



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE TURISMO

Factores socioculturales en el destino turístico en el cantón Guano, provincia
de Chimborazo.

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Turismo

Autor:

Urquizo Quinzo, Diana Alexandra

Tutor:

PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade

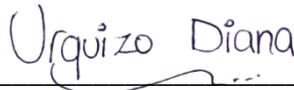
Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Diana Alexandra Urquizo Quinzo, con cédula de ciudadanía 1850080639, autora del trabajo de investigación titulado: FACTORES SOCIOCULTURALES EN EL DESTINO TURÍSTICO EN EL CANTÓN 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, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autora de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 25 de noviembre del 2024.



Diana Alexandra Urquizo Quinzo
C.I: 1850080639

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade 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: FACTORES SOCIOCULTURALES EN EL DESTINO TURÍSTICO EN EL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, bajo la autoría de Diana Alexandra Urquizo Quinzo; 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 09 días del mes de enero de 2025.



PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade

C.I: 0602083552

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “**FACTORES SOCIOCULTURALES EN EL DESTINO TURÍSTICO EN EL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**”, presentado por **Diana Alexandra Urquiza Quinzo**, con cédula de identidad número **1850080639**, bajo la tutoría de **PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade**; 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, a los 09 días del mes de enero de 2025.

Mgs. Margoth Cali
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Danilo Quintana
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Henry Villa
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO

en movimiento



UNACH-RGF-01-04-02.20
VERSIÓN 02: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **URQUIZO QUINZO DIANA ALEXANDRA** con CC: **1850080639**, estudiante de la Carrera **TURISMO, VIGENTE**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**FACTORES SOCIOCULTURALES EN EL DESTINO TURÍSTICO EN EL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**", cumple con el 9 %, 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, 25 de noviembre de 2024.



PhD. Diego Calvopiña
TUTOR

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo dedico con todo mi amor y gratitud a mis padres, Medardo Urquizo y Elsa Quinzo, quienes desde mi niñez han sido mi apoyo incondicional, tanto emocional como académico. Gracias a su amor y guía, siempre me han orientado por el camino del bien, lo que me ha permitido superar cada etapa de mis estudios con determinación.

A mi hermano Henry Urquizo y a mi cuñada Silvia, quienes han estado, aunque a la distancia, brindándome su apoyo constante y con sus consejos animándome a seguir adelante, especialmente en los momentos en los que más lo necesite

Y, por último, a mi hija Danna Salgado, quien ha sido mi mayor inspiración y fuerza a lo largo de este recorrido. Su amor y su presencia me han motivado a no rendirme y a continuar luchando mis sueños, siendo ella mi motor para alcanzar esta meta.

Diana Alexandra Urquizo Quinzo.

AGRADECIMIENTO

Quiero comenzar expresando mi profunda gratitud a Dios por darme la oportunidad de concluir mis estudios, por brindarme salud y por permitirme alcanzar la meta de convertirme en una profesional.

Agradezco enormemente a mi familia, ya que, sin su apoyo incondicional, este logro no habría sido posible. Ellos han estado a mi lado en cada momento, tanto en los momentos fáciles como en los más difíciles, siempre dándome su apoyo para no rendirme.

A todos los docentes de la carrera, ya que han sido un pilar fundamental en mi formación. Gracias a sus enseñanzas, he logrado obtener el título de Licenciada en Turismo.

Y, de manera especial, agradezco al PhD. Diego Calvopiña por su valioso apoyo durante el desarrollo de mi proyecto investigativo. Su orientación ha enriquecido mis conocimientos y ha sido clave para poder culminarlo con éxito.

Diana Alexandra Urquizo Quinzo.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE FIGURAS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	16
1.1 Antecedentes	17
1.1.1 Antecedentes de la variable independiente: Factores socioculturales	17
1.1.2 Antecedentes de la variable independiente: Destino turístico	17
1.2 Problema	17
1.2.1 Situación problemática	17
1.3 Formulación del problema	18
1.3.1 Problema general	18
1.3.2 Problemas específicos.....	18
1.4 Justificación	18
1.4.1 Justificación teórica	18
1.4.2 Justificación práctica	18
1.4.3 Justificación metodológica	18
1.5 Objetivos.....	19
1.5.1 Objetivo general	19
1.5.2 Objetivos específicos.....	19
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1 Estado del arte.....	20
2.1.1 Estado del arte variable independiente: Factores socioculturales	20
2.1.2 Estado del arte variable dependiente: Destino turístico.....	20
2.2 Marco teórico	21

2.2.1	Marco teórico variable independiente: Factores socioculturales.....	21
2.2.2	Marco teórico variable dependiente: Destino turístico.....	22
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA		25
3.1	Tipo de investigación.....	25
3.1.1	Investigación no experimental.....	25
3.1.2	Investigación transversal	25
3.2	Diseño de la investigación	25
3.2.1	Diseño descriptivo	25
3.2.2	Diseño correlacional- causal.....	26
3.3	Técnicas de recolección de datos.....	26
3.3.1	Cuestionario.....	26
3.3.2	Encuesta.....	26
3.4	Validez de instrumentos.....	27
3.4.1	Selección de los expertos.....	27
3.5	Confiabilidad de los instrumentos	27
3.5.1	Alfa de Cronbach variable independiente: Factores socioculturales.....	27
3.5.2	Alfa de Cronbach variable dependiente: Destino turístico.....	28
3.6	Población de estudio y tamaño de muestra	28
3.6.1	Factores socioculturales.....	28
3.6.2	Destino turístico.....	29
3.7	Unidad de análisis	29
3.8	Tamaño de la muestra	29
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		31
4.1	Análisis e interpretación de resultados	31
4.1.1	Análisis, interpretación y discusión de la variable independiente “Factores socioculturales”	31
4.1.2	Análisis, interpretación y discusión de la variable independiente “Destino Turístico”.....	34
4.2	Hipótesis	38
4.2.1	Hipótesis general	38
4.2.2	Hipótesis específicas.....	38
4.3	Métodos de análisis.....	38
4.4	Procesamiento de datos.....	39
4.4.1	Hipótesis general	39

4.4.2	Hipótesis específica 1	40
4.4.3	Hipótesis específica 2	41
4.4.4	Hipótesis específica 3	42
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		43
5.1	Conclusiones	43
5.2	Recomendaciones	43
CAPÍTULO VI. PROPUESTA		45
6.1	Título.....	45
6.2	Introducción	45
6.3	Objetivos.....	45
6.3.1	Objetivo general	45
6.3.2	Objetivos específicos	45
6.4	Desarrollo de la propuesta	45
6.4.1	Elementos socioculturales con vocación turística de la ciudad de Guano. ...	45
6.4.2	Elementos socioculturales con vocación turística susceptibles de comercialización de la ciudad de Guano.....	46
6.4.3	Articulación de los elementos socioculturales con vocación turística susceptibles de comercialización de la ciudad de Guano.....	53
7.	BIBLIOGRAFÍA.....	56
8.	ANEXOS.....	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Selección de los expertos.....	27
Tabla 2. Criterios Coeficiente Alfa de Cronbach	27
Tabla 3. Estadísticas de fiabilidad (Factores Socioculturales)	28
Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad (Destino Turístico).....	28
Tabla 5. Población de estudio, PEA involucrados en el desarrollo turístico del Cantón Guano.	28
Tabla 6. Personal del Departamento de Desarrollo Turístico perteneciente al GADM Guano.	29
Tabla 7. Cargos del Personal del Departamento de Desarrollo Turístico Guano.....	30
Tabla 8. Tabla de resumen del análisis e interpretación de resultados.....	31
Tabla 9. Tabla de resumen del análisis e interpretación de resultados.....	34
Tabla 10. Grado de correlación según coeficiente de correlación Rho de Spearman	39
Tabla 11. Prueba de hipótesis general	40
Tabla 12. Prueba de hipótesis específica 1	40
Tabla 13. Prueba de hipótesis específica 2	41
Tabla 14. Prueba de hipótesis específica 3	42
Tabla 15. Platos típicos de Guano	47
Tabla 16. Atractivos turísticos.....	50
Tabla 17. Distancias y tiempos.....	54
Tabla 18. Operacionalización de variables.....	61
Tabla 19. Matriz de Consistencia	65
Tabla 20. Género	70
Tabla 21. Edad.....	71
Tabla 22. Nivel de instrucción.....	71
Tabla 23. Sensibilización turística.....	72
Tabla 24. Empleabilidad de profesionales.....	73
Tabla 25. Cortesía de residentes	74
Tabla 26. Buen Comportamiento de turistas	75
Tabla 27. Establecimientos turísticos inclusivos.....	76
Tabla 28. Servicios turísticos.....	77
Tabla 29. Productos turísticos	78
Tabla 30. Registro de participantes	79

