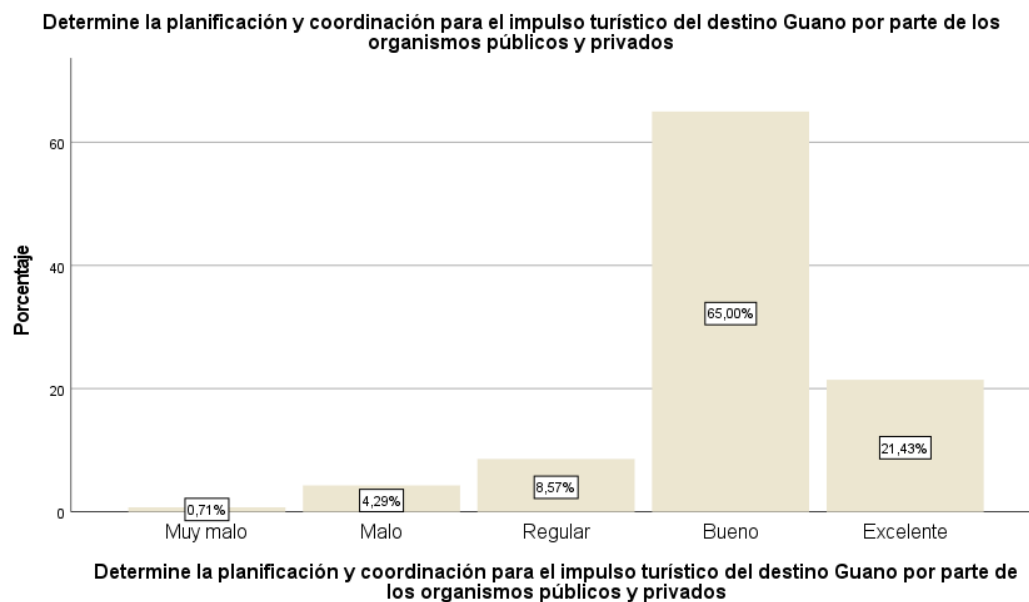
**Tabla 23** Determine la planificación y coordinación para el impulso turístico del destino Guano por parte de los organismos públicos y privados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	1	,7	,7	,7
	Malo	6	4,3	4,3	5,0
	Regular	12	8,6	8,6	13,6
	Bueno	91	65,0	65,0	78,6
	Excelente	30	21,4	21,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 15** Determine la planificación y coordinación para el impulso turístico del destino Guano por parte de los organismos públicos y privados



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según datos estadísticos con el 65% la planificación y coordinación es buena y el 0,71% es muy malo. En conclusión, Se debería mejorar la planificación y coordinación para que el turismo sea mucho mejor y más satisfactorio para el visitante impulsando así el turismo.

#### 4.1.16 Determine la participación de instituciones de manera indirecta y directa para el impulso turístico del destino Guano

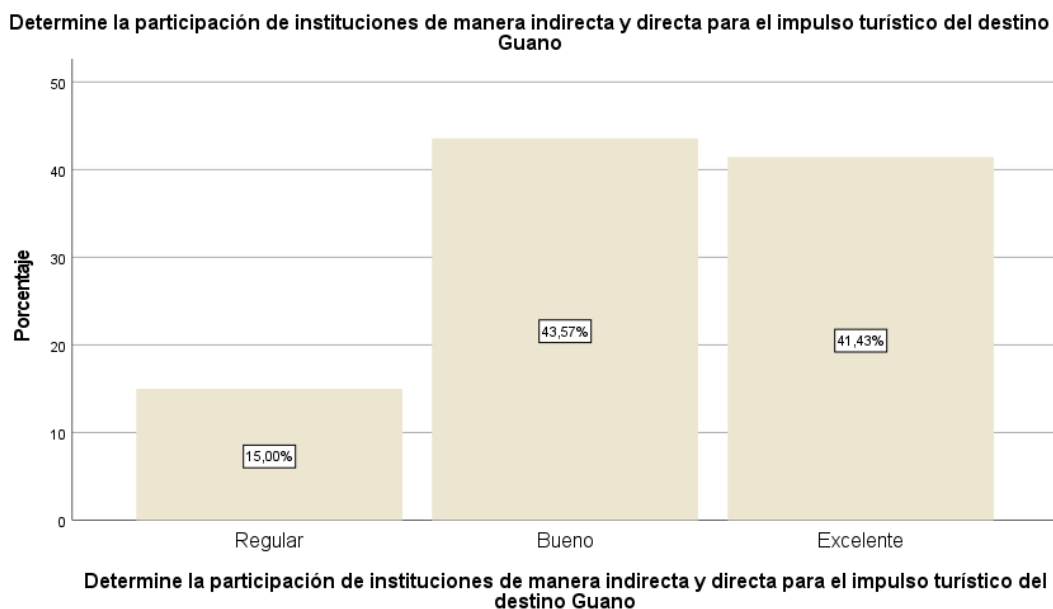
**Tabla 24** Determine la participación de instituciones de manera indirecta y directa para el impulso turístico del destino Guano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	21	15,0	15,0	15,0
	Bueno	61	43,6	43,6	58,6
	Excelente	58	41,4	41,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 16** Determine la participación de instituciones de manera indirecta y directa para el impulso turístico del destino Guano



Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según datos estadísticos con el 43,57% la participación de las instituciones en bueno y el 15% es regular. En conclusión, se debería buscar más convenios del sector privado ya que sería de gran ayuda para el desarrollo turístico.

#### 4.1.17 Valorización de la planificación de actividades liderada por la dirección de turismo para el impulso turístico del destino Guano

**Tabla 25** Valorización de la planificación de actividades liderada por la dirección de turismo para el impulso turístico del destino Guano

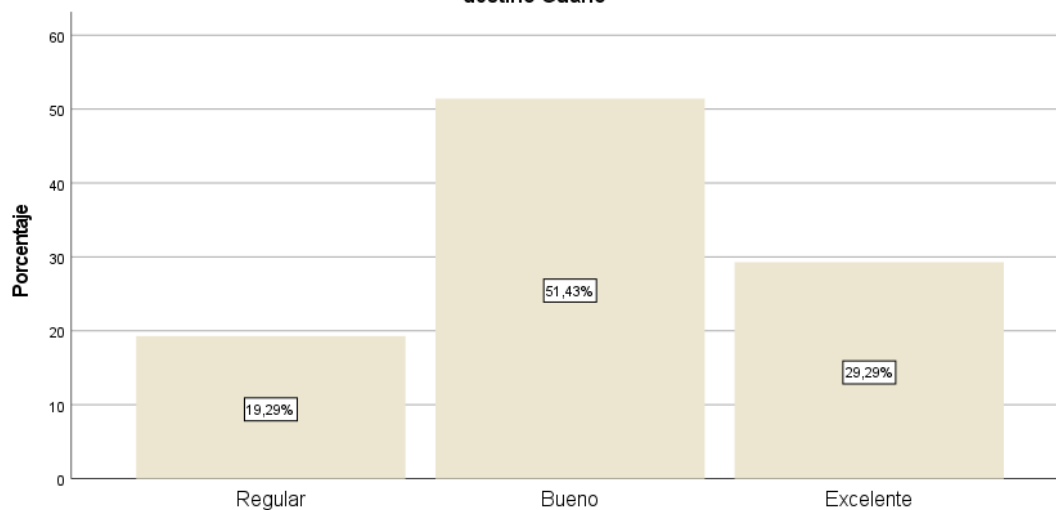
Valorización de la planificación de actividades liderada por la dirección de turismo para el impulso turístico del destino Guano					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	27	19,3	19,3	19,3
	Bueno	72	51,4	51,4	70,7
	Excelente	41	29,3	29,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 17** Valorización de la planificación de actividades liderada por la dirección de turismo para el impulso turístico del destino Guano

Valorización de la planificación de actividades liderada por la dirección de turismo para el impulso turístico del destino Guano



Valorización de la planificación de actividades liderada por la dirección de turismo para el impulso turístico del destino Guano

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios públicos del GAD municipal de Guano en diciembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según datos estadísticos con el 51,43% la planificación de actividades es buena y el 19,29% es regular. En conclusión, deberían buscar alternativas para crear nuevas actividades y así no sea monótono sería el mejor impulso turístico.

## 4.2 Satisfacción del Visitante

### 4.2.1 Edad

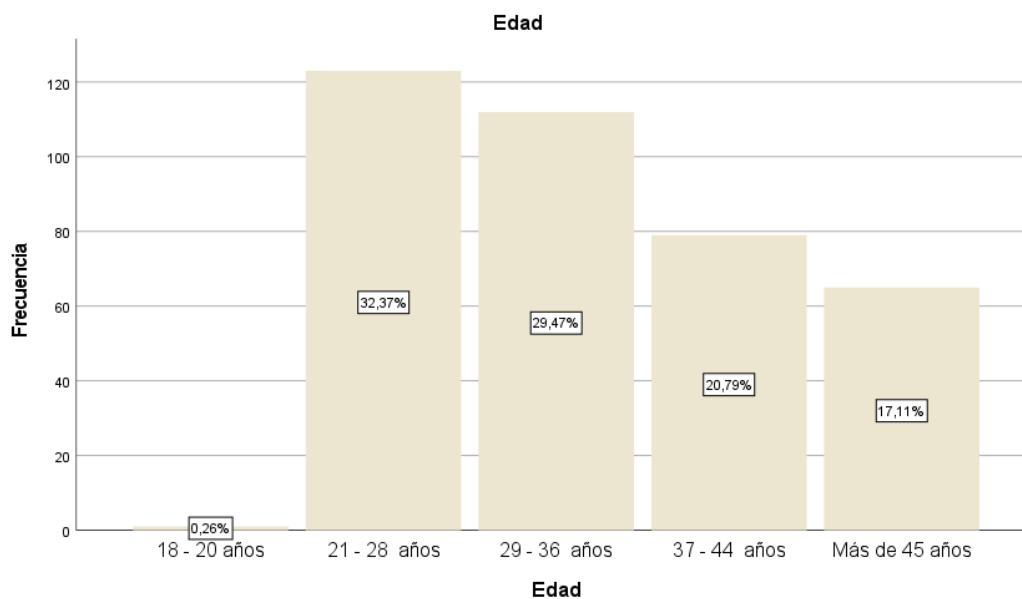
Tabla 26 Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 - 20 años	1	,3	,3	,3
	21 - 28 años	123	32,4	32,4	32,6
	29 - 36 años	112	29,5	29,5	62,1
	37 - 44 años	79	20,8	20,8	82,9
	Más de 45 años	65	17,1	17,1	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Figura 18 Edad



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

En la siguiente recolección de datos, de la encuesta de septiembre del 2023, se observa que el 0,26% oscila entre los 18 y 20 años, el 32,37% entre los 21 y 28 años, el 29,47% entre los 29 a 36 años, el 20,79% entre los 37-44 años y finalmente el 17,11% entre los más de 45 años. En conclusión, los visitantes a Guano son jóvenes de entre 21-28 años siendo la mayoría estudiantes y visitan de lugares cercanos como Riobamba.

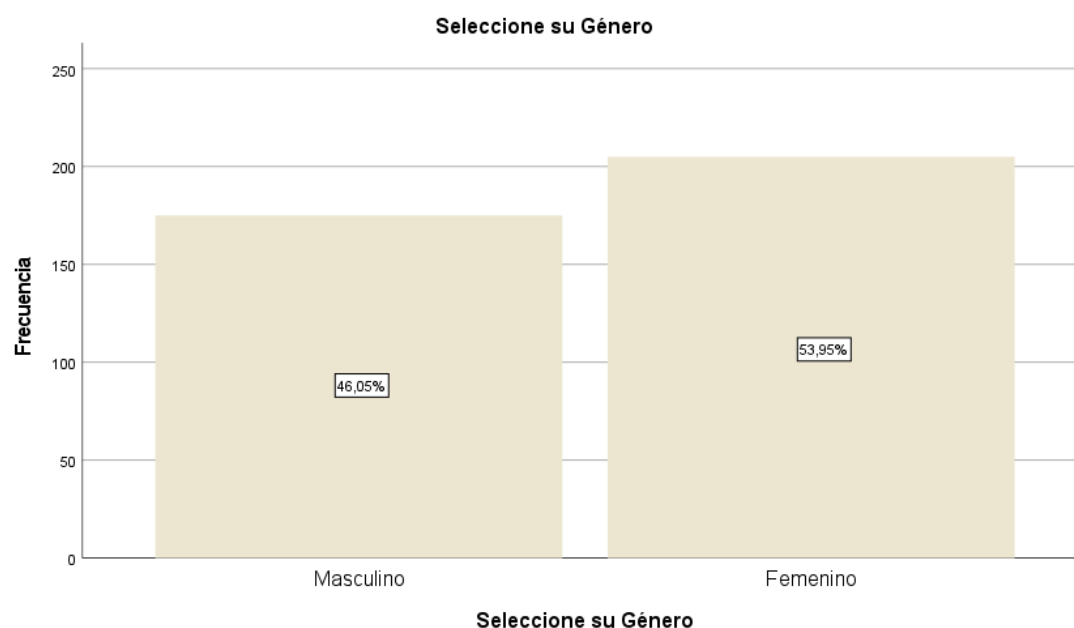
## 4.2.2 Género

**Tabla 27** Género

Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	175	46,1	46,1	46,1
	Femenino	205	53,9	53,9	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023  
Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 19** Género



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Del 100% de las encuestas realizadas se observa que el 46,05% son del género Masculino y el 53,95% son del género Femenino correspondiendo a 380 encuestas.

## 4.2.3 Nivel de Educación

**Tabla 28** Nivel de Educación

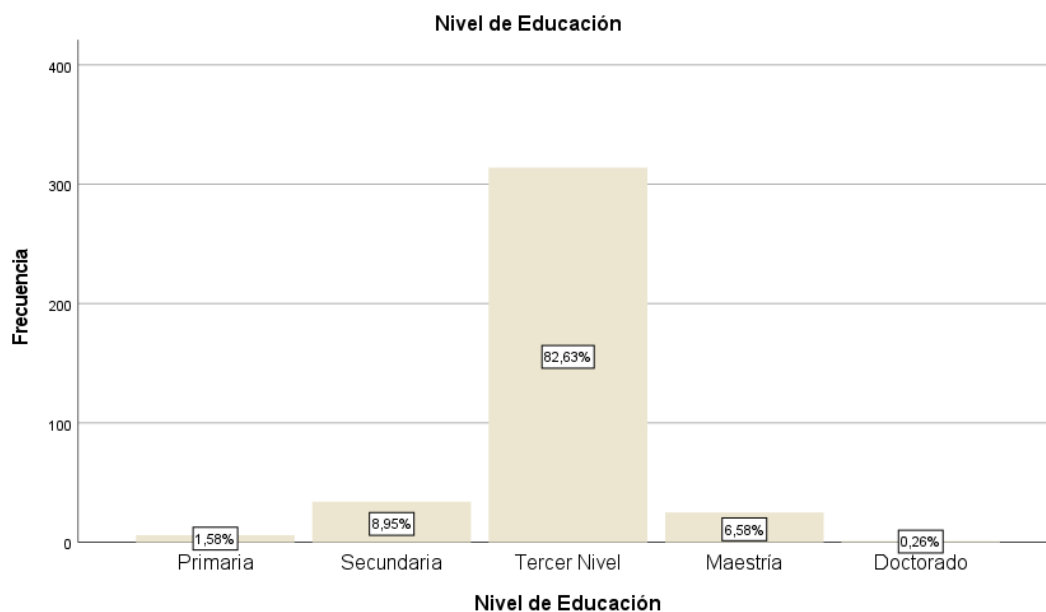
Nivel de Educación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	6	1,6	1,6	1,6

Secundaria	34	8,9	8,9	10,5
Tercer Nivel	314	82,6	82,6	93,2
Maestría	25	6,6	6,6	99,7
Doctorado	1	,3	,3	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 20 Nivel de Educación**



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según los resultados de las encuestas realizadas en septiembre del 2023, el nivel de educación de los visitantes que llegan al destino Guano el 92,63% llevan un nivel de educación de Tercer Nivel (Universitaria) y el 0,26% Doctorado. En conclusión, quienes visitan Guano son jóvenes estudiantes que residen a los alrededores.