Tabla 31. Turistas accidentados.....	80
Tabla 32. Oferta de actividades de turismo	81
Tabla 33. Temas de sensibilización turística	82
Tabla 34. Actividades turísticas de mayor interés	83
Tabla 35. Género	85
Tabla 36. Edad.....	86
Tabla 37. Nivel de instrucción.....	86
Tabla 38. Inseguridad turística	87
Tabla 39. Apoyo a microempresarios	88
Tabla 40. Consumo local	89
Tabla 41. Atractivos naturales	90
Tabla 42. Atractivos culturales	91
Tabla 43. Medios de comercialización	92
Tabla 44. Registro mensual de visitantes	93
Tabla 45. Visitantes por segmento de turismo cultural	94
Tabla 46. Visitantes en destinos culturales.....	95
Tabla 47. Seguridad Turística.....	96
Tabla 48. Productos turísticos	97
Tabla 49. Suficientes atractivos turísticos	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cholas y Colada Morada.....	47
Figura 2. Fritada	47
Figura 3. Chorizo de Guano	47
Figura 4. Yahuarlocro.....	48
Figura 5. Chicha Huevona.....	48
Figura 6. Chicha de Jora.....	48
Figura 7. Artesanías en cuero	49
Figura 8. Alfombras artesanales	49
Figura 9. Iglesia de la Virgen del Rosario.....	50
Figura 10. Ruinas del Monasterio de la Asunción	50
Figura 11. Pila Bautismal	50
Figura 12. Museo Municipal de Guano.....	50
Figura 13. Colina de Lluishi.....	51
Figura 14. Monolitos	51
Figura 15. Mirador de Guano	51
Figura 16. Parque Central 20 de diciembre	51
Figura 17. Iglesia La Matriz	52
Figura 18. Parque Acuático Los Elenes	52
Figura 19. Corredor Turístico.....	53
Figura 20. Parte delantera del Corredor Turístico	54
Figura 21. Parte Posterior del Corredor Turístico	55
Figura 22. QR Corredor Turístico	55
Figura 23. Buen Comportamiento de turistas.....	76
Figura 24. Aplicación de encuesta PEA	100
Figura 25. Aplicación de encuestas PEA 1	100
Figura 26. Aplicación de encuestas PEA 2	101
Figura 27. Aplicación de encuestas GADM Guano	101

RESUMEN

El trabajo de titulación “Factores socioculturales en el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo” tiene por objetivo analizar la relación entre los factores socioculturales y el destino turístico en el cantón, caracterizada por ser la capital artesanal, en donde se basa la cultura, la gastronomía y sin dejar de lado sus atractivos culturales que marcan la historia del territorio.

Por otra parte, al ser una investigación de enfoque mixto, en donde se detallan los métodos de investigación no experimentales y transversal, tomando información por medio de estudios anteriores, así como también de estudios observacionales, a fin de comprender el entorno del cantón y llegar a una investigación de campo. La técnica aplicada fue un cuestionario basado en la escala de Likert, para la variable independiente que corresponde a los factores socioculturales se aplicó a 237 encuestas que pertenecen a la población económicamente activa, mientras que la variable dependiente que se refiere al destino turístico se aplicó 6 encuestas al personal del Departamento de Desarrollo Turístico del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GADM) del cantón Guano. El análisis se realizó mediante herramientas estadísticas como el Coeficiente Rho de Spearman utilizando el software IBM SPSS. Los resultados estadísticos proporcionan información relevante sobre la relación significativa entre los factores socioculturales y el destino turístico. Este trabajo no solo pretende brindar un conocimiento profundo de los elementos más susceptibles de comercialización, ya que gracias a ellos la población podría tener un mayor ingreso económico y que sean los visitantes quienes tengan la motivación de visitarlos y consumir sus productos.

Palabras claves: Factores socioculturales, destino turístico, cultural, comercialización, corredor turístico.

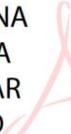
ABSTRACT

The current study, titled *Sociocultural Factors in the Tourist Destination of Guano Canton, Chimborazo Province*, explores the interplay between sociocultural elements and tourism in Guano Canton, renowned as the "Artisanal Capital" of Ecuador. The region is rich in cultural heritage, vibrant gastronomy, and historical attractions form the foundation of its tourism appeal. Using a mixed-methods approach, this research combines non-experimental and cross-sectional methodologies to examine how sociocultural factors influence the local tourism sector. Data were collected from both secondary sources and observational research, culminating in fieldwork. A Likert scale-based survey was administered to 237 respondents from the economically active population, measuring sociocultural factors as the independent variable, while six surveys were conducted with staff from the Tourism Development Department of Guano Canton's GADM to assess the dependent variable, the tourist destination. Statistical analysis was performed using Spearman's Rho coefficient in IBM SPSS software. The findings suggest a significant relationship between sociocultural factors and the appeal of Guano Canton as a tourist destination. Beyond quantitative analysis, the study provides valuable insights into key cultural and gastronomic elements that could drive economic growth by attracting more visitors and boosting local consumption of artisanal products.

Keywords: Sociocultural factors, tourist destination, culture, commercialization, tourist corridor.

Reviewed by

ADRIANA
XIMENA
CUNDAR
RUANO



Firmado
digitalmente por
ADRIANA XIMENA
CUNDAR RUANO
Fecha: 2024.11.18
18:42:05 -05'00'

MsC. Adriana Ximena Cundar Ruano
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 1709268534

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, los efectos sociales y culturales del turismo destacan efectos sobre la salud física y psíquica, la cantidad de servicios que se exigen para su realización y el ámbito de los intentos emprendidos en el mundo con vistas al establecimiento de un nuevo orden económico- social mundial que favorece al bienestar individual y colectivo.

En Ecuador los factores socioculturales generan un gran impacto en la industria del turismo, debido a que ha favorecido con la sociedad siendo un elemento primordial para el desarrollo y modernización de sus pueblos. Así también se ha expandido la forma de pensar del hombre en cuanto al enriquecimiento cultural, generando un cambio de actitud en la sociedad.

Dentro de la región Sierra se puede evidenciar el renacimiento de las artes populares, las manifestaciones culturales, los museos, las plazas y parques, lo cual representa la imagen de una sociedad y por medio del turismo se ha podido rescatar un valor inapreciable. De tal modo que los factores socioculturales presentan un desarrollo positivo a fin de progresar y perfeccionar un destino turístico.

Guano es considerado como la “Capital Artesanal del Ecuador”, por la habilidad y destreza de sus habitantes para fabricar tejidos de lana de borrego, las hermosas alfombras hechas a mano y productos únicos en el territorio. Dentro del cantón inciden factores socioculturales que generan pertenencia que influyen en el desarrollo del destino, de este modo el visitante se lleva consigo la experiencia de haber formado parte de las costumbres, tradiciones y valores de los residentes generando el enriquecimiento cultural.

A continuación, se presentan los capítulos que se utilizaron para el desarrollo del trabajo investigativo:

Capítulo I presenta la introducción, los antecedentes, el problema, la justificación y el objetivo general como los específicos.

Capítulo II detalla el marco teórico de la investigación, donde se describe el estado del arte y el marco teórico tomando en cuenta las fuentes previas para establecer ciertas conceptualizaciones que sustentan la investigación.

El capítulo III describe el marco metodológico, tomando en cuenta el tipo de investigación, las técnicas de recolección de datos, la población y tamaño de muestra, la hipótesis, el método de análisis y finalmente el procesamiento de datos.

El capítulo IV analizó los resultados y discusión, obtenidos por medio de las encuestas realizadas a la población económicamente activa y al personal del Departamento de Desarrollo de Turismo del GADM del cantón Guano.

En el capítulo V se presenta las conclusiones y recomendaciones basadas en los objetivos expuestos en la investigación.

Y finalmente, en el capítulo VI se encuentra la propuesta a desarrollar, a fin de encontrar una solución para que los factores socioculturales mantengan una incidencia en el cantón Guano. También se presenta la bibliografía y anexos.

1.1 Antecedentes

1.1.1 Antecedentes de la variable independiente: Factores socioculturales

Según Priscila Terán en su investigación denominada “El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la Comunidad de San Clemente del cantón Ibarra”. En el año 2021 previa a la obtención de la maestría en Gestión del Desarrollo Mención en Desarrollo Social, en la Universidad Andina Simón Bolívar con sede en Ecuador, menciona que: “a nivel mundial el turismo ha sido constituido como una actividad que favorece en los ámbitos sociales, culturales y económicos con la finalidad de llegar al desarrollo sostenible e inclusive, aportando al crecimiento de la economía y mejorando la calidad de vida de los ciudadanos”.

Según Ramírez, Serrano y Palmas en su investigación “Impactos socioculturales del turismo deportivo en la comunidad de El Peñón”. Publicada en la revista de Ciencias Sociales “Methaodos” en el año 2020, considera que: los impactos son confusos al momento de clasificarlos debido a que pertenecen a una dimensión económica y ambiental. Por ello, los impactos socioculturales del turismo son transformaciones divisados a partir de la interacción entre los residentes y visitantes.

Geordi Tomalá en su investigación denominada “Estudio de los factores sociales que afectan el desarrollo turístico en el cerro Cachari de la ciudad de Babahoyo de la provincia de los Ríos”. En el año 2018, previo a la obtención del título de Licenciado en Hotelería y Turismo, en la Universidad Técnica de Babahoyo, plantea que: se debe enfatizar que el componente social que influye en el desarrollo turístico de un sitio es la delincuencia, por tal motivo los visitantes no pueden visitar y disfrutar del lugar, por el temor de ser agredidos física y psicológicamente.

1.1.2 Antecedentes de la variable independiente: Destino turístico

Según Gutiérrez Héctor en su investigación denominada “Estudio de la imagen de un destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador”. En el año 2005 previo a la obtención del doctorado en la Universidad de Cantabria, plantea que: el destino turístico aparte de ser definido como un conjunto de instalaciones y servicios a los turistas, es también la experiencia la que toma énfasis. También concluye que la imagen del destino es uno de los temas que más relevancia genera y aporta en turismo.

1.2 Problema

1.2.1 Situación problemática

La investigación comprende el análisis de la problemática en el cantón Guano, provincia de Chimborazo que corresponde a la desorganización del destino turístico lo cual

genera un empeoramiento de la práctica de actividades turísticas; así también existe la pérdida de afluencia turística que conlleva a una escasa demanda de productos turísticos, adicionalmente a esto se evidencia el insuficiente desarrollo del destino generando escasos recursos turísticos; y finalmente la pérdida de identidad cultural, valores y costumbres que conllevan a una escasa cultura de residentes y visitantes, todo esto provoca un gran problema que se centra en el débil desarrollo sociocultural en Guano.

Por tanto, con relación a la problemática presentada anteriormente se pretende desarrollar una propuesta que aporte en el desarrollo y progreso de la calidad de vida del destino turístico Guano.

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema general

- ¿Cuál es la relación entre los factores socioculturales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo?

1.3.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre la interacción y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo?
- ¿Cuál es la relación entre los actores locales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo?
- ¿Cuál es la relación entre el turista y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo?

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación teórica

El lugar de estudio considerado como el cantón Guano ubicado en la provincia de Chimborazo, es un destino que conserva su identidad cultural, valores, costumbres y especialmente su comportamiento, empezando desde el actuar de los residentes hacia los visitantes y viceversa.

1.4.2 Justificación práctica

El proyecto de investigación se realizó tratando de fomentar y emplear la transmisión de sus costumbres de generación en generación a fin de no perderlas y que sea el visitante quien goce de aquello y sienta la necesidad de visitar el destino.

1.4.3 Justificación metodológica

Para alcanzar los objetivos de estudio se empleó técnicas de investigación, por medio de las cuales se realizaron encuestas a la población económicamente activa y al personal del Departamento de Desarrollo Turístico del cantón Guano, mismos que facilitaron en la recolección de datos tanto de la variable dependiente como independiente.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

- Analizar la relación entre los factores socioculturales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo

1.5.2 Objetivos específicos

- Analizar la relación entre la interacción y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Analizar la relación entre los actores locales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Analizar la relación entre el turista y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

2.1 Estado del arte

2.1.1 Estado del arte variable independiente: Factores socioculturales

Los autores (Carrera et al., 2020) en su revista de investigación “Desarrollo local y turismo en Ecuador” mencionan que:

El desarrollo local resalta en los lugares donde varias organizaciones y la apariencia de los niveles de gobierno a fin de establecer el desarrollo en donde se hace énfasis los aspectos sociales, culturales, económicos, políticos y administrativos; los mismos que juegan una serie protagónica para la concertación de espacio de atributo social, sin dejar de lado el incremento económico en pro de perfeccionar las condiciones de vida en una localidad.

Según los autores (Fernández Rodríguez et al., 2020) en su revista científica multidisciplinaria “Incidencias de las contradicciones sociales en el comportamiento del consumidor turístico del Ecuador” mencionan que:

Los elementos que influyen en la conducta del consumidor son imprescindibles para un destino, por tal motivo deben existir las herramientas de marketing para un destino o que se acomode a las aproximaciones de las fuerzas actuantes del entorno, tomando en cuenta que el componente sociocultural toma un rol importante para promover las actividades turísticas.

Los autores (Balbuena et al., 2017) en su investigación denominada “El Impacto Socio-Cultural del Turismo en Benalmádena” establecen que: la dimensión sociocultural genera interacción entre dos grupos humanos; la comunidad anfitriona y la comunidad huésped por medio de las cuales pueden establecer nuevas oportunidades, o a su vez forjar una impresión de pena, presión y congestión en la vida cotidiana de un residente, por tal motivo se encuentra afectada su identidad cultural y realidad social.

2.1.2 Estado del arte variable dependiente: Destino turístico

Según en la investigación “Tecnología e innovación en destinos turísticos inteligentes. Caso Cuenca, Ecuador” realizada por (Lojano Chapa et al., 2023) mencionan que:

El destino turístico inteligente es un espacio innovador afianzado sobre una infraestructura tecnológica para garantizar el desarrollo sostenible de una región, este es capaz de incrementar la calidad de experiencia y vida, facilitando así la integración e interacción del visitante.

Según (Molina Azorín et al., 2022) en la Revista de Estudios Empresariales Alicante, analizan que los destinos turísticos muestran las dimensiones que mejoran la competitividad,

entre ellas se toma en cuenta a la gobernanza, la innovación, la sostenibilidad y la accesibilidad.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Marco teórico variable independiente: Factores socioculturales

Factores socioculturales.

Conjunto de creencias, valores, tradiciones y costumbres que asemejan e identifican a una persona o comunidad en especial (Rocha Velázquez y otros, 2017).

Interacción.

La interacción establece como objeto la psicología social y se define como la acción mutua de comportamientos entre individuos al relacionarse, teniendo en cuenta el contexto de por qué lo hacen (Galindo et al., 2009).

Sensibilización turística.

Comprende las acciones y funciones que se originan por parte del sector público y privado para proteger el patrimonio natural y cultural de un lugar (Santander, 2013). Por lo contrario, el otro autor establece que, la sensibilización trata de incentivar la mejora de las actividades y servicios, con el fin de perfeccionar y fortificarlos. A su vez menciona que las tareas de sensibilización buscan forjar los impactos auténticos para el desarrollo del lugar estableciendo una mayor cognición (Entorno Turístico, 2019).

Empleabilidad.

Según (Moledo Lorenzo et al., 2022), la empleabilidad se refiere a la posibilidad de acceder a un puesto de trabajo, por medio de los indoles de él o la candidata, los que le admiten centrarse en los factores de empleabilidad que el mercado de trabajo lo asigna.

Comportamiento.

El comportamiento parte de la premisa de que el cerebro es la raíz del proceder humano y que la actividad intelectual es el resultado emergente del trabajo que se realiza en el sistema nervioso central. (Morandín, 2022)

Actores locales.

Los actores turísticos y sus vínculos son elementos primordiales para la administración activa de un destino turístico, pues lo que les hace especial son sus acciones y destrezas por medio de las cuales se adaptan a nuevos escenarios, se debe enfatizar también en la desintermediación y los hábitos de la demanda turística, debido a que, por medio de la experiencia, la actividad y el encuentro son clave primordial de una auto organización del destino. (Calvopiña Andrade y Flor Mora, 2018).

Establecimientos turísticos.

Los establecimientos turísticos están diseñados para atender a quienes buscan disfrutar de actividades de ocio y recreación, destacando la calidad del servicio ofrecido en estos lugares, los cuales operan conforme al Reglamento Turístico (Cabezas Solís y Cujilema León, 2022).

Servicios turísticos.

Los servicios turísticos incluyen diversas áreas como el alojamiento, la alimentación, el transporte, las agencias de turismo, la información turística, las excursiones, las actividades, el ocio y el entretenimiento. (Espín, 2022)

Producto turístico.

El producto turístico es una combinación de elementos tangibles e intangibles diseñada para cumplir con las expectativas de los turistas. Se trata de un sistema integrado de componentes que motiva a las personas a viajar y realizar actividades que cubran sus necesidades, brindándoles beneficios y una experiencia satisfactoria de forma integral. (Liviapoma Álvarez, 2022).

Turista.

Según (Caldevilla Domínguez et al., 2021) El turista moderno ya no es un viajero pasivo que sigue las directrices de las agencias de manera incondicional; ahora se le conoce como el turista 3.0, un aventurero autónomo que transforma el tradicional esquema "vertical" de los viajes: "más informado que nunca, participativo, que busca y compara y que ya no decide a partir del consejo de una agencia de viajes, sino que ha de ser persuadido directamente por el producto o servicio turístico y la forma en que éste se presenta en Internet".

Participantes.

El participante es aquel individuo u organización que participa en actividades, acciones, tareas u otras alternativas (Ucha, 2012).

Turistas accidentados.

Según (Durán y Bacigalupe, 2018), las amenazas son percibidas por las personas en relación con su seguridad a través de un proceso cognitivo que combina estímulos externos con sus sistemas de creencias, permitiendo estructurar y comprender la realidad.

Actividades turísticas.

Según (Yépez Barragán, 2022), la actividad turística pretende adaptarse a las nuevas realidades del medio ambiente y la disponibilidad de recursos esenciales.

2.2.2 Marco teórico variable dependiente: Destino turístico

Destino turístico.

Un destino turístico local es un área física donde los visitantes pernoctan al menos una noche. Este espacio integra productos turísticos, como servicios de apoyo, atractivos y

recursos, accesibles dentro de un radio que permite viajes de ida y vuelta en el día. Sus límites físicos y administrativos facilitan su gestión, mientras que las imágenes y percepciones asociadas influyen en su competitividad en el mercado. Además, los destinos locales suelen involucrar a la comunidad anfitriona y pueden conectarse entre sí, formando redes que conforman destinos más amplios. (OMT, 2007).

Espacio físico.

El espacio físico se refiere a las áreas del territorio donde se llevan a cabo o podrían desarrollarse actividades turísticas (Boullón, 2006).

Inseguridad turística.

Según (Arias y Luneke, 2022), los factores presentes en los ámbitos individual, social y físico-ambiental están compuestos por los elementos que determinan la inseguridad.

Microempresarios.

Las microempresas son manejadas por personas naturales, familias o grupo de personas de ingresos bajos son quienes ejercen criterios sobre productos, mercados y precios que generan ingresos suelen estar asociados a organizaciones económicas populares, como emprendimientos unipersonales, familiares, comunitarios, barriales, microempresas, trabajadores a domicilio, comerciantes minoristas, talleres y pequeños negocios. Estas iniciativas, que forman parte de la economía popular, serán impulsadas bajo un enfoque solidario, promoviendo y desarrollando programas de inclusión social y económica. (Flores, 2018).

Consumo local.

Según (Gutiérrez, 2015), el consumo local es una herramienta clave para promover el desarrollo equitativo de la sociedad, ya que permite conocer el origen de los materiales utilizados en los productos, así como identificar a las personas que los fabrican y comercializan, fortaleciendo la conexión con la comunidad.

Producto turístico.

Un producto turístico es una combinación de elementos tangibles e intangibles, que incluyen recursos naturales, atracciones, infraestructuras, servicios y actividades, todos organizados alrededor de un centro de interés específico. Este conjunto forma el núcleo del marketing del destino y genera una experiencia integral para el visitante, incorporando también aspectos emocionales para atraer a los clientes potenciales (OMT, 2022).