#### 4.2.4 Permanencia

**Tabla 29 Permanencia**

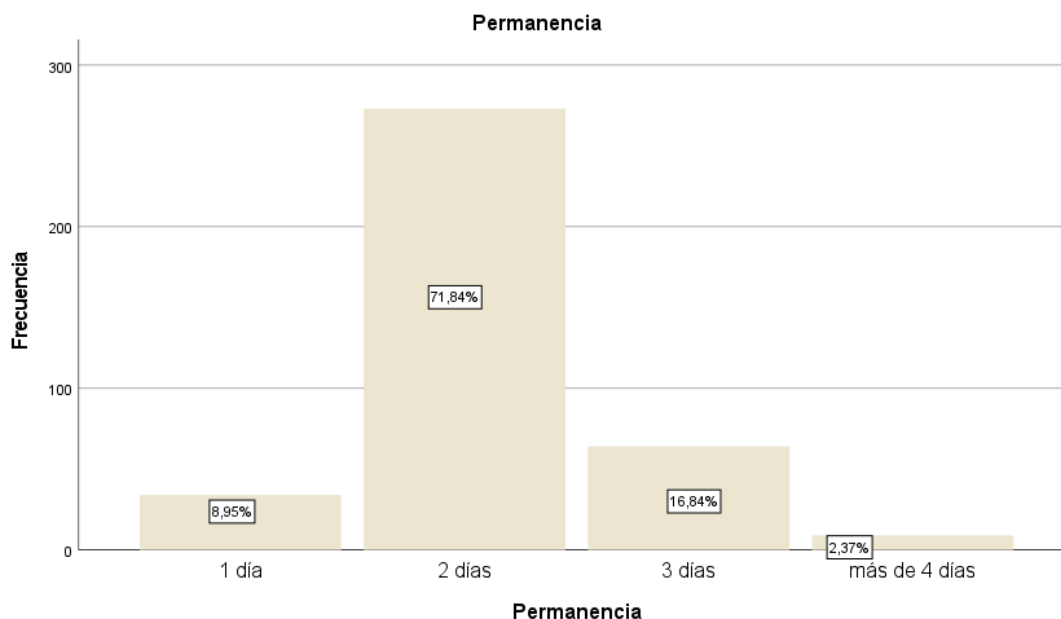
		Permanencia			Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	1 día	34	8,9	8,9	8,9
	2 días	273	71,8	71,8	80,8
	3 días	64	16,8	16,8	97,6

más de 4 días	9	2,4	2,4	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 21 Permanencia**



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

En los siguientes resultados menciona que el 71,84% permanecen en el destino Guano 2 días, el 16,84 permanecen 3 días, el 8,95% permanecen 1 día y el 2,37% prefieren permanecer en el destino Guano más de 4 días.

#### 4.2.5 Procedencia

**Tabla 30 Procedencia**

		Procedencia			Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	Alausí	2	,5	,5	,5
	Ambato	32	8,4	8,4	8,9
	Baños	9	2,4	2,4	11,3
	Cañar	33	8,7	8,7	20,0
	Carchi	1	,3	,3	20,3
	Cayambe	5	1,3	1,3	21,6
	Chunchi	5	1,3	1,3	22,9

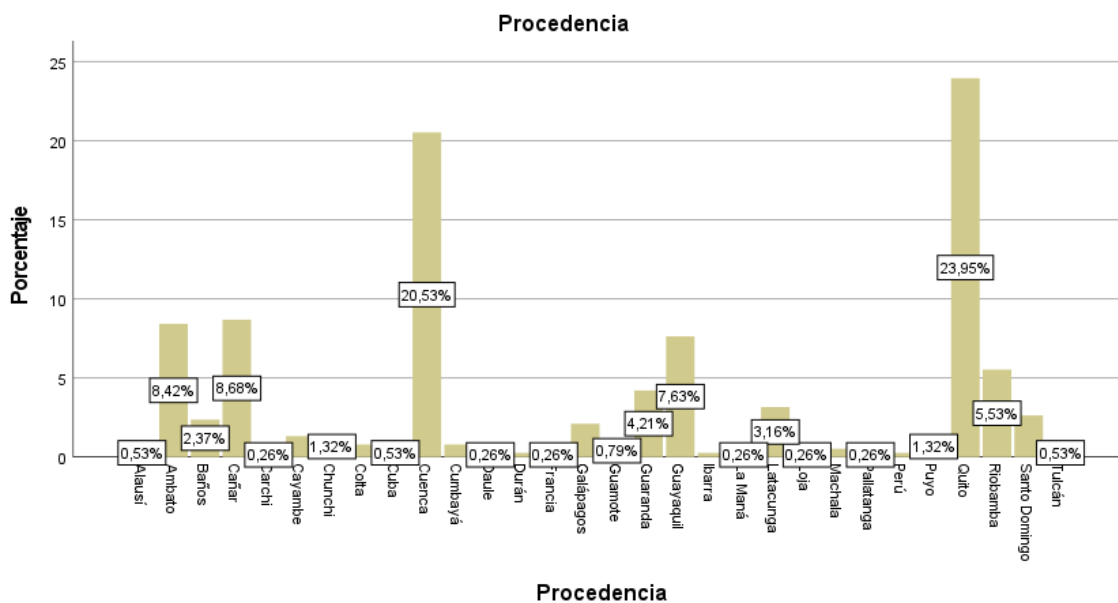


Colta	3	,8	,8	23,7
Cuba	2	,5	,5	24,2
Cuenca	78	20,5	20,5	44,7
Cumbayá	3	,8	,8	45,5
Daule	1	,3	,3	45,8
Durán	1	,3	,3	46,1
Francia	1	,3	,3	46,3
Galápagos	8	2,1	2,1	48,4
Guamote	3	,8	,8	49,2
Guaranda	16	4,2	4,2	53,4
Guayaquil	29	7,6	7,6	61,1
Ibarra	1	,3	,3	61,3
La Maná	1	,3	,3	61,6
Latacunga	12	3,2	3,2	64,7
Loja	1	,3	,3	65,0
Machala	2	,5	,5	65,5
Pallatanga	1	,3	,3	65,8
Perú	1	,3	,3	66,1
Puyo	5	1,3	1,3	67,4
Quito	91	23,9	23,9	91,3
Riobamba	21	5,5	5,5	96,8
Santo Domingo	10	2,6	2,6	99,5
Tulcán	2	,5	,5	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 22** *Procedencia*



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

En los resultados arrojados a través de la encuesta se observa que el 23,95% llegan de la ciudad de Quito, el 20,53% vienen desde la ciudad de Cuenca. En conclusión, los visitantes que llegan a Guano son personas que viven a los alrededores, pero muchos otros vienen de sus lugares de procedencia.

#### 4.2.6 ¿Ha estado anteriormente en este Destino?

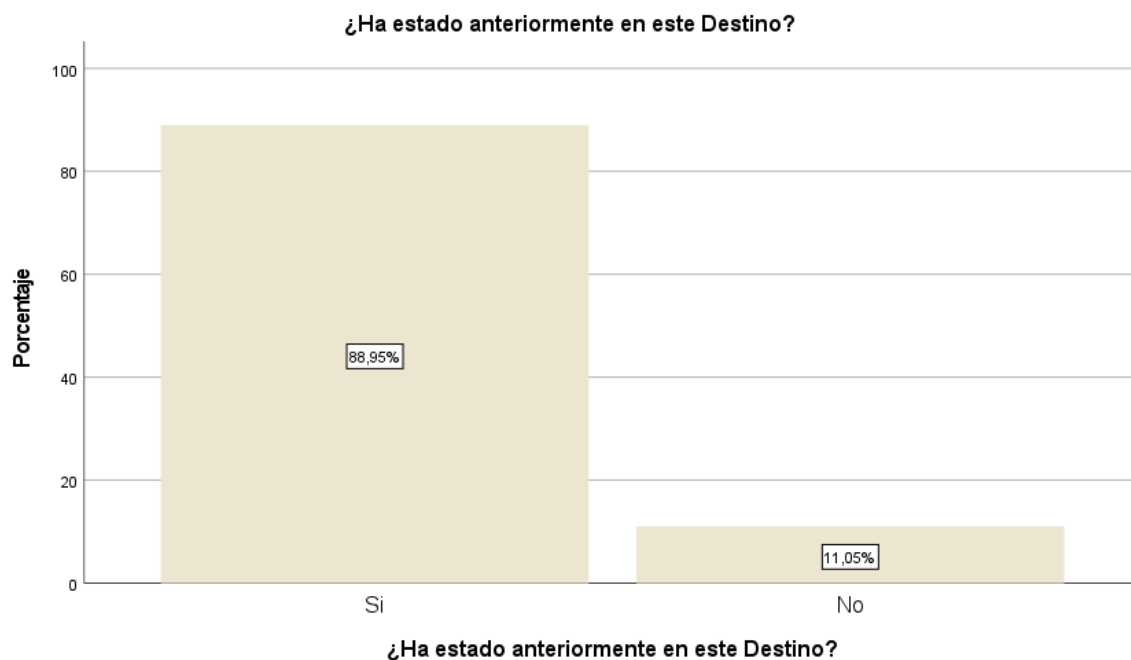
Tabla 31 ¿Ha estado anteriormente en este Destino?

		¿Ha estado anteriormente en este Destino?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	338	88,9	88,9	88,9
	No	42	11,1	11,1	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Figura 23 ¿Ha estado anteriormente en este Destino?



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

El 88,95% mencionan haber estado anteriormente en el destino y el 11,05% menciona no haber estado en el destino. En conclusión, el 88,95% de los visitantes encuestados en el destino si han estado anteriormente en Guano.

#### 4.2.7 ¿Recomendaría este Destino?

**Tabla 32** ¿Recomendaría este Destino?

		¿Recomendaría este Destino?			Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	Si	360	94,7	94,7	94,7
	No	20	5,3	5,3	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 24** ¿Recomendaría este Destino?



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según los datos obtenidos de las encuestas, el 94.74 % de los visitantes recomendaran, sin embargo, el 5,26% no lo recomendaría, ya que muchos mencionan que las actividades a realizarse en el destino son monótonas. En conclusión, los visitantes encuestados si recomiendan el destino Guano, sin embargo, muchos de ellos recomiendas que debería crearse nuevas alternativas para hacer turismo.

#### 4.2.8 El alojamiento dispone de habitaciones adecuadas

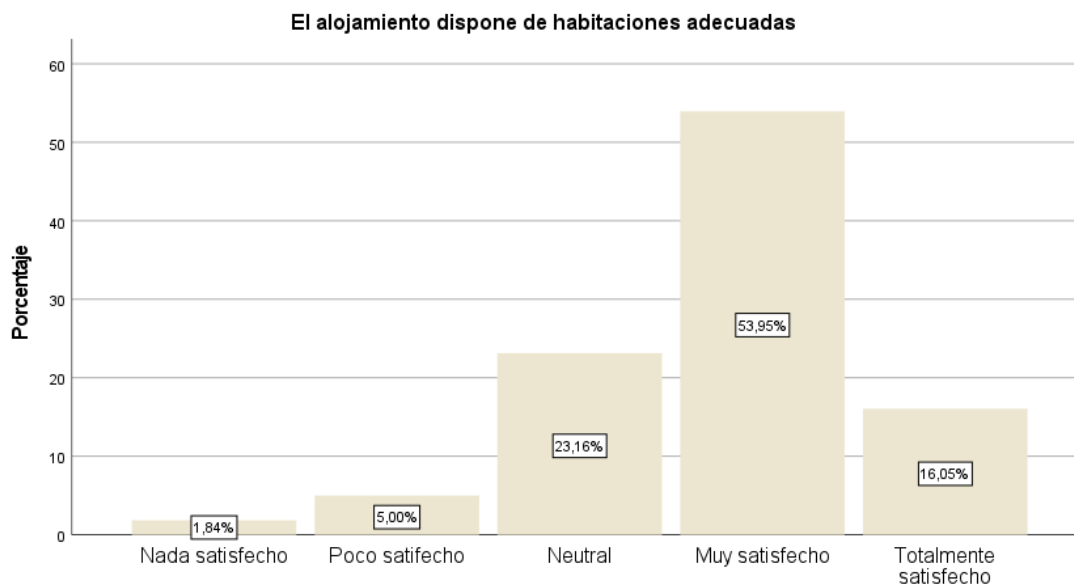
**Tabla 33** El alojamiento dispone de habitaciones adecuadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	7	1,8	1,8	1,8
	Poco satisfecho	19	5,0	5,0	6,8
	Neutral	88	23,2	23,2	30,0
	Muy satisfecho	205	53,9	53,9	83,9
	Totalmente satisfecho	61	16,1	16,1	100,0
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 25** El alojamiento dispone de habitaciones adecuadas



**El alojamiento dispone de habitaciones adecuadas**

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Con respecto a las habitaciones adecuadas de los alojamientos en el destino Guano arrojan los siguientes datos el 53,95% están muy satisfechos y el 1,84% nada satisfecho. En conclusión, la satisfacción del visitante es muy importante por lo que se debería adecuar de mejor manera las habitaciones para la comodidad de los clientes.

#### 4.2.9 Las instalaciones físicas de las empresas turísticas son visualmente atractivas

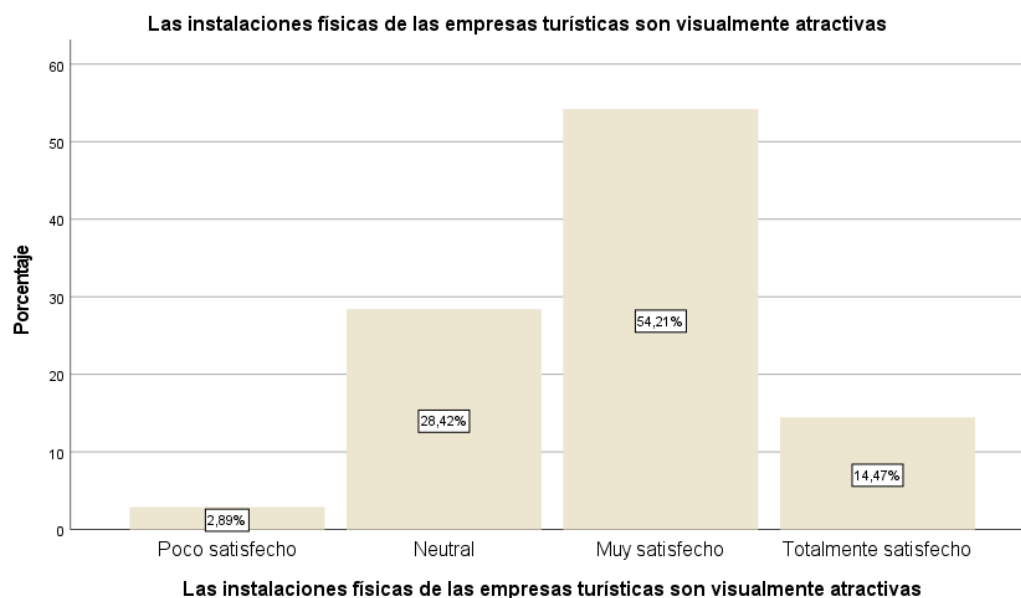
**Tabla 34** Las Instalaciones físicas de las empresas turísticas son visualmente atractivas

<b>Las instalaciones físicas de las empresas turísticas son visualmente atractivas</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	11	2,9	2,9	2,9
	Neutral	108	28,4	28,4	31,3
	Muy satisfecho	206	54,2	54,2	85,5
	Totalmente satisfecho	55	14,5	14,5	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 26** Las instalaciones físicas de las empresas turísticas son visualmente atractivas



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023  
 Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Los resultados con respecto a las instalaciones físicas de las empresas turísticas son visualmente atractivos deduce que, el 54,21% están muy satisfechos y el 2.89% sostiene estar poco satisfecho. En conclusión, las instalaciones físicas de las empresas deberían ser llamativas para que el turista solo con ver se anime a adquirir los productos o servicios que ofertan.

#### **4.2.10 El estado de los elementos de los atractivos y servicios turísticos (mobiliaria, equipamiento, instalaciones, infraestructura, conservación ambiental)**

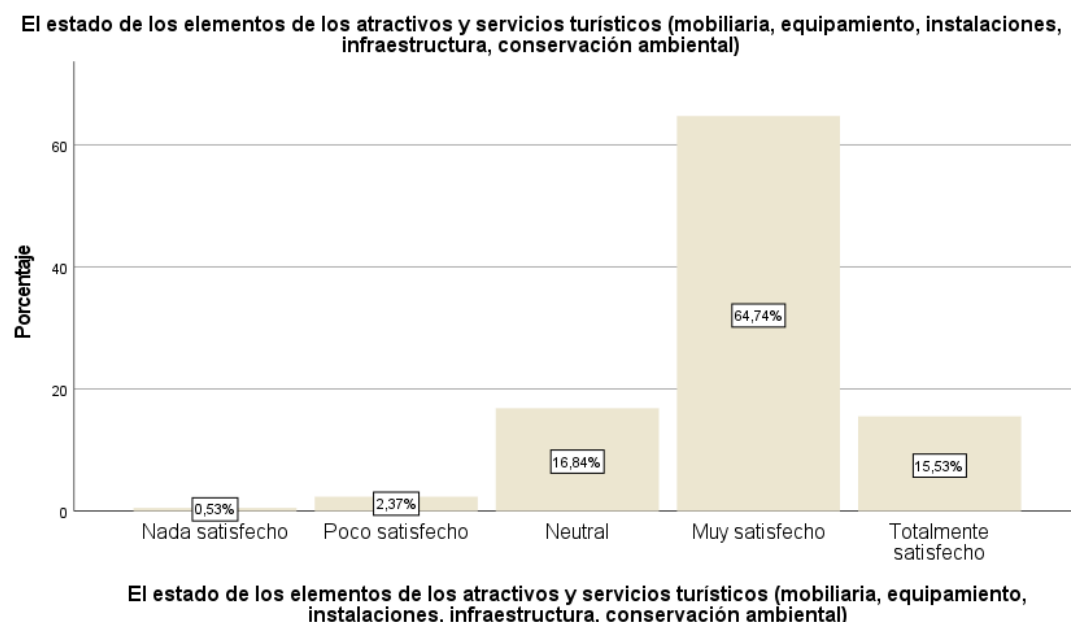
*Tabla 35 El estado de los elementos de los atractivos y servicios turísticos (mobiliaria, equipamiento, instalaciones, infraestructura, conservación ambiental).*

**El estado de los elementos de los atractivos y servicios turísticos (mobiliaria, equipamiento, instalaciones, infraestructura, conservación ambiental)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	2	,5	,5	,5
	Poco satisfecho	9	2,4	2,4	2,9
	Neutral	64	16,8	16,8	19,7
	Muy satisfecho	246	64,7	64,7	84,5
	Totalmente satisfecho	59	15,5	15,5	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023  
 Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 27** El estado de los elementos de atractivos y servicios turísticos (mobiliaria, equipamiento, instalaciones, infraestructura, conservación ambiental)



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Los resultados de la siguiente pregunta sobre el estado de conservación de los atractivos y servicios turísticos (mobiliaria, equipamiento, instalaciones, infraestructura, conservación ambiental) el 64,74% están muy satisfecho y el 0,53% nada satisfecho. En conclusión, los atractivos y servicios deberían crear estrategias de mejora y mantenimiento conservando cada elemento.

#### **4.2.11 La infraestructura física de las empresas turísticas está de acuerdo con todo lo ofertado el espacio**

**Tabla 36** La infraestructura física de las empresas turísticas está de acuerdo con todo lo ofertado el espacio.

##### **La infraestructura física de las empresas turísticas está de acuerdo con todo lo ofertado el espacio**

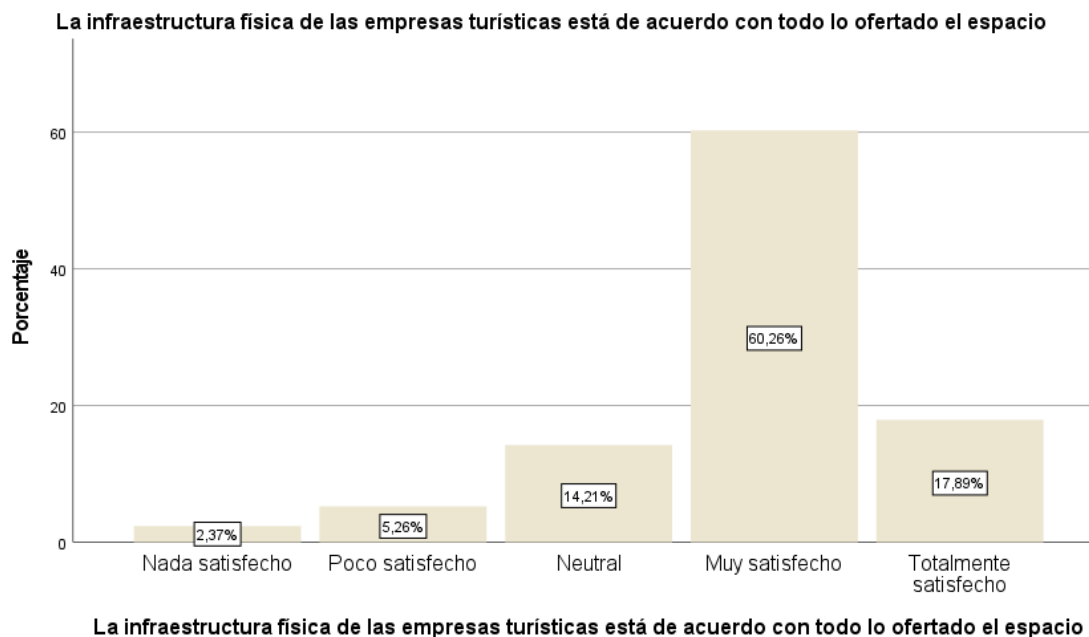
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	9	2,4	2,4	2,4
	Poco satisfecho	20	5,3	5,3	7,6
	Neutral	54	14,2	14,2	21,8
	Muy satisfecho	229	60,3	60,3	82,1
	Totalmente satisfecho	68	17,9	17,9	100,0

Total	380	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 28** La infraestructura física de las empresas turísticas está de acuerdo con todo lo ofertado el espacio



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Los datos obtenidos son los siguientes: el 60,26 % de los visitantes están muy satisfechos con el espacio ofertado, el 2,37 % están poco satisfechos. En conclusión, se debería dar mantenimiento de manera periódica para que los visitantes no se sientan estafados con la publicidad hecho en redes.

#### 4.2.12 Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano muestran interés por aclarar sus dudas

**Tabla 37** Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano muestran interés por aclarar sus dudas

**Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano muestran interés por aclarar sus dudas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	28	7,4	7,4	7,4
	Neutral	70	18,4	18,4	25,8
	Muy satisfecho	182	47,9	47,9	73,7
	Totalmente satisfecho	100	26,3	26,3	100,0

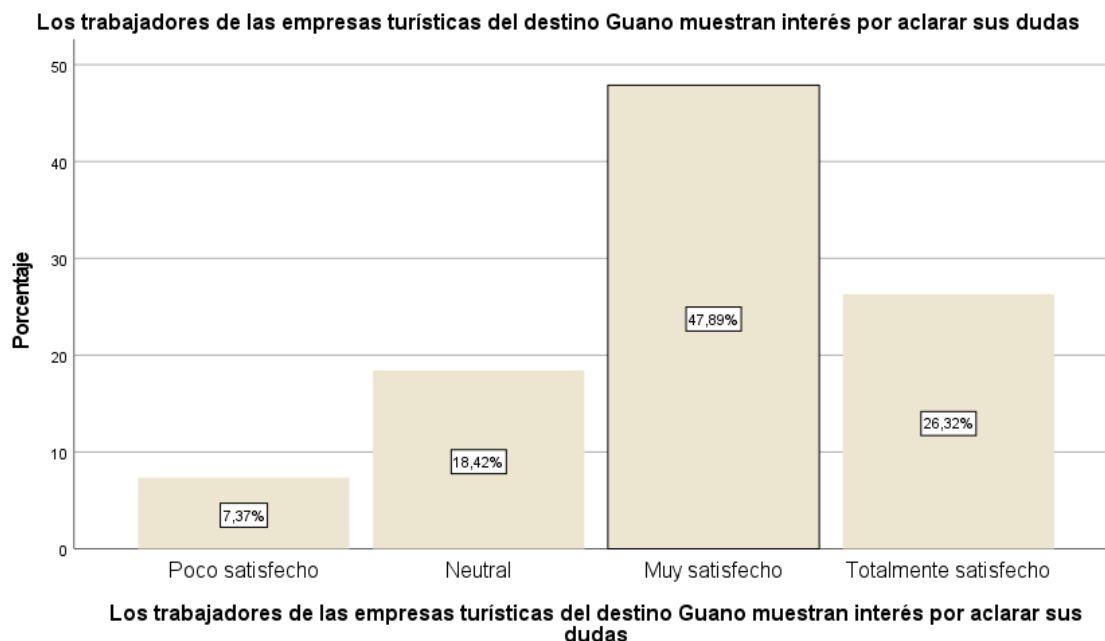


Total	380	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 29** Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano muestran interés por aclarar sus dudas



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Los resultados de las encuestas realizadas a los visitantes del destino Guano, sobre el interés que muestran los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano tiene que el 47, 89% están muy satisfechos por el interés que muestran los trabajadores para aclarar sus dudas y el 7,37% están poco satisfecho. En conclusión, se debería brindar capacitaciones a los trabajadores con respecto a la información de Guano para que no sea alterada.

#### **4.2.13 Las formas de pago (transferencia bancaria, pago con tarjeta) que usan las empresas turísticas del destino Guano son confiables.**

**Tabla 38** Las formas de pago (transferencia bancaria, pagos con tarjeta) que usan las empresas turísticas del destino Guano son confiables.

**Las formas de pago (transferencia bancaria, pagos con tarjeta) que usan las empresas turísticas del destino Guano son confiables.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	26	6,8	6,8	6,8
	Neutral	87	22,9	22,9	29,7

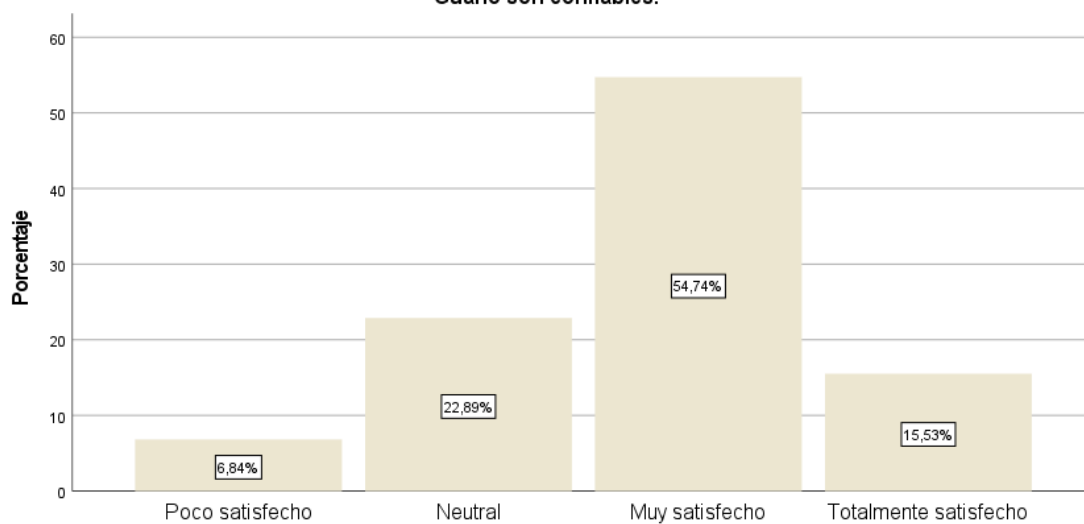
Muy satisfecho	208	54,7	54,7	84,5
Totalmente satisfecho	59	15,5	15,5	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 30** Las formas de pago (transferencia bancaria, pagos con tarjeta) que usan las empresas turísticas del destino Guano son confiables.

**Las formas de pago (transferencia bancaria, pagos con tarjeta) que usan las empresas turísticas del destino Guano son confiables.**



**Las formas de pago (transferencia bancaria, pagos con tarjeta) que usan las empresas turísticas del destino Guano son confiables.**

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Los resultados sobre las formas de pago que usan las empresas turísticas en el destino Guano reflejan que el 54.74 % están muy satisfechos y el 6.84 % no están satisfechas. En conclusión, se debería buscar alternativas de seguridad para que el cliente se sienta seguro de no ser estafado.