Atractivos naturales.

Según (Ceyte, 2014), los atractivos naturales son elementos de la naturaleza que capturan el interés de las personas, invitándolas a dejar su entorno habitual por un tiempo para disfrutar de la belleza del paisaje. Estos lugares brindan la oportunidad de relajarse y satisfacer las necesidades de recreación y descanso.

Atractivos culturales.

De acuerdo a (Otero, 2000), los atractivos culturales son tanto bienes materiales como inmateriales que dan forma a un paisaje único, en el que la sociedad desempeña un papel fundamental al otorgar valor a cada uno de estos elementos. Es la comunidad la que, a través de su historia y tradiciones, enriquece y da significado a estos atractivos.

Medios de comercialización.

Los medios de comercialización o canales de distribución son aquellas vías que dirigen el producto hacia cliente (Antaurko, 2022).

Atractivo turístico.

Se refiere al conjunto de elementos, tanto materiales como inmateriales, que pueden convertirse en un producto turístico. Estos elementos tienen el poder de influir en la decisión del turista, motivándolo a visitar atractivos dentro de un determinado territorio. (Lemoine Quintero et al., 2018).

Museos.

Los museos son considerados como un área de conocimiento en expansión y renovación, incluyen métodos expositivos y didácticos nuevos que permite a los docentes utilizar con sus discentes (Abenza y Robles, 2022).

Turismo cultural.

El turismo cultural puede convertirse en una herramienta clave para el desarrollo local y regional, entendiendo este desarrollo desde una perspectiva socioeconómica que promueva una distribución justa de los beneficios, tanto económicos como socioculturales, en las comunidades anfitrionas. Esto se refleja en la mejora de la educación, la formación, la creación de empleo y la generación de ingresos, contribuyendo a la reducción de la pobreza, especialmente en los países en desarrollo (Toselli, 2006).

Destino cultural.

Para (Kolar y Zabkar, 2009), un destino cultural desempeña un papel fundamental al ofrecer una mejor comprensión del comportamiento de los turistas, ya que les brinda experiencias únicas que influyen en sus decisiones y expectativas.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

3.1.1 Investigación no experimental

Según (Hernández et al., 2010) la investigación no experimental se basa en estudios en los que no se manipulan las variables de manera intencional. En lugar de eso, se observan los fenómenos tal como ocurren en su entorno natural, para luego analizarlos y comprenderlos mejor.

La investigación se basó en conceptos, variables y sucesos ocurridos anteriormente en el cantón Guano, de tal modo que han sido analizados para posteriormente obtener información concisa y veraz.

3.1.2 Investigación transversal

Según (Rodríguez y Mendivelso, 2018) “El diseño de corte transversal se clasifica como un estudio observacional de base individual que suele tener un doble propósito: descriptivo y analítico. También es conocido como estudio de prevalencia o encuesta transversal; su objetivo primordial es identificar la frecuencia de una condición o enfermedad en la población estudiada y es uno de los diseños básicos en epidemiología al igual que el diseño de casos y controles y el de cohortes”.

Se utilizó la investigación transversal para observar y analizar el momento exacto en el que se realizó la investigación, por medio de la cual se pudo abarcar los grupos o muestras de estudio de la población haciendo referencia a la población económicamente activa de Guano y al personal del Departamento de Desarrollo Turístico perteneciente al mismo cantón.

3.2 Diseño de la investigación

3.2.1 Diseño descriptivo

La investigación descriptiva, también llamada investigación estadística, se enfoca en detallar los datos y características de la población o fenómeno que se está estudiando. Este tipo de investigación busca responder preguntas clave como: quién, qué, dónde, cuándo y cómo. (Marroquín Peña, UNE, 2012)

El método descriptivo fue primordial en la investigación, porque buscó relatar la situación de los factores socioculturales que inciden en el destino turístico, como la interacción de los actores locales, visitantes como también del personal del Departamento de Desarrollo Turístico del GADM de Guano y el cómo se puede mejorar la calidad de vida social y cultural dentro del cantón.

3.2.2 Diseño correlacional- causal

Según (Marroquín Peña, UNE, 2012) “La investigación correlacional tiene como finalidad establecer el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables. Se caracterizan porque primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación” (p.4).

En la investigación se tomó en cuenta el diseño correlacional- causal por medio de muestras medianas y se buscó conocer la relación entre las dos variables como son los “factores socioculturales” y el “destino turístico” con ello se pudo verificar que no tienen relación alguna y se comprobaron las hipótesis.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Cuestionario

Un cuestionario es, en términos simples, una herramienta estándar utilizada para recolectar datos durante el trabajo de campo en investigaciones cuantitativas, especialmente en aquellas que se basan en encuestas. (Meneses, 2016)

En este caso se elaboró dos cuestionarios para la variable independiente y dependiente conformado por dimensiones, indicadores e ítems, los cuales tienen una calificación en base a la Escala de Likert conformada por: (1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Indeciso, (4) De acuerdo y (5) Totalmente de acuerdo. Los datos obtenidos fueron procesados mediante Microsoft Excel y el Programa IBM SPSS Statistics.

3.3.2 Encuesta

La encuesta es una técnica utilizada para recolectar datos, basada en la pregunta directa a los participantes. Su objetivo es obtener de manera organizada información sobre los conceptos relacionados con un problema de investigación previamente definido. Los datos se recogen a través de un cuestionario, que sirve como herramienta de medición, y las preguntas se realizan siguiendo un formato establecido (cuadro de registro). Esta técnica se aplica a una población o muestra amplia mediante entrevistas, en las que se respeta el anonimato de los participantes. (López Roldán y Fachelli, 2015)

Se aplicó dos encuestas, la variable dependiente fue dirigida hacia al personal del Departamento de Desarrollo Turístico del GADM del cantón Guano y la variable independiente fue enfocada en la población económicamente activa del mismo cantón, las cuales sirvieron para la obtención de datos.

3.4 Validez de instrumentos

3.4.1 Selección de los expertos

Para validar los instrumentos, se requirió obtener la aprobación de los expertos catedráticos de la carrera de Turismo, considerando la opinión del tutor, el presidente y los dos expertos miembros del tribunal.

Tabla 1. Selección de los expertos

N°	Docente Experto	Asignación del Tribunal
1	PhD. Diego Calvopiña	Tutor
2	Mgs. Margoth Cali	Presidente
3	Mgs. Danilo Quintana	Experto 1
4	Mgs. Henry Villa	Experto 2

Nota. Elaboración propia.

Conforme a la revisión de los instrumentos se obtuvo la respuesta que tanto el cuestionario de la variable independiente como la variable dependiente cumplen con los requisitos correspondientes para ser aplicadas a la población correspondiente.

3.5 Confiabilidad de los instrumentos

Para evaluar la confiabilidad de los instrumentos, se utilizó el software SPSS para analizar y calcular el Coeficiente Alfa de Cronbach, lo que permitió obtener los siguientes criterios de fiabilidad correspondientes.

Tabla 2. Criterios Coeficiente Alfa de Cronbach

<i>Índice</i>	<i>Nivel de fiabilidad</i>	<i>Valor de Alfa de Cronbach</i>
1	Excelente]0.9, 1]
2	Muy bueno]0.7, 0.9]
3	Bueno]0.5, 0.7]
4	Regular]0.3, 0.5]
5	Deficiente	0, 0.3]

Fuente: Adaptado de ALFA DE CRONBACH PARA VALIDAR UN CUESTIONARIO DE USO DE TIC EN DOCENTES UNIVERSITARIOS (p.41) por Tuapanta Dacto, Duque Vaca, & Mena Reinoso, (2017), Revista mktDescubre - ESPOCH FADE

3.5.1 Alfa de Cronbach variable independiente: Factores socioculturales

Se realizó una encuesta a 25 personas de la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Guano, en la provincia de Chimborazo. Estas personas fueron seleccionadas como una muestra representativa y base fundamental para la investigación, y a partir de sus respuestas se obtuvo el siguiente nivel de confiabilidad:

Tabla 3. Estadísticas de fiabilidad (Factores Socioculturales)

ALFA DE CRONBACH	N° DE ELEMENTOS
0.77	10

Nota. Elaboración propia.

Según el análisis del Coeficiente Alfa de Cronbach, se obtuvo un resultado de 0.77, lo que, según los criterios de fiabilidad, se considera un nivel "Muy Bueno". Esto valida la aplicación de la encuesta.

3.5.2 Alfa de Cronbach variable dependiente: Destino turístico

Se encuestó a 6 técnicos pertenecientes al Departamento de Desarrollo Turístico del GADM del Cantón Guano (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Guano, 2023), en donde se obtuvo el siguiente nivel de confiabilidad:

Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad (Destino Turístico)

ALFA DE CRONBACH	N° DE ELEMENTOS
0.71	9

Nota. Elaboración propia.

El análisis del Coeficiente Alfa de Cronbach arrojó un resultado de 0.71, lo que, según los criterios de fiabilidad, se clasifica como un nivel "Muy Bueno". Esto permite proceder con la aplicación de la encuesta.

3.6 Población de estudio y tamaño de muestra

Población 1: La población que se consideró para la variable independiente, es la población económicamente activa del cantón Guano. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Guano (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Guano, 2021) y el Censo de Población y Vivienda realizado en el 2010, el cantón Guano con una población de 7067 habitantes, quienes están siendo considerados dentro del PEA.

Población 2: Se consideró al personal del Departamento de Desarrollo Turístico perteneciente al GADM Guano, ya que por medio de ellos se obtuvo información verídica y real acerca del destino turístico desarrollado en el cantón.

3.6.1 Factores socioculturales

Tabla 5. Población de estudio, PEA involucrados en el desarrollo turístico del Cantón Guano.