#### 4.2.14 los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, son amables

**Tabla 39** Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, son amables.

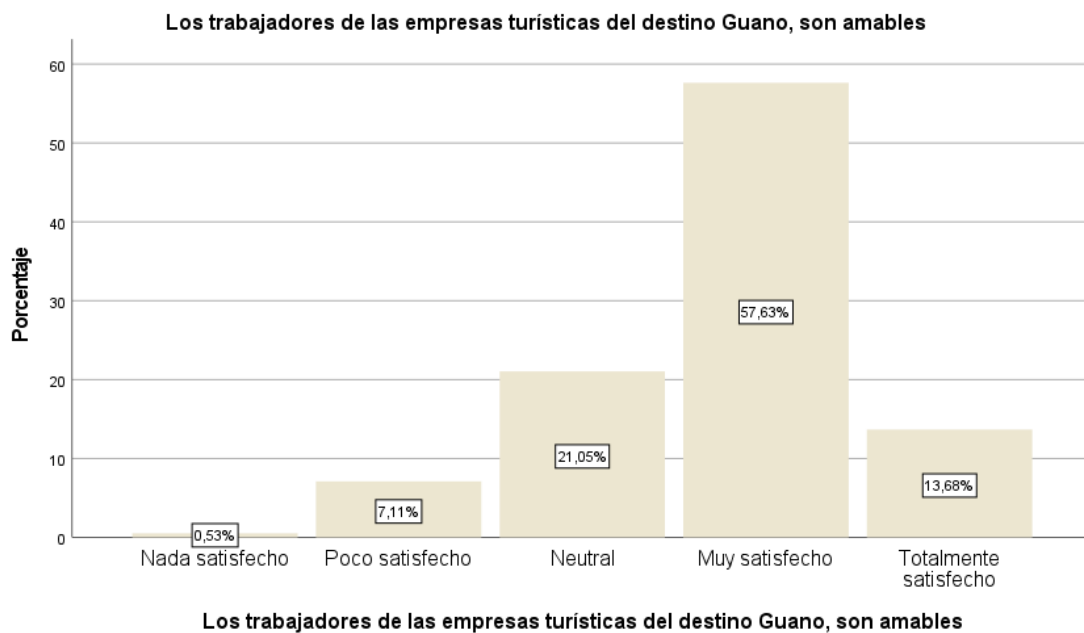
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	2	,5	,5	,5
	Poco satisfecho	27	7,1	7,1	7,6
	Neutral	80	21,1	21,1	28,7

Muy satisfecho	219	57,6	57,6	86,3
Totalmente satisfecho	52	13,7	13,7	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 31** Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, son amables.



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según datos estadísticos los encuestados mencionan que los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano son amables con el 57,63% siendo el valor más alto de satisfacción mientras el 0,53 % el más bajo de satisfacción. En conclusión, es beneficioso para los turistas ser atendidos como a ellos les guste, sin embargo, hay que crear nuevas estrategias para mejorar la atención y así obtener el 100% de satisfacción de los visitantes.

#### 4.2.15 Los trabajadores de las empresas turísticas son eficientes (cumple un trabajo o función a la perfección)

**Tabla 40** Los trabajadores de las empresas turísticas son eficientes (cumple un trabajo o función a la perfección).

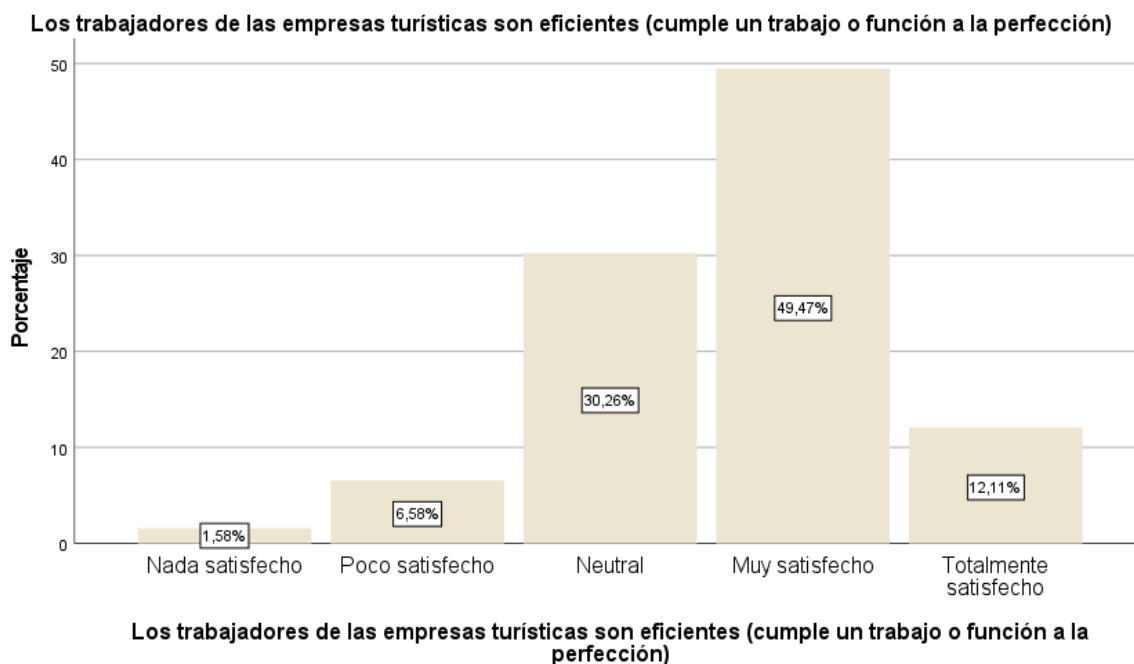
<b>Los trabajadores de las empresas turísticas son eficientes (cumple un trabajo o función a la perfección)</b>			
Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	Nada satisfecho	6	1,6	1,6	1,6
	Poco satisfecho	25	6,6	6,6	8,2
	Neutral	115	30,3	30,3	38,4
	Muy satisfecho	188	49,5	49,5	87,9
	Totalmente satisfecho	46	12,1	12,1	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 32** Los trabajadores de las empresas turísticas son eficientes (cumple un trabajo o función a la perfección).



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según datos estadísticos los trabajadores son eficaces con el 49,47% siendo el valor más alto de satisfacción mientras el 1,58% es el más bajo de satisfacción. En conclusión, la eficacia de los trabajadores es fundamental para satisfacer a los clientes, sin embargo, se debería capacitar al personal para que el 100% de los visitantes estén satisfechos.

#### **4.2.16 Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano informan a los clientes el tiempo en el que se concluirá su pedido**

**Tabla 41** Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano informan a los clientes el tiempo en el que se concluirá su pedido.

**Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano informan a los clientes el tiempo en el que se concluirá su pedido**

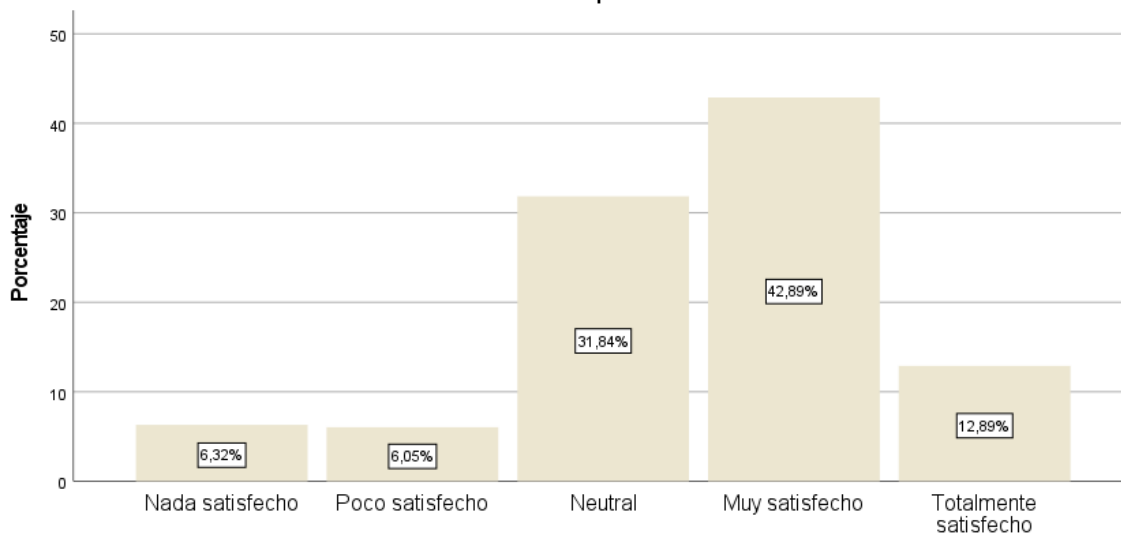
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	24	6,3	6,3	6,3
	Poco satisfecho	23	6,1	6,1	12,4
	Neutral	121	31,8	31,8	44,2
	Muy satisfecho	163	42,9	42,9	87,1
	Totalmente satisfecho	49	12,9	12,9	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 33** Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano informan a los clientes el tiempo en el que se concluirá su pedido.

**Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano informan a los clientes el tiempo en el que se concluirá su pedido**



**Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano informan a los clientes el tiempo en el que se concluirá su pedido**

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según datos estadísticos el servicio brindado por parte de los trabajadores está con el 42,89% siendo el valor más alto de satisfacción y con el 6,32% el valor más bajo de satisfacción. Se concluye, los trabajadores deberían ser capacitados y orientados para brindar un mejor servicio al cliente sin omitir cualquier situación que sea molesto para el visitante obteniendo así el 100% de clientes satisfechos.

#### **4.2.17 Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, atienden con rapidez a sus clientes**

**Tabla 42** Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, atienden con rapidez a sus clientes.

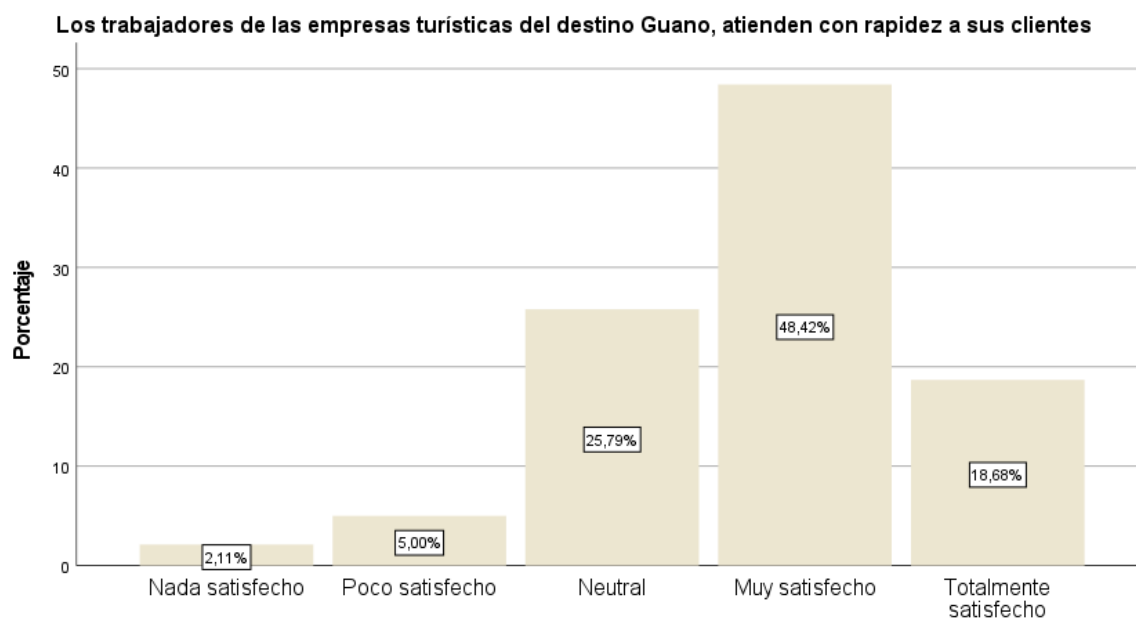
**Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, atienden con rapidez a sus clientes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	8	2,1	2,1	2,1
	Poco satisfecho	19	5,0	5,0	7,1
	Neutral	98	25,8	25,8	32,9
	Muy satisfecho	184	48,4	48,4	81,3
	Totalmente satisfecho	71	18,7	18,7	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 34** Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, atienden con rapidez a sus clientes



**Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, atienden con rapidez a sus clientes**

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según datos estadísticos el 48,42% es el valor más alto de satisfacción y el 2,11% el más bajo. Se concluye, la capacitación y orientación del personal para brindar una mejor atención y así obtener el 100% de satisfacción del cliente.

**4.2.18 Los trabajadores de las empresas turísticas siempre están dispuestos ayudar**

**Tabla 43** Los trabajadores de las empresas turísticas siempre están dispuestos ayudar.

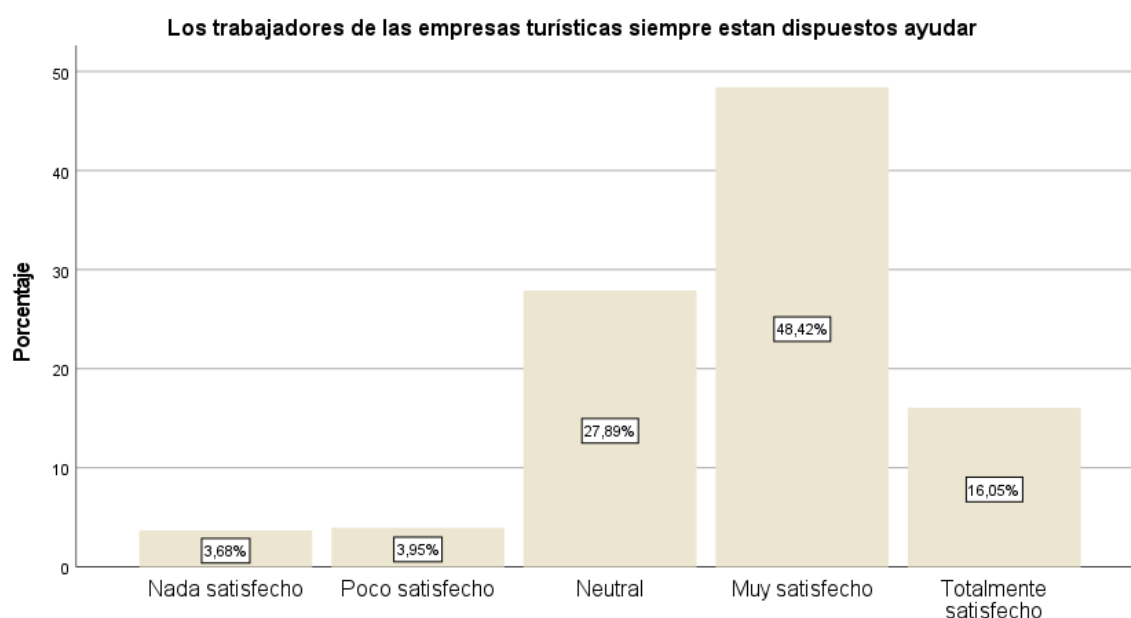
### Los trabajadores de las empresas turísticas siempre están dispuestos ayudar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	14	3,7	3,7	3,7
	Poco satisfecho	15	3,9	3,9	7,6
	Neutral	106	27,9	27,9	35,5
	Muy satisfecho	184	48,4	48,4	83,9
	Totalmente satisfecho	61	16,1	16,1	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 35** Los trabajadores de las empresas turísticas siempre están dispuestos ayudar.