Variable Independiente (Factores Socioculturales)	
Población Económicamente Activa del cantón Guano	N° 7067

Fuente: PDOT Guano, 2021.

Nota. Elaboración propia.

3.6.2 Destino turístico

Tabla 6. Personal del Departamento de Desarrollo Turístico perteneciente al GADM Guano.

Variable Dependiente (Destino Turístico)	
Personal del Departamento de Desarrollo Turístico de Guano	N° 6

Fuente: Marcela Valdiviezo, Desarrollo Turístico GADM Guano, 2023.

Nota. Elaboración propia.

3.7 Unidad de análisis

Fase 1. Para el diagnóstico de los factores socioculturales, la unidad de estudio corresponde a la población económicamente activa del cantón Guano.

Fase 2. Para el diagnóstico del destino turístico, corresponde al personal del Departamento de Desarrollo Turístico del GADM de Guano.

3.8 Tamaño de la muestra

Muestra 1. Se considera una población económicamente activa de 7067 habitantes del cantón Guano proyectados hacia el 2022, a esta cantidad se le aplicó la fórmula de muestra finita (Cochran, 1953), a fin de obtener una muestra considerable para la aplicación de las encuestas.

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

Donde:

N= población (7067)

E= margen de error admisible 5% (0,05)

E²= elevado a la potencia 2 (es decir que el margen de error se eleva al cuadrado)

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza deseado (Nc= 95%, z= 1,96)

p= proporción de ocurrencia de un evento (0,8)

q= probabilidad de no ocurrencia de un evento (0,2)

$$n = \frac{(1,96)^2(0,8)(0,2)(7067)}{(7067)(0,05)^2(1,96)^2(0,8)(0,2)}$$

$$n = 237$$

Después de aplicar la fórmula para calcular la muestra finita, considerando una población económicamente activa (PEA) de 7067 habitantes, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, se determinó que era necesario aplicar 237 encuestas.

Al trabajar con las probabilidades del 0,8 y 0,2 me permite alcanzar un equilibrio entre la precisión y eficiencia en la investigación, permitiendo de este modo no comprometer a la validez del estudio.

Muestra 2. El tamaño de la muestra por medio de la variable dependiente fue tomado por medio del personal del Departamento de Desarrollo Turístico del GADM del cantón Guano, el cual consta de 6 personas:

Tabla 7. Cargos del Personal del Departamento de Desarrollo Turístico Guano

<i>Cantidad</i>	<i>Cargo</i>
1	Director
1	Gestor
1	Patrimonio
1	Marketing
1	Museo y Centro de Interpretación/Técnico
1	Recaudador

Fuente: Departamento de Desarrollo Turístico GADM Guano, 2023

Nota. Elaboración propia.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis e interpretación de resultados

Los datos recopilados de la población económicamente activa y del personal del Departamento de Desarrollo Turístico en el cantón Guano fueron registrados en una base de datos de Microsoft Excel. Posteriormente, se analizaron utilizando el sistema IBM SPSS Statistics, lo que permitió generar gráficas y tablas relacionadas con los ítems de cada variable (independiente y dependiente). Además, se realizó un análisis de cada gráfica para proporcionar información más precisa y relevante.

4.1.1 Análisis, interpretación y discusión de la variable independiente “Factores socioculturales”

A continuación, se presenta una tabla resumen con los principales resultados relacionados con la variable independiente denominada "Factores socioculturales", obtenidos en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

Tabla 8. Tabla de resumen del análisis e interpretación de resultados

<i>Variable Independiente Factores Socioculturales</i>		
<i>Información General</i>		
<i>N°</i>	<i>Ítem</i>	<i>Interpretación</i>
1	Género	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 54% género femenino 46% género masculino Por tanto, se concluye que la mayoría de los encuestados pertenecen al género femenino.
2	Edad	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 25% está en el rango de 34-41 años 24% está en el rango de 26- 33 años 19% está en el rango de 42-49 años 16% están en los rangos de 18-25 y más de 50 años En conclusión, la mayoría de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 34 a 41 años.
3	Nivel de Instrucción	Según los resultados obtenidos de los encuestados, se puede concluir que: 49% tiene estudios secundarios 23% tiene estudios superiores universitarios 15% tiene estudios superiores no universitarios 10% tiene estudios primarios 3% tiene estudios de maestría Se puede afirmar que, la Población Económicamente Activa (PEA) tiene un nivel de estudios secundarios.
<i>Información Específica</i>		
<i>Interacción</i>		
1	Eventos de sensibilización turística en Guano	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 35% Totalmente en desacuerdo 13% En desacuerdo

			27% Indeciso 20% De acuerdo 6% Totalmente de acuerdo En conclusión, el 35% de los encuestados expresó estar totalmente en desacuerdo con la existencia de eventos de sensibilización turística en Guano.
2	Porcentaje de empleabilidad de profesionales de turismo en Guano	de	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 15% Totalmente en desacuerdo 29% En desacuerdo 19% Indeciso 31% De acuerdo 6% Totalmente de acuerdo Por tanto, se concluye que el 31% de los encuestados está de acuerdo con la cantidad de profesionales de turismo en el cantón.
3	Cortesía de los residentes en Guano		De acuerdo al número de encuestados se determina que: 2% Totalmente en desacuerdo 0% En desacuerdo 1% Indeciso 35% De acuerdo 61% Totalmente de acuerdo En resumen, el 61% de la población está totalmente de acuerdo y el 35% está de acuerdo con la cortesía de los residentes del cantón Guano, lo que da como resultado un 96% de respuestas positivas.
4	Buen comportamiento de los turistas en Guano	de	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 3% Totalmente en desacuerdo 11% En desacuerdo 3% Indeciso 43% De acuerdo 40% Totalmente de acuerdo Según la opinión de los encuestados, el 43% está de acuerdo y el 40% está totalmente de acuerdo con el buen comportamiento de los turistas que visitan Guano, lo que da como resultado un 83% de respuestas positivas.
Actores del destino turístico			
5	Porcentaje razonable de establecimientos turísticos inclusivos en Guano	de	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 50% Totalmente en desacuerdo 17% En desacuerdo 21% Indeciso 11% De acuerdo 1% Totalmente de acuerdo

		En conclusión, el 50% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con la existencia de establecimientos turísticos inclusivos en el cantón Guano.
6	Suficientes servicios turísticos en el destino Guano	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 19% Totalmente en desacuerdo 33% En desacuerdo 4% Indeciso 31% De acuerdo 13% Totalmente de acuerdo En consecuencia, el 33% de encuestados expresa que se encuentra en desacuerdo con la cantidad de servicios turísticos que ofrece el cantón Guano.
7	Variada oferta de productos turísticos en Guano	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 14% Totalmente en desacuerdo 27% En desacuerdo 4% Indeciso 36% De acuerdo 19% Totalmente de acuerdo En resumen, el 36% de encuestados está de acuerdo con la variada oferta de productos turísticos disponibles en el cantón Guano.
Turistas		
8	Registro de participantes en eventos de sensibilización turística en Guano	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 37% Totalmente en desacuerdo 16% En desacuerdo 35% Indeciso 9% De acuerdo 3% Totalmente de acuerdo En conclusión, según las opiniones de los encuestados, el 37% de ellos está totalmente en desacuerdo con la existencia de un registro de participantes en los eventos de sensibilización turística.
9	Porcentaje de turistas accidentados en Guano	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 49% Totalmente en desacuerdo 21% En desacuerdo 24% Indeciso 5% De acuerdo 0% Totalmente de acuerdo Por tanto, se concluye que el 49% de encuestados se encuentran totalmente en desacuerdo con el porcentaje de turistas accidentados en el cantón.

10	Suficiente oferta de actividades de turismo en Guano	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 21% Totalmente en desacuerdo 37% En desacuerdo 4% Indeciso 27% De acuerdo 10% Totalmente de acuerdo En conclusión, el 37% de los encuestados expresa que se encuentra en desacuerdo con la suficiencia de oferta de actividades turísticas en el cantón Guano.
Información Complementaria		
1	¿Qué temas de sensibilización turística se debería considerar en una capacitación para los actores locales de Guano?	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 18% medioambientales 29% de seguridad 54% sociales y culturales Según la opinión de los encuestados, los temas que consideran más relevantes para ser considerados por los actores locales son, en un 54%, los temas sociales y culturales.
2	¿Qué actividades turísticas considera usted que despiertan mayor interés en los turistas que visitan Guano?	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 30% culturales 5% religiosas 59% gastronómicas 5% deportivas 1% de salud Según la opinión de los encuestados de la Población Económicamente Activa, se puede concluir que las actividades de mayor interés para los visitantes que ingresan al cantón son las relacionadas con la gastronomía, con un 59%.

Nota. Elaboración propia.

4.1.2 Análisis, interpretación y discusión de la variable independiente “Destino Turístico”

Posteriormente se presenta una tabla de resumen sobre los principales resultados correspondiente a la variable dependiente denominada “Destino Turístico” realizado en el cantón Guano, provincia de Chimborazo, a continuación, se presenta lo siguiente:

Tabla 9. Tabla de resumen del análisis e interpretación de resultados

Variable Independiente Factores Socioculturales		
Información General		
N°	Ítem	Interpretación
1	Género	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 33% género femenino 67% género masculino

		Por tanto, se concluye que la mayoría de los encuestados pertenece al género masculino.
2	Edad	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 33% están en el rango de 26-33 años 17% está en el rango de 34-41 años 50% está en el rango de más de 50 años Por tanto, se concluye que la mayoría de encuestados se encuentran en el rango de edad de más de 50 años.
3	Nivel de Instrucción	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 17% tiene estudios secundarios 50% tiene estudios superiores universitarios 33% tiene estudios de maestría. Como tal, se entiende que el personal del Departamento de Desarrollo Turístico del cantón Guano cuenta con un nivel de estudios superiores universitarios.

Información Específica

Espacio físico

1	El registro de incidentes sobre inseguridad turística es necesario para Guano	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 0% Totalmente en desacuerdo 0% En desacuerdo 17% Indeciso 33% De acuerdo 50% Totalmente de acuerdo En conclusión, el 50% de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 33% está de acuerdo con la idea que debe existir un registro de incidentes relacionados con la inseguridad turística. Esto da como resultado un 83% de respuestas positivas.
2	El número de establecimientos que dan apoyo a microempresarios y empresas locales son importantes para el desarrollo económico en Guano	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 0% Totalmente en desacuerdo 0% En desacuerdo 17% Indeciso 50% De acuerdo 33% Totalmente de acuerdo Por tanto, se concluye que el 50% de encuestados se encuentra de acuerdo y el 33% totalmente de acuerdo, en el número de establecimientos que dan apoyo a microempresarios y empresas locales dando paso al desarrollo económico en el cantón Guano.
3	Existe suficiente número de establecimientos que contribuyen al	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 0% Totalmente en desacuerdo 0% En desacuerdo 33% Indeciso

consumo local de producción en Guano	de 50% De acuerdo 17% Totalmente de acuerdo
--------------------------------------	--

Por tanto, el 50% del personal del Departamento de Desarrollo Turístico del cantón Guano opinaron que, si existen los suficientes establecimientos que contribuyen al consumo local de producción.

Productos turísticos

4 Existe un número importante de atractivos naturales en Guano	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 0% Totalmente en desacuerdo 0% En desacuerdo 0% Indeciso 33% De acuerdo 67% Totalmente de acuerdo En conclusión, el 33% de los encuestados está de acuerdo y el 67% está totalmente de acuerdo con la cantidad de atractivos turísticos naturales que existen en el cantón Guano, lo que da un 100% de respuestas positivas.
---	--

5 Los atractivos culturales de Guano son importantes	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 0% Totalmente en desacuerdo 0% En desacuerdo 0% Indeciso 67% De acuerdo 33% Totalmente de acuerdo Por tanto, se considera con un porcentaje considerable del 67% en que los atractivos culturales del cantón Guano son importantes.
---	---

6 Los medios de comercialización son los adecuados para el destino turístico Guano	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 0% Totalmente en desacuerdo 0% En desacuerdo 33% Indeciso 50% De acuerdo 17% Totalmente de acuerdo Por tanto, el 50% de encuestados se encuentra de acuerdo en que los medios de comercialización son los adecuados para vender y promocionar sus servicios y productos turísticos.
---	---

Atractivos turísticos

7 El registro mensual de visitantes en los museos de Guano es necesario	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 0% Totalmente en desacuerdo 0% En desacuerdo 17% Indeciso 33% De acuerdo
--	--

		50% Totalmente de acuerdo Por tanto, se puede concluir según la opinión de los encuestados que el 50% de ellos se encuentra totalmente de acuerdo y el 33% de acuerdo en la existencia de un registro mensual para la visita del museo en Guano.
8	El registro mensual de visitantes por segmento de turismo cultural de Guano es útil	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 0% Totalmente en desacuerdo 0% En desacuerdo 17% Indeciso 17% De acuerdo 67% Totalmente de acuerdo Por tanto, se concluye que el 67% del personal encuestado se encuentran totalmente de acuerdo con la existencia de un registro mensual de visitantes por segmento a fin de conocer el perfil del turista y saber sus intereses.
9	El registro anual de visitantes en los destinos culturales de Guano es necesario	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 0% Totalmente en desacuerdo 0% En desacuerdo 17% Indeciso 50% De acuerdo 33% Totalmente de acuerdo Por tanto, se puede concluir que el 50% del personal encuestado se encuentran de acuerdo y el 33% totalmente de acuerdo con el registro anual de visitantes en los destinos culturales de Guano.
<i>Información Complementaria</i>		
1	¿Cómo evalúa usted la seguridad turística en Guano?	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 17% Muy inseguro 0% Inseguro 50% Ni muy inseguro ni muy seguro 33% Seguro 0% Muy seguro Por tanto, según la opinión de los encuestados la seguridad turística está considerada con el 50% ni muy inseguro ni muy seguro
2	¿Qué productos turísticos de Guano tiene mayor demanda?	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 67% turismo gastronómico 0% turismo religioso 0% turismo de aventura 33% turismo cultural

		En conclusión, según la opinión de los encuestados, el producto turístico de mayor demanda es el turismo gastronómico, con un 67%
3	¿Considera usted que los atractivos turísticos de Guano son suficientes para garantizar el desarrollo turístico?	De acuerdo al número de encuestados se determina que: 33% Si 67% No De tal modo que de acuerdo a la opinión del personal del Departamento de Desarrollo Turístico del cantón Guano, el 67% opina que los atractivos turísticos no son los suficientes para garantizar el desarrollo turístico.

Nota. Elaboración propia.

4.2 Hipótesis

4.2.1 Hipótesis general

H1 Existe relación significativa entre los factores socioculturales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H0 No existe relación significativa entre los factores socioculturales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo

4.2.2 Hipótesis específicas

- ✓ **He1** Existe relación significativa entre la interacción y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- ✓ **He0** No existe relación significativa entre la interacción y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- ✓ **He1** Existe relación significativa entre los actores locales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- ✓ **He0** No existe relación significativa entre los actores locales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- ✓ **He1** Existe relación significativa entre el turista y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- ✓ **He0** No existe relación significativa entre el turista y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

4.3 Métodos de análisis

Para el análisis y procesamiento de los datos, se utilizó el estadístico Rho de Spearman, ya que se trabajó con variables cualitativas y la finalidad de medir el grado de asociación entre ellas. Dado que el estudio es de naturaleza no paramétrica, los resultados se presentan según los siguientes parámetros:

Tabla 10. Grado de correlación según coeficiente de correlación Rho de Spearman

Rango/ Valor de Rho	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Adaptado de Aplicación del coeficiente de correlación de Spearman en un estudio sobre la violencia en La Paz, Bolivia (vol 4) por (Alcázar Vasquez, 2022), Revista Fides et Radio.

Regla de decisión

Alfa \rightarrow 0,05 (5%)

Si p-valor $>$ alfa \rightarrow Aceptamos la Hipótesis nula (H0)

Si p-valor $<$ alfa \rightarrow Rechazamos la Hipótesis nula (H0) y aceptamos la hipótesis de investigación (H1).

4.4 Procesamiento de datos

4.4.1 Hipótesis general

1. Planteamiento de hipótesis

H1 Existe relación significativa entre los factores socioculturales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H0 No existe relación significativa entre los factores socioculturales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

1. Margen de error

Alfa \rightarrow 0,05 (5%)

2. Estadístico de prueba

Se manejó el estadístico IBM SPSS Statistics para comprobar la hipótesis.

3. Lectura p-valor

El p-valor asignado en SPSS de acuerdo a la correlación es 0,717.

Tabla 11. Prueba de hipótesis general
Correlaciones

		Factores socioculturales		Destino Turístico
Rho de Spearman	Factores socioculturales	Coefficiente de correlación	1,000	-,191
		Sig. (bilateral)	.	,717
		N	237	6
	Destino Turístico	Coefficiente de correlación	-,191	1,000
		Sig. (bilateral)	,717	.
		N	6	6

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

4. Interpretación

El valor p obtenido es 0,717, que es mayor que el valor alfa de 0,05, lo que lleva a rechazar la hipótesis alternativa (H1) y aceptar la hipótesis nula (H0). En consecuencia, se concluye que "No existe una relación significativa entre los factores socioculturales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo". Además, se obtuvo un coeficiente de correlación de -0,191, lo que indica una correlación negativa media.

4.4.2 Hipótesis específica 1

1. Planteamiento de hipótesis

He1 Existe relación significativa entre la interacción y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

He0 No existe relación significativa entre la interacción y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

2. Margen de error

Alfa → **0,05** (5%)

3. Estadístico de prueba

Se maneja el estadístico Rho de Spearman para comprobar la hipótesis.

4. Lectura p-valor

El p-valor asignado en SPSS de acuerdo a la correlación es 0,638.

Tabla 12. Prueba de hipótesis específica 1

		Interacción		Destino Turístico
Rho de Spearman	Interacción	Coefficiente de correlación	1,000	,246
		Sig. (bilateral)	.	,638
		N	237	6
	Destino Turístico	Coefficiente de correlación	,246	1,000
		Sig. (bilateral)	,638	.
		N	6	6

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

5. Interpretación

El valor p obtenido es 0,638, superior al nivel alfa de 0,05, lo que lleva a rechazar la hipótesis alternativa (H1) y a aceptar la hipótesis nula (H0). Por lo tanto, se concluye que "No existe una relación significativa entre la interacción y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo." Asimismo, el coeficiente de correlación obtenido fue de 0,246, lo que representa una correlación positiva media.

4.4.3 Hipótesis específica 2

1. Planteamiento de hipótesis

He1 Existe relación significativa entre los actores locales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

He0 No existe relación significativa entre los actores locales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

2. Margen de error

Alfa → **0,05** (5%)

3. Estadístico de prueba

Se maneja el estadístico Rho de Spearman para comprobar la hipótesis.

4. Lectura p-valor

El p-valor asignado en SPSS de acuerdo a la correlación es 0,954.

Tabla 13. Prueba de hipótesis específica 2

		Correlaciones		
			Actores del destino turístico	Destino Turístico
Rho de Spearman	Actores del destino turístico	Coefficiente de correlación	1,00	-,031
		Sig. (bilateral)	.	,954
		N	237	6
	Destino Turístico	Coefficiente de correlación	-,031	1,000
		Sig. (bilateral)	,954	.
		N	6	6

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

5. Interpretación

El valor p obtenido es 0,954, mayor al nivel alfa de 0,05, lo que lleva a rechazar la hipótesis alternativa (H1) y aceptar la hipótesis nula (H0). Esto indica que "No existe una relación significativa entre los actores locales y el destino turístico en el cantón Guano,

provincia de Chimborazo." Además, el coeficiente de correlación fue de -0,031, lo que refleja una correlación negativa débil.