**Los trabajadores de las empresas turísticas siempre están dispuestos ayudar**

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según datos estadísticos el 27,89% es el valor más alto de satisfacción y el 3,68% el valor más bajo. En conclusión, se debería capacitar y orientar al personal de las empresas turísticas para que puedan ayudar a los visitantes que encuentren en cualquier situación que requieran de ayuda y así obtener el 100% de los clientes satisfechos.

#### 4.2.19 Los trabajadores de las empresas turísticas están dispuestos para responder algunas preguntas

**Tabla 44** Los trabajadores de las empresas turísticas están dispuestos para responder algunas preguntas.

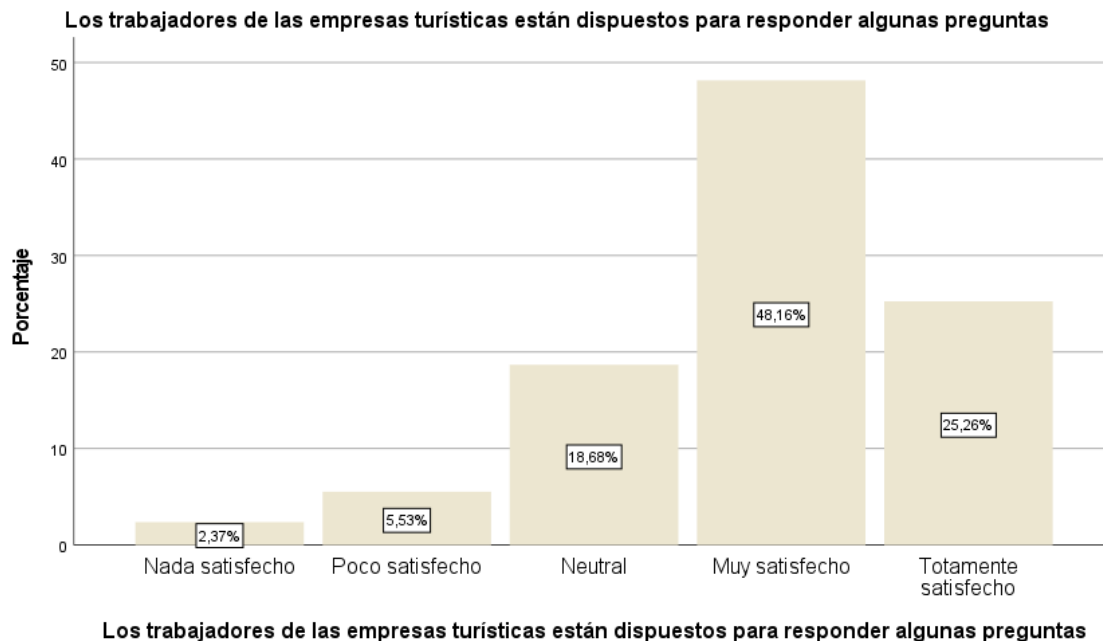
**Los trabajadores de las empresas turísticas están dispuestos para responder algunas preguntas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	9	2,4	2,4	2,4
	Poco satisfecho	21	5,5	5,5	7,9
	Neutral	71	18,7	18,7	26,6
	Muy satisfecho	183	48,2	48,2	74,7
	Totalmente satisfecho	96	25,3	25,3	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 36** Los trabajadores de las empresas turísticas están dispuestos para responder algunas preguntas.



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según datos estadísticos el 48,16% es el valor más alto de satisfacción y el 2,37% el más bajo. En conclusión, se debería brindar capacitaciones y orientar al personal para que puedan responder preguntas independientemente del lugar en donde se encuentre así se podrá obtener el 100% de visitantes satisfechos.



#### 4.2.20 El comportamiento del administrador y trabajadores de las empresas turísticas transmiten confianza

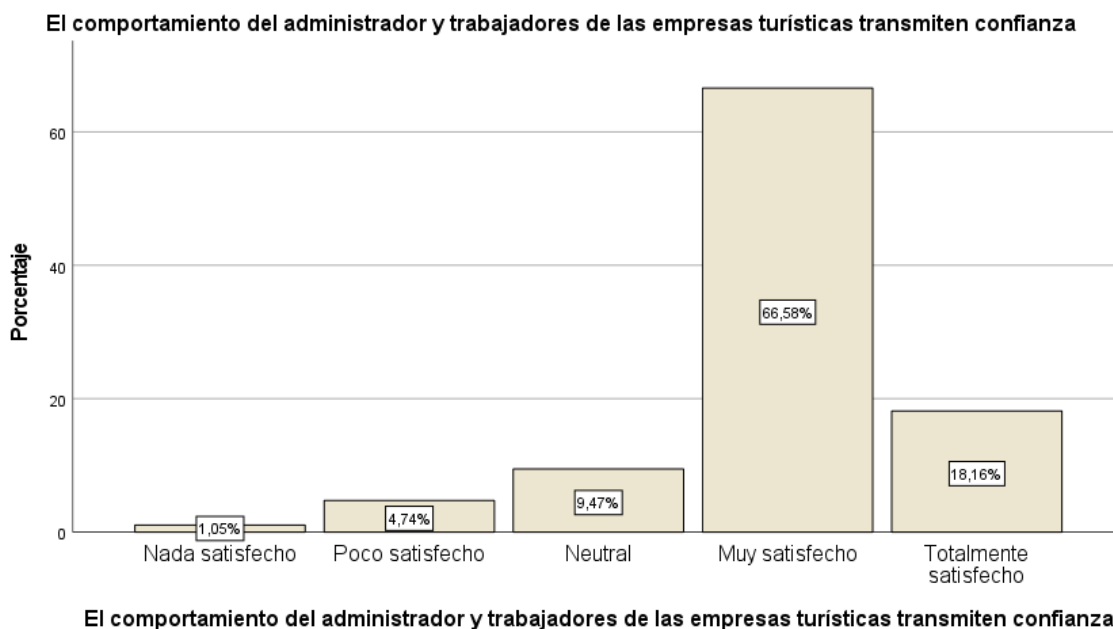
**Tabla 45** El comportamiento del administrador y trabajadores de las empresas turísticas transmiten confianza.

El comportamiento del administrador y trabajadores de las empresas turísticas transmiten confianza		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	4	1,1	1,1	1,1
	Poco satisfecho	18	4,7	4,7	5,8
	Neutral	36	9,5	9,5	15,3
	Muy satisfecho	253	66,6	66,6	81,8
	Totalmente satisfecho	69	18,2	18,2	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 37** El comportamiento del administrador y trabajadores de las empresas turísticas transmiten confianza.



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según datos estadísticos con el 66,65% siendo el valor más alto de satisfacción y el 1,05% el más bajo. Se concluye que, el comportamiento de los trabajadores no transmite confianza al

100%, por lo que hay que hacer encuestas a los trabajadores y dar seguimiento a cada uno para mejorar el ambiente laboral y así puedan transmitir confianza a los turistas.

#### 4.2.21 Proporcionan seguridad dentro de los atractivos y servicios turísticos

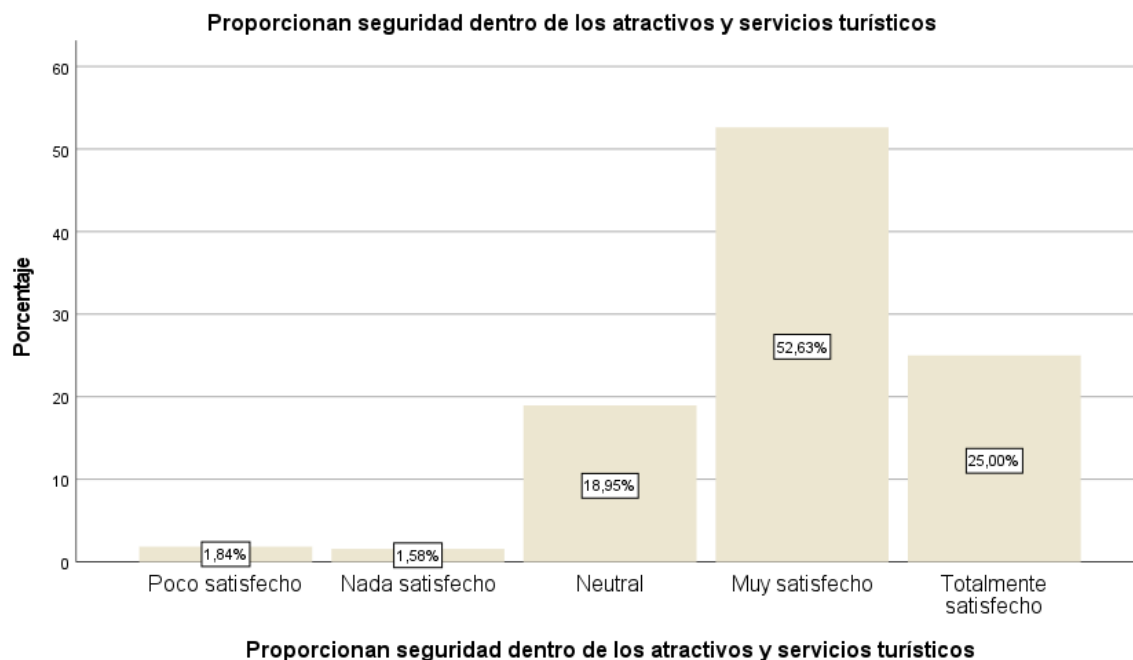
**Tabla 46** Proporcionan seguridad dentro de los atractivos y servicios turísticos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	7	1,8	1,8	1,8
	Nada satisfecho	6	1,6	1,6	3,4
	Neutral	72	18,9	18,9	22,4
	Muy satisfecho	200	52,6	52,6	75,0
	Totalmente satisfecho	95	25,0	25,0	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 38** Proporcionan seguridad dentro de los atractivos y servicios turísticos.



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según datos estadísticos con el 52,63% siendo el valor más alto de satisfacción y el 1,84% el más bajo. En conclusión, se debería crear estrategias de seguridad y dar seguimiento para una mejora continua dentro de los atractivos y servicios turísticos.

#### 4.2.22 Durante su estancia en el destino Guano se sintió cómodo y seguro

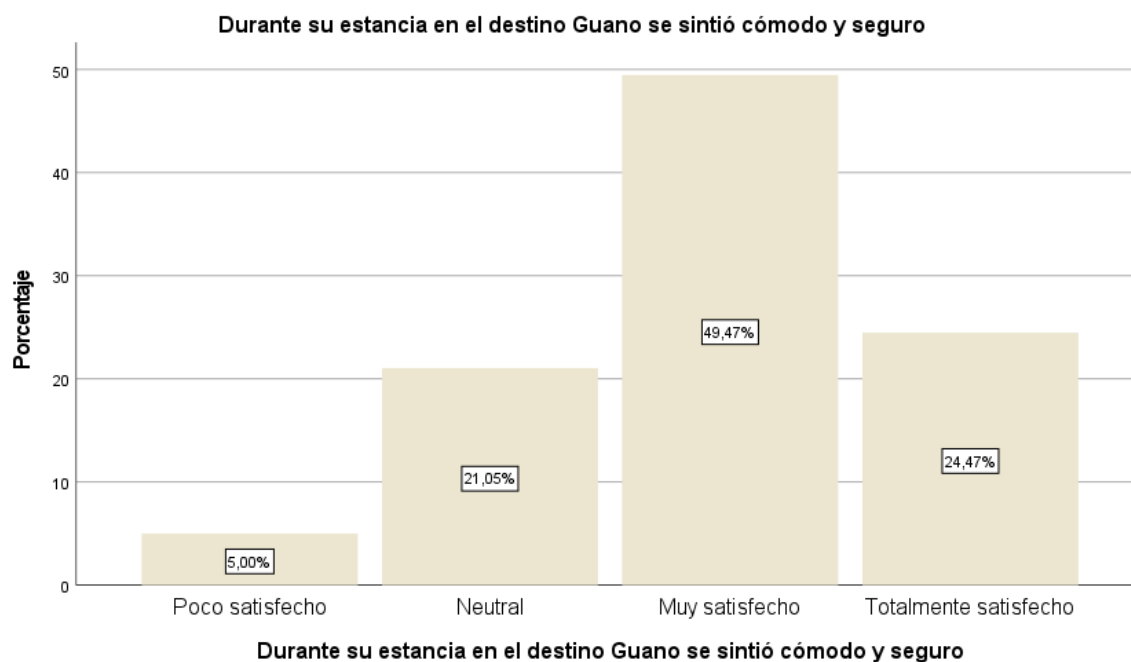
Tabla 47 Durante su estancia en el destino Guano se sintió cómodo y seguro.

Durante su estancia en el destino Guano se sintió cómodo y seguro					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	19	5,0	5,0	5,0
	Neutral	80	21,1	21,1	26,1
	Muy satisfecho	188	49,5	49,5	75,5
	Totalmente satisfecho	93	24,5	24,5	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Figura 39 Durante su estancia en el destino Guano se sintió cómodo y seguro.



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según datos estadísticos el 49,47% es el valor más alto de satisfacción y el 5% el más bajo. En conclusión, es necesario crear

#### 4.2.23 Los trabajadores de las empresas turísticas le brindan una atención personalizada

Tabla 48 Los trabajadores de las empresas turísticas le brindan una atención personalizada.