4.4.4 Hipótesis específica 3

1. Planteamiento de hipótesis

He1 Existe relación significativa entre el turista y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

He0 No existe relación significativa entre el turista y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

2. Margen de error

Alfa \rightarrow 0,05 (5%)

3. Estadístico de prueba

Se maneja el estadístico Rho de Spearman para comprobar la hipótesis.

4. Lectura p-valor

El p-valor asignado en SPSS de acuerdo a la correlación es 0,888.

Tabla 14. Prueba de hipótesis específica 3

		Correlaciones		
			Turistas	Destino Turístico
Rho de Spearman	Turistas	Coefficiente de correlación	1,000	-,075
		Sig. (bilateral)	.	,888
		N	237	6
	Destino Turístico	Coefficiente de correlación	-,075	1,000
		Sig. (bilateral)	,888	.
		N	6	6

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

5. Interpretación

El valor p obtenido es 0,888, superior al nivel alfa de 0,05, lo que lleva a rechazar la hipótesis alternativa (H1) y aceptar la hipótesis nula (H0). Esto significa que "No existe una relación significativa entre el turista y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo." Además, el coeficiente de correlación de -0,075 indica una correlación negativa débil.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Se concluye que no se existe una relación significativa entre los factores socioculturales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo. Los resultados del análisis estadístico (Rho de Spearman) mostraron valores superiores a 0.05, lo que indica que existen otras formas de fortalecer los factores socioculturales. Para lograrlo, es esencial involucrar directamente a los residentes, permitiéndoles transmitir sus costumbres, tradiciones y fomentar su cultura.

Asimismo, se evidenció que no existe una relación significativa entre la interacción y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo. Esto resalta la necesidad de implementar estrategias de marketing que promuevan al cantón Guano como un destino atractivo para los visitantes, fortaleciendo su posicionamiento.

Por otro lado, no existe relación significativa entre los actores locales y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo. Por tal motivo, es fundamental integrarlos en la cadena de valor del turismo para que puedan difundir y exponer sus tradiciones, manifestaciones culturales, atractivos y gastronomía, creando así una oferta turística más enriquecedora y auténtica a favor del visitante.

Por último, no existe relación significativa entre los turistas y el destino turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo. Esto subraya la importancia de comprender el perfil, las motivaciones y los intereses de los visitantes, lo cual puede impulsar el desarrollo social y económico del cantón, además de generar nuevas oportunidades de empleo

En conclusión, Guano enfrenta desafíos relacionados con su promoción y atracción de visitantes. Se propone crear experiencias autoguiadas que permitan a los turistas descubrir su historia, cultura y belleza natural de manera independiente. Además, un corredor turístico bien diseñado podría destacar los sitios emblemáticos, paisajes únicos, gastronomía y artesanías locales, generando beneficios tanto para los visitantes como para la comunidad.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda profundizar en el análisis de los factores socioculturales de Guano para posicionarlo como destino turístico.

Mantener una interacción en el destino turístico, de tal modo que los visitantes reciban el mejor trato posible y tengan una experiencia inolvidable.

En el ámbito de los actores locales, se recomienda diseñar un corredor turístico por medio del cual se puedan presentar sus atractivos naturales, culturales, gastronómicos e históricos y de este modo contribuir el crecimiento económico y el desarrollo turístico del cantón.

Finalmente, se recomienda conocer el perfil del turista para proporcionar mecanismos que ayuden en la mejora de oferta turística del destino y favorecer con un mayor ingreso de visitantes.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1 Título

Corredor turístico sociocultural autoguiado en la ciudad Guano.

6.2 Introducción

Guano, un cantón de la provincia de Chimborazo, se encuentra a tan solo 11 kilómetros de la ciudad de Riobamba. Limita al norte con Tungurahua, al sur y al norte con Riobamba, y en una pequeña franja, con la provincia de Bolívar. Al este, su límite lo marca el río Chambo. Este cantón presenta una altitud que varía desde los 2,000 metros sobre el nivel del mar hasta los imponentes 6,310 metros en el nevado Chimborazo, la montaña más alta del Ecuador. El cantón se caracteriza por la elaboración de alfombras, curtiembre y la elaboración de calzado.

Guano presenta y mantiene vigente patrimonios culturales, históricos y tradicionales los cuales se destacan por sus maravillosos puntos de interés. Además, se puede identificar su arquitectura, gastronomía, paisajes, artesanías, leyendas y tradiciones que ofrece el cantón.

Por tanto, para realizar la propuesta se toma en cuenta los factores sociales y culturales del cantón Guano, mediante la identificación de los elementos más susceptibles de comercialización, lo cual permite crear un corredor turístico a fin de que los visitantes tengan la consideración de visitarlos y a su vez consumir los productos. De tal modo, se busca fortalecer la oferta y el desarrollo turístico del cantón.

6.3 Objetivos

6.3.1 Objetivo general

Diseñar un corredor turístico sociocultural autoguiado en la ciudad de Guano.

6.3.2 Objetivos específicos

- Identificar los elementos socioculturales con vocación turística de la ciudad de Guano.
- Escoger los elementos socioculturales con vocación turística susceptibles de comercialización de la ciudad de Guano.
- Articular los elementos socioculturales con vocación turística susceptibles de comercialización de la ciudad de Guano.

6.4 Desarrollo de la propuesta

6.4.1 Elementos socioculturales con vocación turística de la ciudad de Guano.

Guano cuenta con un rico patrimonio cultural, natural y artesanal que lo hace susceptible de comercialización en varios sectores, de los cuales se ha tomado en cuenta a las artesanías y productos locales, la gastronomía, eventos y festividades, turismo y servicios

relacionados; y la educación y capacitación determinado del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT, 2021). A continuación, se presentan algunos elementos claves que pueden ser comercializados:

a) Artesanías y productos locales

Tejidos y alfombras: es conocido por su tradición en la elaboración de alfombras artesanales de alta calidad, así como otros tejidos y artículos de lana.

Cuero y calzado: producción de calzado artesanal y artículos como bolsos y cinturones.

Elaboración de artesanías en totora.

b) Gastronomía

La gastronomía de Guano presenta una diversidad de platos típicos como la Fritada, Chicha Huevona, la Chicha de Jora, las cholos, la Colada Morada y el Yahuarlocro, que son los más consumidos por los residentes y visitantes.

c) Eventos y festividades

Las ferias y festividades tradicionales son consideradas según el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC, 2020) como bienes patrimoniales inmateriales basadas en los usos sociales, rituales y actos festivos mismas que promueven la diversidad cultural y el respeto hacia otros modos de vida.

Ferias y mercados locales: promoción de mercados donde los artesanos y agricultores locales pueden vender sus productos.

Festividades tradicionales: eventos culturales y religiosos que atraen a visitantes, como las fiestas patronales y las celebraciones tradicionales.

d) Turismo y servicios relacionados

Tour culturales e históricos (Atractivos turísticos): visitas guiadas a sitios históricos y culturales de Guano como el Museo, la Iglesia de la Asunción, Las Ruinas del Monasterio, la Iglesia de la Matriz, el Balneario Los Elenes, entre otros atractivos que se encuentran en la parte céntrica. (GADM de Guano, 2020)

Alojamiento: hoteles, hostales y alojamientos rurales que ofrezcan una experiencia auténtica y acogedora.

e) Educación y capacitación

Programas de capacitación: iniciativas para mejorar las habilidades de los artesanos y productos locales en áreas como marketing, diseño y gestión de negocios.

6.4.2 Elementos socioculturales con vocación turística susceptibles de comercialización de la ciudad de Guano.

Los elementos susceptibles de comercialización son aquellos productos y servicios que suelen ser ofertados en el mercado, en cuanto a Guano se ha tomado en cuenta los socioculturales, en donde se abarca la gastronomía, sus artesanías, las festividades y sus atractivos turísticos tomados del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Guano.

- **Gastronomía**

Guano se destaca por su oferta gastronómica variada y deliciosa, donde se puede encontrar con una serie de platos típicos como: las Cholas, la Fritada con Chorizo, el Yahuarlocro, la Chicha de Jora, la Chicha Huevona y la Colada Morada.