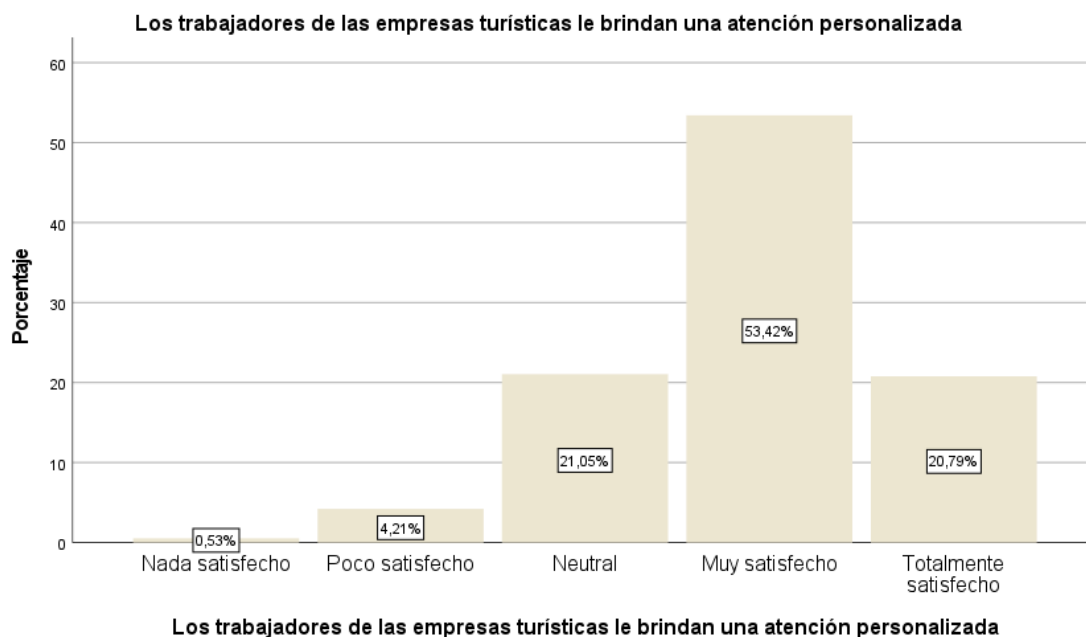
**Los trabajadores de las empresas turísticas le brindan una atención personalizada**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	2	,5	,5	,5
	Poco satisfecho	16	4,2	4,2	4,7
	Neutral	80	21,1	21,1	25,8
	Muy satisfecho	203	53,4	53,4	79,2
	Totalmente satisfecho	79	20,8	20,8	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 40** Los trabajadores de las empresas turísticas le brindan una atención personalizada



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según los datos estadísticos el 53,42% es el valor más alto de satisfacción y el 0,53 es el más bajo. En conclusión, se debería brindar nuevas formas de capacitar y orientar al personal para que la atención personalizada sea 100% satisfactoria y así mejorar la calidad del servicio en las empresas turísticas.

#### 4.2.24 Los trabajadores de las empresas turísticas comprenden sus necesidades

**Tabla 49** Los trabajadores de las empresas turísticas comprenden sus necesidades.

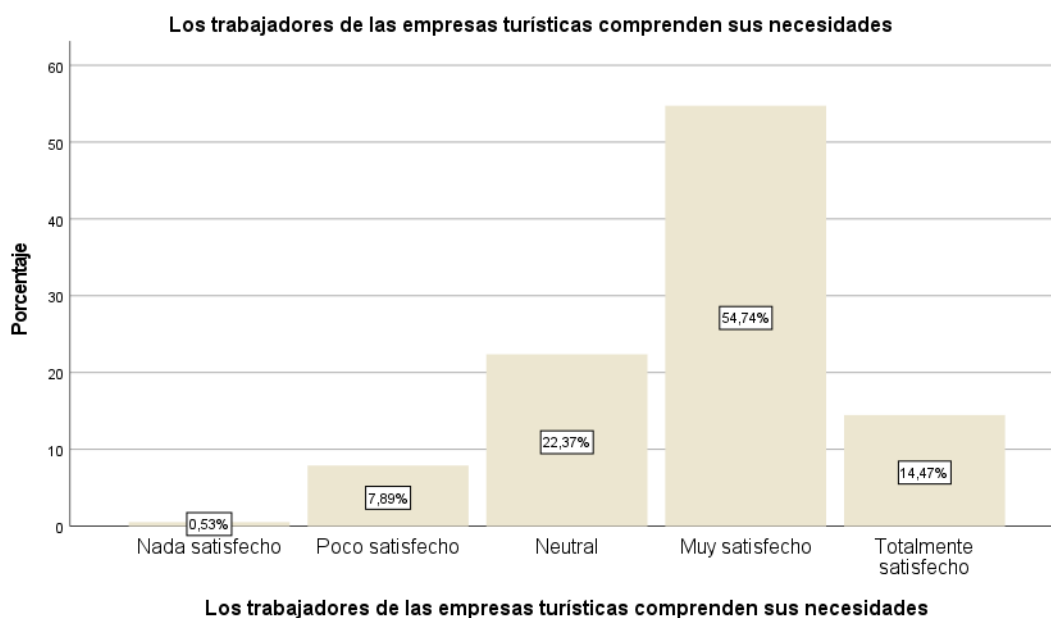
Los trabajadores de las empresas turísticas comprenden sus necesidades					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	Nada satisfecho	2	,5	,5	,5
	Poco satisfecho	30	7,9	7,9	8,4
	Neutral	85	22,4	22,4	30,8
	Muy satisfecho	208	54,7	54,7	85,5
	Totalmente satisfecho	55	14,5	14,5	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 41** Los trabajadores de las empresas turísticas comprenden sus necesidades.



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según los datos estadísticos el 54,74% es el valor más alto de satisfacción y el 0,53% el más bajo. En conclusión, los trabajadores deberían saber escuchar, reconocer y entender las necesidades de los clientes ofreciendo incentivos o motivándoles para que adquieran sus servicios o productos para que sea el 100% de visitantes satisfechos.

#### 4.2.25 Las empresas turísticas tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes

**Tabla 50** Las empresas turísticas tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.

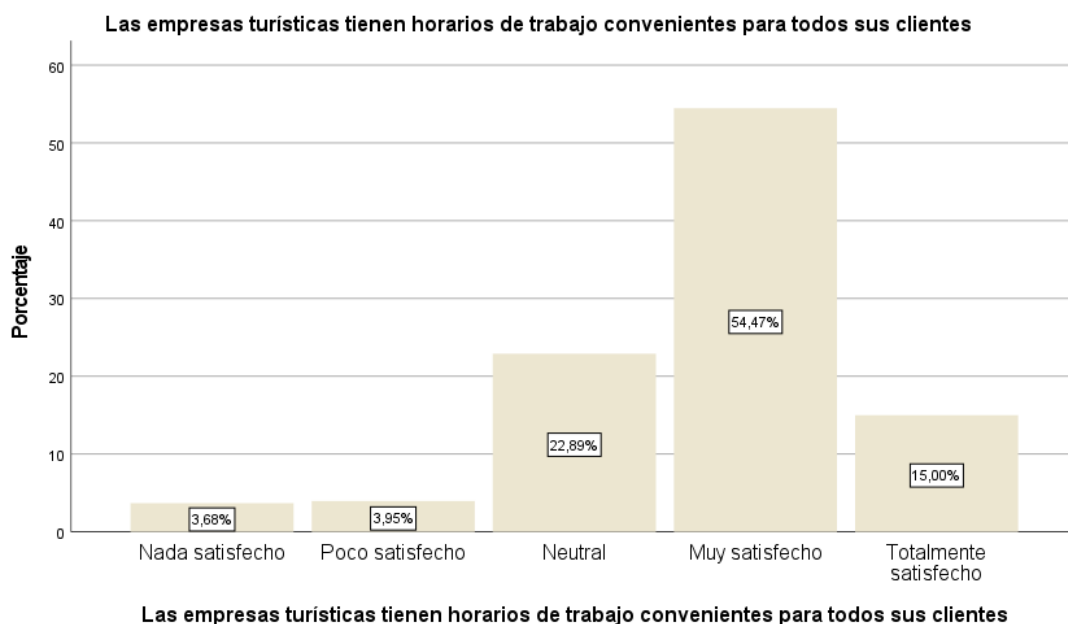
<b>Las empresas turísticas tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes</b>		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	14	3,7	3,7	3,7

Poco satisfecho	15	3,9	3,9	7,6
Neutral	87	22,9	22,9	30,5
Muy satisfecho	207	54,5	54,5	85,0
Totalmente satisfecho	57	15,0	15,0	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 42** Las empresas turísticas tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según los datos estadísticos con el 54,47% es el valor más alto de satisfacción y el 3,54% el más bajo. En conclusión, los visitantes están muy satisfechos con los horarios de las empresas turísticas para que así ambas partes puedan adquirir y vender sus servicios o productos.

#### 4.2.26 Los trabajadores de las empresas turísticas son sensibles y entienden sus emociones

**Tabla 51** Los trabajadores de las empresas turísticas son sensibles y entienden sus emociones.

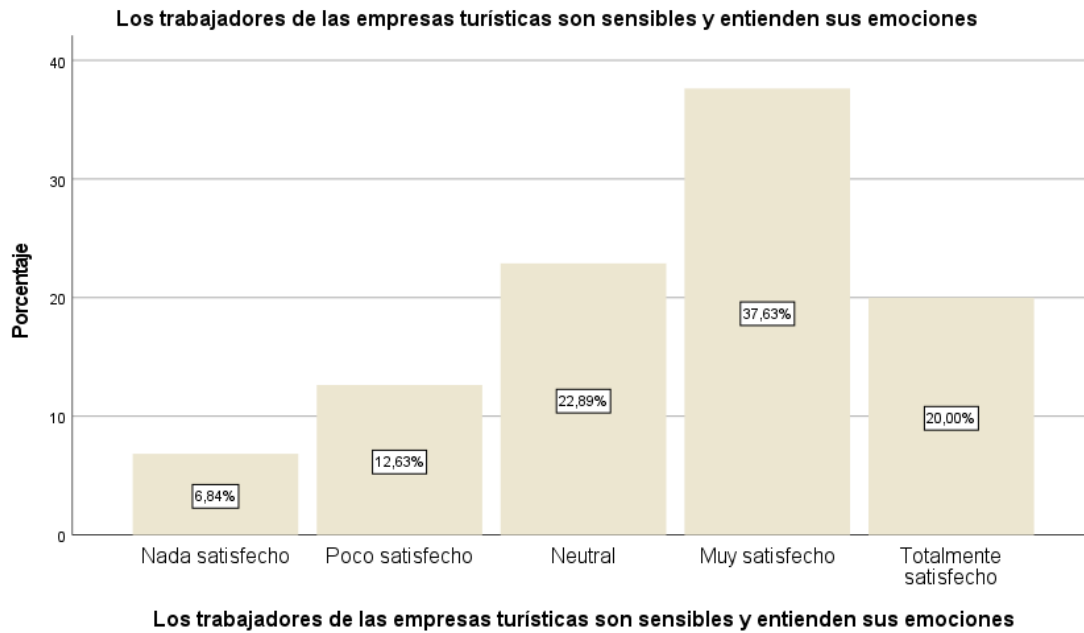
<b>Los trabajadores de las empresas turísticas son sensibles y entienden sus emociones</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	26	6,8	6,8	6,8
	Poco satisfecho	48	12,6	12,6	19,5
	Neutral	87	22,9	22,9	42,4

Muy satisfecho	143	37,6	37,6	80,0
Totalmente satisfecho	76	20,0	20,0	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

**Figura 43** Los trabajadores de las empresas turísticas son sensibles y entienden sus emociones.



Fuente: Encuestas aplicadas a los visitantes en septiembre del 2023

Elaborado por: Satian Lizeth, 2023

Según los resultados el 37,63% es el valor más alto de satisfacción y con el 6,84 el valor más bajo. Se concluye, que los trabajadorde deberían saber escuchar, reconocer y entender las necesidades de los clientes ofreciendo incentivos o motivándoles para que adquieran sus servicios o producto.

## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- En conclusión, la satisfacción del visitante está ligada a la calidad y diversidad de la oferta turística, la atención al cliente, la preservación de los atractivos naturales y la comunicación efectiva.
- El producto turístico tiene relación con la satisfacción del visitante, puesto que influye en el desarrollo económico de Guano.
- El atractivo turístico tiene relación con la satisfacción de los visitantes, puesto que influye en sus experiencias, expectativas, percepción y emociones.
- La infraestructura tiene relación con la satisfacción del visitante, puesto que en el destino hay una inversión para dar mantenimiento a la infraestructura turística, que ofrece una experiencia satisfactoria.
- La superestructura si tiene relación con la satisfacción del visitante, puesto que influye en la experiencia cultural, el servicio al cliente, la calidad de hospitalidad y la gestión turística, el cual ofrece una experiencia más satisfactoria.

#### 5.2 Recomendaciones

- Se recomienda que la oferta turística debe mantenerse en constante desarrollo, para que las actividades sean variadas, garantizando la satisfacción de calidad de los visitantes, también mejora la competitividad del destino, diversifica experiencias disponibles, atrayendo inversión y promoviendo la sostenibilidad priorizando el desarrollo constante de su oferta. Sin embargo, la oferta turística es limitada por lo que no permite que los visitantes conozcan mucho más sobre la historia de Guano.
- Se recomienda realizar investigaciones alternas e indagar en diferentes zonas de Guano para la diversificación de actividades, manteniendo una secuencia para el desarrollo turístico y económico de Guano.



## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA**

#### **6.1 Título de propuesta**

Ruta histórica en el destino Guano, Provincia de Chimborazo.

#### **6.2 Introducción**

La ruta histórica es una estrategia fundamental para innovar las actividades turísticas evitando que sean monótonas, permitiendo mejorar la estadía y disfrute de cada visitante, esta ruta histórica se basa en el patrimonio, la cultura, los hechos históricos, y las tradiciones. Se involucran a las comunidades locales descubiertas su valor legendario e histórico, fortaleciendo su identidad cultural trayendo así a más visitantes.

Por lo tanto, la siguiente propuesta tiene como objetivo implementar las rutas históricas como una estrategia para conectar a los visitantes con las riquezas de los antepasados proporcionando experiencias enriquecedoras y brindándoles experiencias auténticas. Guano es una de las zonas con una riqueza histórica y tradicional de los siglos pasados, siendo estos reflejados en la arquitectura colonial, las leyendas locales y sin olvidar de sus impresionantes paisajes. La siguiente propuesta nace a raíz del crecimiento de la demanda turística, siendo estos quienes buscan nuevas actividades y llevarse experiencias únicas. A través de la ruta histórica se pretende satisfacer a los visitantes y a la vez dándoles la oportunidad de explorar la fascinante historia del destino Guano.

#### **6.3 Objetivos**

##### **6.3.1 Objetivo general**

Diseñar la ruta histórica en el destino Guano, provincia de Chimborazo

##### **6.3.2 Objetivos específicos**

- Seleccionar los sitios con mayor reseña histórica del destino Guano, provincia de Chimborazo.
- Determinar información y datos relevantes de los sitios históricos del destino Guano, provincia de Chimborazo.
- Definir los requerimientos operativos de la ruta histórica del destino Guano, provincia de Chimborazo.

#### **6.4 Desarrollo de la propuesta**

##### **a) Descripción**

La siguiente ruta histórica es para mejorar las perspectivas satisfaciendo a los visitantes, Guano es un destino que tiene diversidad de cultura y tradiciones que aún no se aprovechan, que son fundamentales para el desarrollo económico y social de los lugares de relevancia histórica.

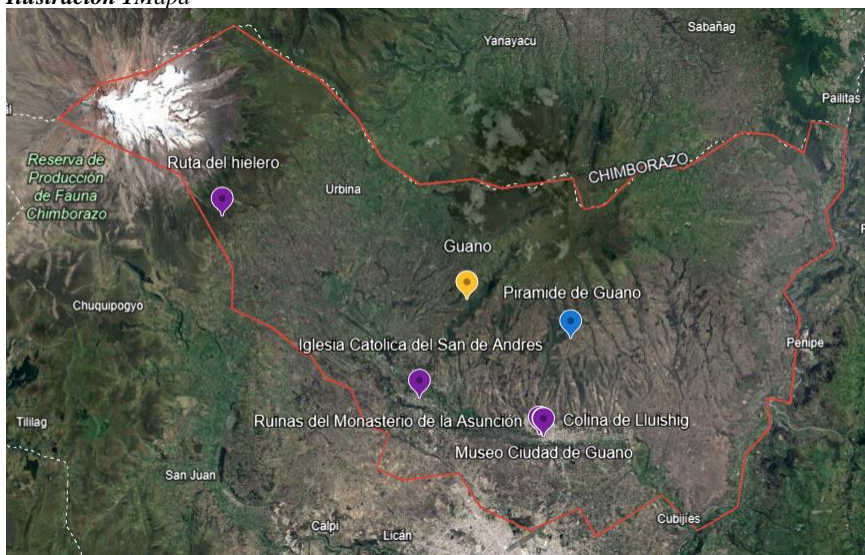
## 6.5 Ruta Histórica

Una ruta histórica consiste en recorrer ciertas zonas seleccionadas, con un itinerario establecido, lugares que tienen un mayor significado ya sea de personas relevantes, cultura e historia. Esta ruta está diseñada para que los visitantes tengan una experiencia emocional y educativa donde conozcan sobre la historia y cultura del destino.

### a) Selección del Mapa de la zona

A través del sistema de información geográfico Google Earth, se identifica el mapa donde se encuentran ubicados los lugares con mayor relevancia histórica y así proceder a realizar el diseño de la ruta histórica del destino Guano.

*Ilustración 1 Mapa*



Fuente: Google Earth

### b) Selección de los sitios históricos

Para diseñar la ruta se consideró estos criterios la relevancia histórica, arqueológica, museos, arquitectónicos, artísticos y culturales, dando a conocer a los turistas el pasado de las culturas y sociedades.

Al seleccionar los sitios con mayor relevancia histórica se tomó en cuenta el inventario emitido por la dirección de turismo de GAD municipal del Guano.

---

## Sitios Históricos del destino Guano

---

Museo de la Ciudad de Guano

Monasterio de la Asunción

Iglesia Matriz de Guano

Colina de Lluishig

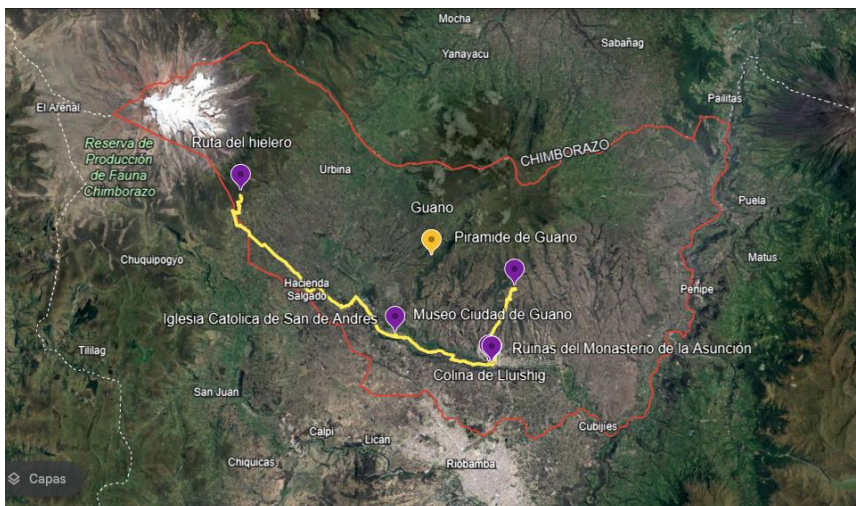
La Iglesia de San Andrés

Pirámide de Guano

---

Elaboración Propia: Satian (2023)

### c) Diseño de la Ruta Histórica



## 6.5 Descripción de los sitios históricos

### a) Iglesia Matriz de Guano:



*Ilustración 2: Iglesia matriz de Guano*

*Fuente: dirección de turismo*

Esta iglesia se encuentra en el centro de la ciudad de Guano y data del siglo XVI. Es una de las iglesias más antiguas de la provincia de Chimborazo y una de las más importantes de la ciudad. La iglesia tiene una hermosa arquitectura colonial y alberga varias obras de arte religioso.

**b) Monasterio de la Asunción:**



*Ilustración 3: Ruinas del Monasterio de la Asunción*  
*Fuente: dirección de turismo*

Este monasterio está a las afueras de Guano y data del siglo XVII. Fue construido por los franciscanos y es uno de los monasterios más importantes de la región. El monasterio tiene una hermosa arquitectura colonial y alberga un museo de arte religioso.

**c) Museo de la Ciudad de Guano**



*Ilustración 4: Museo Ciudad de Guano*  
*Fuente: dirección de turismo*

El museo está en el centro de Guano y alberga una colección de objetos históricos y culturales de la ciudad. El museo tiene una sala dedicada a la historia de la ciudad, una sala dedicada a la cultura de la ciudad y una sala dedicada a la arqueología de la región

**d) La Iglesia de San Andrés:**



*Ilustración 5: Iglesia San Andrés*  
*Fuente: dirección de turismo*

Esta iglesia se encuentra ubicada en la parroquia de San Andrés, a pocos kilómetros de la ciudad de Guano. Data del siglo XVI y es una de las iglesias más antiguas de la provincia de Chimborazo. La iglesia tiene una hermosa arquitectura colonial y alberga varias obras de arte religioso.

#### **e) El Mirador de Lluishig:**



*Ilustración 6: Colina de Lluishig*  
*Fuente: dirección de turismo*

Este mirador está en las afueras de Guano y ofrece una hermosa vista de la ciudad, el valle y el volcán Chimborazo. El mirador es un lugar popular para tomar fotos y disfrutar del paisaje.

#### **f) Pirámide de Guano**



*Ilustración 7: Pirámide de Guano*  
*Fuente: @gcamelos*

La Pirámide de Guano en el cerro Igualata, referencia a uno de los puntos de medición que utilizó la Primera Misión Geodésica Francesa, auspiciada por la Academia de Ciencias de París que vino al Ecuador en 1735 a medir un arco del meridiano terrestre con el objeto de determinar el lugar por el cual pasa la Línea Ecuatorial. Se integró a esta expedición el sabio riobambeño, Pedro Vicente Maldonado.

## 6.6 Comercialización

La comercialización se llevará a través del marketing del GAD municipal de Guano y la dirección de Turismo, promotores principales de la oferta de la ruta histórica, y de los promotores turísticos privados y públicos.

## 6.7 Finalidad

- El incremento de las actividades turísticas en el destino Guano
- El incremento económico de zonas donde se encuentran ubicadas los sitios turísticos.
- Comercialización de la historia y cultura de los sitios que tienen relevancia histórica.
- Diversificación del turismo de Guano.

## 6.8 Evaluar

Una vez ofertada la ruta histórica a los visitantes, se establece cómo evaluará la ruta, que será mediante el instrumento del Cuestionario.

### a) Cuestionario

En el siguiente cuestionario se detallará las preguntas a calificar donde se evaluará el nivel de satisfacción de la ruta ofertada para el cual se tiene la siguiente calificación

1: Muy malo (**N**)

2: Malo (**M**)

3: Bueno (**B**)

4: Excelente (**E**)

*Tabla 52 Cuestionario*

	<b>N</b>	<b>M</b>	<b>B</b>	<b>E</b>
Califique su experiencia con respecto a la ruta histórica				
Califique la señalización de la Ruta				

Califique la información brindada por parte del guía turístico				
Valore los precios de los servicios prestados				
Valoración del servicio de transporte				
Valoración de las visitas interpretadas				
Valore el servicio obtenido por el personal que gestiona el recorrido				

**Fuente:** Elaboración propia

## 6.9 Medir

Una vez levantada la información a través del instrumento, mediremos la satisfacción para así medir si la ruta ofertada es de gran apoyo para el desarrollo turístico en Guano.

A través de la fórmula se medirá la satisfacción del visitante con respecto a la ruta ofertada y según los resultados se tomará en cuenta los siguientes criterios:

**Verde:** las calificaciones de 8.5 a 10 corresponderá a los visitantes que están totalmente satisfechos que corresponderá al 20%.

**Amarillo:** Las calificaciones de 7.1 a 8.4 corresponderá a los visitantes satisfechos y este será el 10%.

**Rojo:** Las calificaciones de 0 a 7 corresponderá a los visitantes poco satisfechos y este será el 0%.

*Tabla 53 Porcentaje de Usuarios satisfechos*

NOMBRE	Porcentaje de usuarios satisfechos
INDICADOR	Satisfacción del Visitante
DEFINICIÓN	Valoración que los visitantes tienen sobre la ruta Histórica
FÓRMULA	$IS = 5 + 0,05 * (\%Excelentes - \%Muy Malos) + 0,025 * (\% Buenos - \%Malos)$
POBLACIÓN	Visitantes que adquieren la ruta histórica
FUENTE DE DATOS	Dirección de Turismo Guano Estudio del perfil del Visitante
PERIODICIDAD	Trimestral
CLASIFICADOR	Gestión del Destino
ELABORADO POR	Equipo técnico del observatorio de Chimborazo

**Fuente:** Elaboración propia

## 6.10 Mejorar

El ciclo de Deming considerado uno de los modelos de gestión para la mejora continua de los procesos consta de 4 planificar, hacer, comprobar y actuar conocidos como PDCA. El modelo de Deming considera que los resultados es uno de sus cuatro componentes básicos para su ciclo de mejora. Por lo tanto, el Ciclo de Deming es una estrategia de mejora continua para la satisfacción de la ruta histórica.



**Fuente:** Elaboración propia

## 6.11 Conclusiones

- En conclusión, la ruta histórica es una estrategia para el desarrollo económico y turístico de las zonas en donde se ubican estos sitios con una relevancia histórica, dándose a conocer su cultura, tradición e historia.
- La ruta histórica es una estrategia clave para mejorar la satisfacción del visitante en el destino Guano, agradándose a muchos turistas nacionales y extranjeros que mediante la dirección de turismo pueden implementarse otras rutas para potenciar la historia de la zona y su gastronomía.
- Los pueblos y comunidades donde se ubican estas zonas tendrán un mejor desarrollo económico para desarrollar las zonas que no se aprovechan bien su historia, que tiene un valor relevante



## 7. Bibliografía

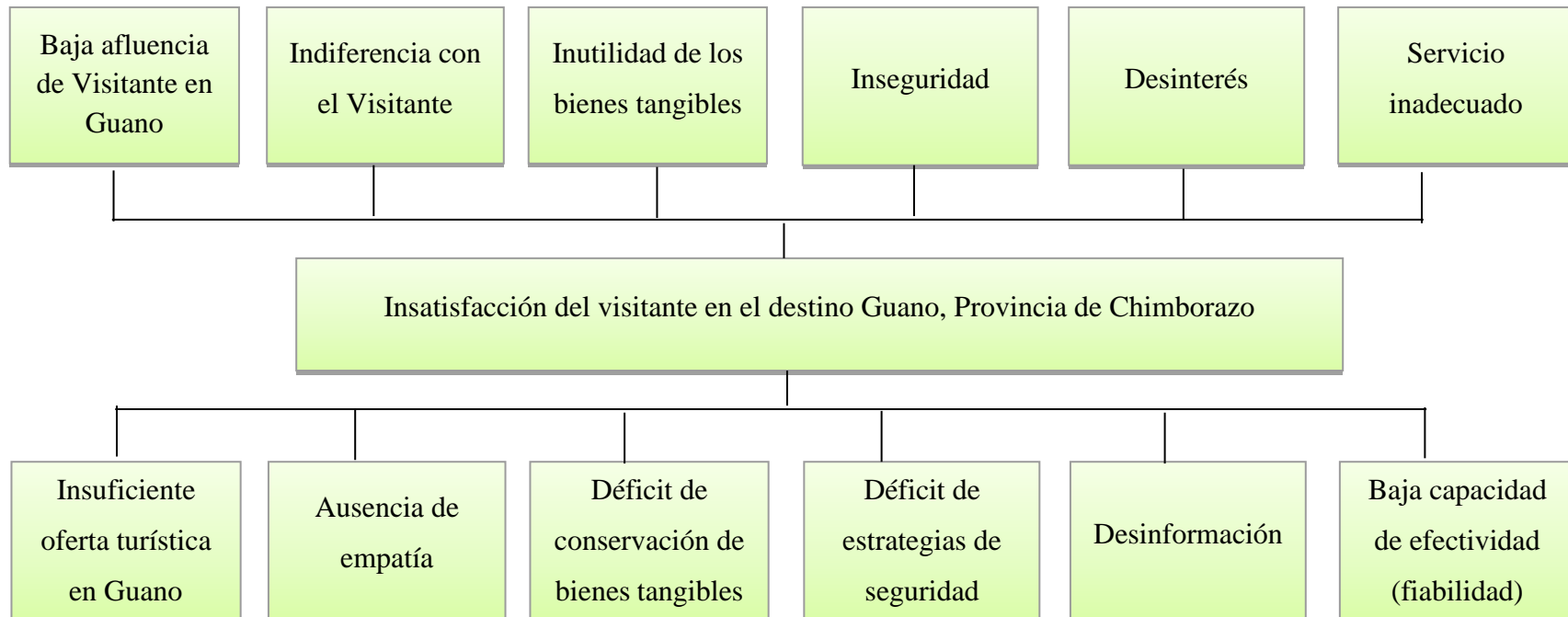
- Cáceres Flores, F. R. (2020). *Oferta turística de la comunidad de Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca, Cusco-2020*. <http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/4117>
- Carvajal Zambrano, G., & Lemoine Quintero, F. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos. *El Periplo Sustentable*, 166-169.
- Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. . *Cauas, D. (2015). Definición de las variables, Bogotá: biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia*, 1-11. Obtenido de <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24762w/Definiciondelasvariables,enfoqueytipodeinvestigacion.pdf>
- Chilón Tingal, L., & Valverde Pastor, S. (2023). *LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS DEL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO KUNTUR WASI Y EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE REGIONAL, PROVINCIA DE SAN PABLO 2023*. Cajamarca-Perú: UPAGU.
- Diana Becerra. (2021). *PDF Servicios Turísticos—Compress | PDF | Turismo | Hotel*. Scribd. <https://es.scribd.com/document/509573613/pdf-servicios-turisticos-compress>
- Escarcega, J. (8 de noviembre de 2023). *Berumen*. Obtenido de <https://berumen.com.mx/investigacion-de-campo-que-es-y-por-que-hacerla/>
- Gaibor Olalla, J. (2019). *Infraestructura Turística y afluencia de visitantes en el complejo la "Chorrera" en la parroquia Balsapamba*. Babahoyo.
- Grande Ibarra, J. (2001). *Análisis de la oferta de turismo cultural en España*. España.
- Hernández, C., Prieto, A. T., & Hernández, C. (2017). *Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado*. Venezuela: Revista Arbitrada Venezolana.
- Ibáñez Pérez, R., Cruz Chávez, P., & Juárez Mancilla, J. (2016). Perfil y satisfacción del visitante . *Opción*, 1050.
- INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO PROGRAMA DE CULTURA TURISTICA. (2016). *SEGURIDAD TURISTICA*. Bogotá.

- Kleine, B. (1 de Abril de 2009). *Mantenimiento para aumentar la productividad*. Obtenido de [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25067w/M1DPI105\\_S5\\_que\\_es\\_la\\_fiabilidad.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25067w/M1DPI105_S5_que_es_la_fiabilidad.pdf)
- Luna Reátegui, A. (2018). *Satisfacción del turista y su relación con las buenas prácticas en turismo*. Tarapoto.
- Martínez Quintana, V. (2017). *El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible*. España: Arbor.
- Martínez Rodríguez, M., & Naranjo Llopert, M. R. (2022). *La oferta Turística*. España: Universidad de Alicante.
- Mejía González, L. P., & Bolaño Rodríguez, L. Y. (2014). La calidad de las ofertas turísticas en el departamento de la Guajira-Colombia. *Dimensión Empresarial*, 12(1), 139-149.
- Mendoza Ocampo, G. Y. (2020). *ESTUDIO DE LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES PARA LA MEJORA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL DESTINO MANTA*. Manabí: ESPAMMFL.
- Montero Bagatella, J. C. (2013). El concepto de seguridad en el nuevo paradigma de la normatividad mexicana. *región y sociedad*, 25(58). <https://doi.org/10.22198/rys.2013.58.a128>
- Moral Cuadra, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. *Redalyc.org*.
- Morales, J., Arévalo, D., Padilla, C., & Bustamante, M. (2018). *Nivel de satisfacción e intención de repetir la visita turística*. Guayaquil-Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2011). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos*.
- Navarro, D. (2014). *Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos*. Mendoza-Argentina: CIUDA.
- Neill, D. A., & Cortez Suárez, L. (2018). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Machala-Ecuador: UTMACH.
- Olmos Martínez, E., Almendarez Hernández, M. A., & Ibáñez Pérez Pérez, R. M. (2021). *Satisfacción del visitantes a partir de los atributos de pueblos mágicos del noreste mexicano*. Mexico : Nova Scientia .
- Reyes Ruiz, L., & Carmona Alvarado, F. (2020). *La investigación documental para la comprensión oncológica del objeto de estudio*.

- Saravia, M., & Muro, M. (2016). *Productos turísticos metodología para su elaboración* . Quilmes-Argentina: RIDAA.
- Socatelli, M. (2013 ). *Mercado aplicado al Turismo*. Costa Rica: Intermark.
- Stephany Valdez & Ernesto Conde. (2011, diciembre). *LA INTEGRACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA A PARTIR DEL CAPITAL INTELECTUAL*.  
<https://www.eumed.net/rev/turydes/11/vgcp.html>
- Tenesaca Cujilema , T. L. (2018). *Estudio de la superestructura turística* . Riobamba: Escuela Superios Politécnica de Chimborazo.
- Thompson, I. (Diciembre de 2005). *PromonegocioS.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
- Toala Zambrano, L., & Hinojosa Ramos , M. V. (2021). *Ánalisis del nivel de satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio de un hotel situado en el centro de la ciudad Guayaquil-Ecuador*. 7(3).
- Trujillo Leon , A., & Vera Martínez, J. (2009). *Comprensión de la calidad en el servicio como la integración de dos dimensiones: tangibles e intangibles*. Bucaramanga-Colombia: Revista Colombia de Marketing.
- Velásquez, N. E. C., & Chambilla, L. E. A. (2013). *GRADO DE SATISFACCION DE LOS SERVICIOS TURISTICOS EN LA CIUDAD DE PUNO 2011—PERÚ*.
- Velez , M., & Llerena , J. (01 de Julio de 2011). *Determinación de la oferta de calidad de los servicios turísticos* . Guayaquil : Universidad Politécnica Salesiana .
- Vinces Rivas, R. (2023). *EL SERVICIO DE RESTAURACIÓN TURÍSTICA EN LA PARROQUIA CRUCITA Y LA SATISFACCIÓN AL VISITANTE*. Manabí-Ecuador: UNESUM.

## 8. ANEXOS

### Anexo 1 Árbol de Problemas



Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 2 Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE 1	DEFINICION	DIMENSION	DEFINICION	INDICADORES
OFERTA	En un sentido general, la oferta es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado (Grande Ibarra, 2001).	PRODUCTO TURÍSTICO	El producto turístico es un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral (Saravia & Muro, 2016).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios turísticos.</li> <li>• Planta turística.</li> <li>• Facilidades turísticas.</li> </ul>
		MERCADO TURÍSTICO	El mercado turístico es el conjunto de consumidores de un producto turístico que tienen los medios para comprarlo ( <i>Características Del Mercado Turístico / 2024</i> , n.d.)	
		ATRACTIVO TURÍSTICO	Es el elemento natural, cultural, deportivo o de cualquier otro tipo que pueda generar suficiente interés para atraer turistas (Navarro, 2014).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sitios naturales.</li> <li>• Manifestaciones culturales.</li> </ul>
		INFRAESTRUCTURA	Son los recursos que tiene el atractivo para ofrecer las oportunidades, en las que el turista puede llegar a tener acceso (Gaibor Olalla, 2019)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flora y fauna.</li> <li>• Equipamientos urbanos.</li> <li>• Vías de acceso.</li> <li>• Redes de</li> </ul>

comunicación.

**SUPERESTRUCTURA**

Está conformado por el conjunto de instituciones que de manera directa e indirecta están involucrados en la organización y funcionamiento del turismo (Tenesaca Cujilema , 2018).

- Planificación y coordinación.
- Participación de instituciones.
- Planificación de actividades

**Variable II**

**SATISFACCIÓN DEL VISITANTE**

La satisfacción debe entenderse como el resultado positivo de un conjunto de actividades gratificadoras (Olmos Martínez, Almendarez Hernández, & Ibáñez Pérez Pérez, 2021).

**TANGIBILIDAD**

Los atributos tangibles son los elementos del alojamiento como instalaciones, equipamientos, mobiliario (Thompson, 2005) .

- 
- Instalaciones físicas
- Equipamientos
- Mobiliario

**FIABILIDAD**

Se entiende tener la capacidad de identificar los problemas y reparar los equipos antes de que el departamento de operaciones advierta que hay algo que no funciona (Kleine, 2009).

- Identificar problemas
- Reparar equipos

**CAPACIDAD DE RESPUESTA**

Esta direccionada con respecto al conocimiento o habilidades adquiridas por parte de una persona para la comprensión, desempeño, la

- Habilidades
- Desempeño
- Comunicación

SEGURIDAD	<p>coordinación y el desempeño de poder comunicarse de manera rápida, dando respuesta clara y concisa al cliente (Demuner Flores et al., 2018)</p> <p>La seguridad turística es la implementación de medidas de seguridad para protección del visitante y se sienta seguro en el lugar donde se encuentre (INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO PROGRAMA DE CULTURA TURISTICA, 2016).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medidas de seguridad</li> </ul>
EMPATÍA	<p>La empatía es la actitud que tiene una persona para reconocer las emociones en los demás, es decir, es la capacidad de comprender los sentimientos de los otros y poder leer sus mensajes no verbales (Goleman, 1995).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de comprender las emociones</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

### Anexo 3 Matriz de Consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Dimensiones/ VI
General	General	General	Oferta Turística
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo se relaciona la oferta y satisfacción del visitante en el destino turístico Guano, provincia de Chimborazo?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar si existe relación entre la oferta y satisfacción del visitante en el destino turístico Guano, provincia de Chimborazo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La oferta se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto turístico</li> <li>• Mercado Turístico</li> <li>• Atractivo turístico</li> <li>• Infraestructura</li> </ul>

- Superestructura

Específicos	Específicos	Específicos	Satisfacción del Visitante
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo se relaciona el servicio turístico con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo?</li> <li>• ¿Cómo se relaciona el producto turístico con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo?</li> <li>• ¿Cómo se relaciona el atractivo turístico con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo?</li> <li>• ¿Cómo se relaciona la infraestructura con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo?</li> <li>• ¿Cómo se relaciona el recurso natural con la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar si existe relación entre producto turístico y satisfacción del visitante en el destino turístico Guano, provincia de Chimborazo.</li> <li>• Determinar si existe relación entre mercado turístico y satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.</li> <li>• Determinar si existe relación entre atractivo turístico y satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.</li> <li>• Determinar si existe relación entre infraestructura y satisfacción del visitante en el destino Guano,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El producto turístico se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.</li> <li>• El mercado turístico se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.</li> <li>• El atractivo turístico relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.</li> <li>• La superestructura se relaciona con la satisfacción del visitante en el destino Guano, provincia de Chimborazo.</li> <li>• El recurso natural se relaciona con la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tangibilidad</li> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Empatía</li> </ul>



satisfacción del visitante  
en el destino Guano,  
provincia de  
Chimborazo?

- provincia de  
Chimborazo.
- Determinar si existe  
relación entre  
superestructura y  
satisfacción del visitante  
en el destino Guano,  
provincia de  
Chimborazo.

satisfacción del visitante  
en el destino Guano,  
provincia de  
Chimborazo.

**Fuente:** Elaboración propia

#### Anexo 4 Encuesta Variable Independiente

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE TURISMO**

**Objetivo:** Obtener datos sobre la oferta en el Destino Turístico Guano, Provincia de Chimborazo.

#### Confidencialidad

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso. La encuesta tendrá una duración de 10 minutos aproximadamente.

*Ayúdenos a mejorar su experiencia.*

**Edad:**

**Sexo**

Masculino:  Femenino:  Otro:

**Instrucción**

Primaria  Secundaria  Tercer Nivel  Maestría  Doctorado

Instrucciones: los siguientes ítems serán evaluados mediante una escala de: 1; Muy Malo; 2: Malo; 3: Regular; 4: Bueno; 5: Excelente

Ítems	1	2	3	4	5
<b>Dimensión: Producto Turístico</b>					
En qué condiciones de calidad se encuentran los <b>servicios turísticos</b> ofertados en el destino Guano.					
El estado de conservación que se encuentra la <b>planta turística</b> (alojamiento, alimentación, recreación, montaña) del destino Guano					
Valorización del mantenimiento de las <b>facilidades turísticas</b> que posee el destino Guano para ofertar el turismo.					
<b>Dimensión: Mercado turístico</b>					
Valoración de las condiciones del manejo de la <b>oferta turística</b> del destino Guano					

Determine el manejo de la <b>comercialización</b> de la oferta turística del destino Guano.					
Condiciones de manejo del diseño para el crecimiento de la <b>demanda</b> turística en el destino Guano.					
<b>Dimensión: Atractivo Turístico</b>					
Condiciones de protección en las que se encuentran los <b>sitios naturales</b> que oferta el destino Guano.					
Estado de manejo del diseño de marketing de las <b>manifestaciones culturales</b> ofertadas en el destino Guano.					
Estado de protección de la <b>flora y fauna</b> en el destino Guano.					
<b>Dimensión: Infraestructura</b>					
Estado de mantenimiento de los <b>equipamientos urbanos</b> (servicio de agua, alcantarillado y energía eléctrica) que dispone en el destino Guano.					
Estado de mantenimiento en las que se encuentran las <b>vías de acceso</b> (terrestres, lacustre, redes viales) al destino Guano					
Estado de mantenimiento de las <b>redes de comunicación</b> (servicio de telefonía, correo certificado, internet) que posee el destino Guano.					
<b>Dimensión: Superestructura</b>					
Determine la <b>planificación y coordinación</b> para el impulso turístico del destino Guano por parte de los organismos públicos y privados.					
Determine la <b>participación de instituciones</b> de manera indirecta y directa para el impulso turístico del destino Guano.					
Valorización de la <b>planificación de actividades</b> liderada por la dirección de turismo para el impulso turístico del destino Guano.					

*Gracias por su Colaboración*

**Anexo 5** Encuesta Variable Dependiente

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE TURISMO**

**Objetivo:** Obtener datos sobre la satisfacción del visitante en el Destino Turístico Guano, Provincia de Chimborazo.

**Alcance:** Medir la calidad de los servicios ofrecidos al turista. A mayor satisfacción mayor la probabilidad de que el turista regrese al destino, así como mayor la probabilidad de que el mismo turista se convierta en un promotor de los atractivos y servicios turísticos de la provincia.

**Confidencialidad**

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso. La encuesta tendrá una duración de 10 minutos aproximadamente.

*Ayúdenos a mejorar su experiencia.*

**Edad:**

**Sexo**

**Masculino:**     **Femenino:**     **Otro:**

**Nivel de Educación**

Primaria     Secundaria     Tercer Nivel     Maestría     Doctorado

Permanencia: 1 día     2 días     3 días     más de 4 días

**Procedencia:**

**¿Ha estado anteriormente en este destino?**

Sí     No

**¿Recomendaría este destino?**

Sí     No

Instrucciones: los siguientes ítems serán evaluados mediante una escala de: 1; Nada

Satisfecho; 2: Poco Satisfecho; 3: Neutral; 4: Muy Satisfecho; 5: Totalmente Satisfecho

Ítems	1	2	3	4	5
<b>Dimensión: Tangibilidad</b>					
El alojamiento dispone habitaciones adecuadas.					
Las instalaciones físicas de las empresas turísticas son visualmente atractivas.					
El estado de los elementos de los atractivos y servicios turísticos (mobiliaria, equipamiento, instalaciones, infraestructura, conservación ambiental).					
La infraestructura física de las empresas turísticas está de acuerdo con todo lo ofertado el espacio.					
<b>Dimensión: Fiabilidad</b>					
Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano muestran interés por aclarar sus dudas.					
Las formas de pago (transferencia bancaria, pagos con tarjeta) que usa las empresas turísticas del Destino Guano son confiables.					
Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, son amables.					
Los trabajadores son eficientes (cumple un trabajo o función a la perfección).					
<b>Dimensión: Capacidad de Respuesta</b>					
Los trabajadores de las empresas turísticas del Destino Guano informan a los clientes el tiempo en el que se concluirá su pedido.					
Los trabajadores de las empresas turísticas del destino Guano, atienden con rapidez a sus clientes.					
Los trabajadores de las empresas turísticas siempre están dispuestos a ayudar.					
Los trabajadores de las empresas turísticas están dispuestos para responder algunas preguntas.					
<b>Dimensión: Seguridad</b>					
El comportamiento del administrador y trabajadores de las empresas turísticas transmiten confianza.					
Proporcionan seguridad dentro de los atractivos y servicios turísticos.					
Durante su estancia en el Destino Guano, se sintió cómodo y seguro.					
<b>Dimensión: Empatía</b>					

Los trabajadores de las empresas turísticas le brindan una atención personalizada.					
Los trabajadores de las empresas turísticas comprenden sus necesidades.					
Las empresas turísticas tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.					
Los trabajadores de las empresas turísticas son sensibles y entienden sus sentimientos.					

*Gracias por su Colaboración*