Tabla 15. Platos típicos de Guano

Platos típicos del cantón Guano	
<p>Figura 1. <i>Cholas y Colada Morada</i></p>  <p>Nota. Fotografía de Diana Urquizo, 2023.</p>	<p>El origen de las tradicionales cholas se remonta a la historia de Doña Mariana Guamán, quien aprendió el arte de la panadería de su madrina, Mariana Jaramillo. En esa época, el pan desempeñaba un papel fundamental en las celebraciones más importantes, como el Corpus Christi, el Día de los Difuntos, la Pascua, entre otras festividades. Fue en 1944 cuando surgió la idea de crear un pan especial que incluyera ralladura en su interior, al cual se le dio el nombre de "chola".</p> <p>La técnica de elaboración de las cholas es considerada como “Patrimonio Cultural Intangible del Ecuador” por su sabor único e inigualable en el mundo.</p>
<p>Figura 2. <i>Fritada</i></p>  <p>Nota. Fotografía de Diana Urquizo, 2023.</p>	<p>La fritada de Guano es un platillo exquisito que va acompañado de tortillas de papa, tostado, mote, maduros fritos y ají. Y lo esencial de este plato es que su carne de chanco es que su adobo es hecho con chicha de jora.</p>
<p>Figura 3. <i>Chorizo de Guano</i></p>  <p>Nota. Fotografía de Huecas del Ecuador, 2024.</p>	<p>El chorizo forma parte del plato típico “fritada”, su consumo se da mayormente en las festividades de Carnaval y fiestas de cantonización. Es un complemento de consumo ancestral que lleva más de setenta años de preparación.</p>

<p align="center">Figura 4. Yahuarlocro</p>  <p align="center">Nota. Fotografía de Rica Fritada, 2021.</p>	<p>Es un platillo apetitoso preparado con intestinos de borrego, papas y aguacate. Aunque no es un platillo típico del cantón también se lo consume.</p>
<p align="center">Figura 5. Chicha Huevona</p>  <p align="center">Nota. Fotografía de Diana Urquizo, 2023.</p>	<p>La tradicional chicha huevona es una bebida que suele prepararse y disfrutarse en ocasiones especiales. Su receta incluye una combinación de ingredientes como maíz, remolacha, guayaba, naranjilla, piña, cerveza, esencia de frutas, huevos, azúcar, puro y cola, lo que le otorga un sabor único y característico.</p>
<p align="center">Figura 6. Chicha de Jora</p>  <p align="center">Nota. Fotografía de Diana Urquizo, 2023.</p>	<p>La Chicha de Jora de Guano es una bebida tradicional, originaria de la sierra ecuatoriana. Esta bebida es parte integral de la cultura local y tiene particularidades en su preparación y consumo que la distinguen de las demás. Se la puede considerar como un reflejo de identidad y las prácticas culturales de una comunidad, manteniendo viva una tradición ancestral.</p>

Nota. Elaboración propia.

- **Artesanías**

Las artesanías consideradas como las más manufacturadas por parte de los artesanos son las elaboraciones como alfombras y los artículos en cuero que son conocidos a nivel mundial debido a que se destacan por el detalle de sus acabados y la alta calidad en cuanto

se refiere a la manufactura. Los productos elaborados en cuero suelen ser en su mayoría zapatos, carteras, chompas, monederos, correas, entre otros.

Figura 7. Artesanías en cuero



Fuente. Adaptado de Curtiembre el Alerce, Guano Turismo y Gobierno Autónomo Descentralizado de Guano, (2022)

Los artesanos de Guano destacan por su excepcional talento en la creación de alfombras tejidas a mano, reconocidas como "Patrimonio Cultural del Ecuador". Estas obras de arte se elaboran principalmente con lana de borrego, aunque también incorporan materiales como lana sintética e incluso lana de alpaca, lo que demuestra su habilidad y creatividad en cada pieza.

Figura 8. Alfombras artesanales



Fuente. Adaptado de Gobierno Autónomo Descentralizado de Guano, (2022)

- **Atractivos turísticos**

Tabla 16. Atractivos turísticos

<p>Figura 9. <i>Iglesia de la Virgen del Rosario</i></p>  <p>Nota. Fotografía de Diana Urquizo, 2023.</p>	<p>En 1894 se fundó la parroquia eclesiástica de El Rosario, cuya historia destaca por el trabajo de los sacerdotes Dr. Modesto Montalvo y Dr. Néstor Pastor, quienes impulsaron la construcción del templo y la casa parroquial. Actualmente, la parroquia cuenta con la iglesia de El Rosario, ubicada en la entrada de la localidad, junto a las ruinas del antiguo templo de la Asunción, preservando así su legado histórico y espiritual.</p>
<p>Figura 10. <i>Ruinas del Monasterio de la Asunción</i></p>  <p>Nota. Fotografía de Diana Urquizo, 2023.</p> <p>Figura 11. <i>Pila Bautismal</i></p>  <p>Nota. Fotografía de Diana Urquizo, 2023.</p>	<p>Primera iglesia franciscana construida en Guano en el año 1500. Fue agravada por el terremoto de 1949 y entre sus atractivos se encuentran las paredes de lo que fue la antigua iglesia, las estructuras de los monjes y la pila bautismal.</p>
<p>Figura 12. <i>Museo Municipal de Guano</i></p>  <p>Nota. Fotografía de Diana Urquizo, 2023.</p>	<p>El Museo de Guano está situado junto a la Biblioteca Municipal de Guano, en el Barrio El Rosario, frente al Parque Infantil, entre las calles Pasaje Cacique Toca y Los Franciscanos. Uno de sus principales atractivos es la momia de Fray Lázaro de Santofimia, quien fue el primer Guardián del Convento de Nuestra Señora de La Asunción de Guano, desempeñando este cargo entre 1565 y 1572.</p>

Figura 13. *Colina de Lluishi*



Nota. Fotografía de Diana Urquizo, 2023.

Figura 14. *Monolitos*



Nota. Fotografía de Diana Urquizo, 2023

Figura 15. *Mirador de Guano*



Nota. Fotografía de Diana Urquizo, 2023

Figura 16. *Parque Central 20 de diciembre*



Dentro de la belleza natural de la región se encuentra la Colina de Lluishi, una impresionante formación rocosa de origen volcánico, desde donde se puede disfrutar de una vista panorámica de la ciudad y su entorno. Este es uno de los principales atractivos para los visitantes de Guano, no solo por el extraordinario paisaje que se despliega a sus pies, sino también por la experiencia de ascender por su imponente escalinata, que cuenta con 327 peldaños.

Durante el recorrido se encuentra los monolitos y petroglifos, la gruta de la Virgen de Lourdes, el teleférico y el mirador en donde se puede apreciar el cantón.

El Parque Central, también conocido como Parque 20 de diciembre, comenzó a construirse el 8 de septiembre de 1929 y fue inaugurado el 9 de octubre de 1935. Los alrededores del Parque Central de Guano ofrecen a los visitantes un entorno tranquilo y encantador, destacándose por su arquitectura

<p>Nota. Fotografía de Ecuapinoo, 2023</p>	<p>colonial que refleja la rica historia del lugar. Este parque, es un espacio ideal para disfrutar de un paseo relajante, rodeado de una diversa vegetación, con árboles grandes y amplias áreas verdes.</p>
<p>Figura 17. <i>Iglesia La Matriz</i></p>  <p>Nota. Fotografía de Diana Urquizo, 2023</p>	<p>La Iglesia de la Matriz atrae a numerosos visitantes, tanto por su rica historia como por ser un centro de fe católica para quienes la visitan. También conocida como la Iglesia Nuestra Señora del Carmen, fue fundada entre los años 1812 y 1820, y su origen está vinculado a la transformación y lucha por la consolidación de la fe católica en la región. A lo largo de los años, ha sido un punto de encuentro espiritual y cultural, reflejando las huellas de su pasado en su arquitectura y en los eventos que han marcado su historia.</p>
<p>Figura 18. <i>Parque Acuático Los Elenes</i></p>  <p>Nota. Fotografía de Diana Urquizo, 2023</p>	<p>Ubicado a 2.608 metros sobre el nivel del mar, este parque acuático es de fácil acceso al atravesar el centro urbano del cantón hasta llegar a un sector conocido como Santa Teresita. Entre sus atractivos, ofrece una variedad de servicios ideales para disfrutar de un día de recreación y relax. Los visitantes pueden disfrutar de una piscina de olas artificiales, una piscina con juegos interactivos para niños, y varias opciones de piscinas con toboganes, tanto curvos como rectos al estilo kamikaze. Además, cuenta con una piscina semi-olímpica cubierta, así como servicios de hidromasaje, sauna, baño turco y una piscina polar para completar la experiencia.</p>

Nota. Elaboración propia.

- **Festividades**

Las festividades del cantón Guano más sobresalientes citadas en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial en el año 2021, son:

- ✚ Febrero o Marzo → Fiestas de Carnaval de Guano
- ✚ Marzo o Abril → Semana Santa
- ✚ 8 de diciembre → Fiestas en Honor a la Virgen Inmaculada
- ✚ 20 de diciembre → Fiestas de Cantonización de Guano
- ✚ 30 de noviembre → Fiesta del Patrono San Andrés

6.4.3 Articulación de los elementos socioculturales con vocación turística susceptibles de comercialización de la ciudad de Guano.

Dentro del corredor turístico se ha podido implementar los elementos más susceptibles de comercialización, este cuenta con una ruta para que al visitante se le pueda facilitar el movimiento y maximizar la experiencia del viaje de una forma útil y práctica, debido a que es el quien por sí mismo conoce la información general de Guano como sus festividades, gastronomía y atractivos turísticos.

El siguiente corredor turístico es un área que conecta diferentes puntos de interés turístico, lo cual facilita el acceso y la movilidad de los visitantes; estos son diseñados para maximizar la experiencia de los turistas en donde se integra sitios de interés cultural, histórico y recreativo promoviendo el desarrollo y economía del cantón Guano.

Figura 19. Corredor Turístico



Fuente: Google Maps

Nota. Elaboración propia de la ruta y puntos turísticos.

Descripción del Corredor Sociocultural

El lugar de partida de este corredor es la Iglesia Nuestra Señora del Rosario en un recorrido de 10 minutos para apreciar su valor histórico y arquitectónico, después se puede visitar el Museo de Guano en un recorrido de 20 minutos en donde encontraremos colecciones de artefactos arqueológicos, textiles, cerámicas, objetos religiosos y una de las piezas más destacadas como es la momia, después procederemos acercarnos a la plaza en donde se encontrará artesanías como artículos en cuero, las famosas alfombras y ponchos, continuando nos acercamos a las Ruinas del Monasterio de la Asunción para conocer la

historia del pasado religioso y cultural, después se puede dirigir hacia la colina de Lluishi con un recorrido de 30 minutos en donde durante el camino se observa el paseo de los monolitos, la Gruta de la Virgen de Lourdes hasta llegar a la parte alta en donde se podrá hacer uso del teleférico y una vista panorámica de Guano, después procede a visitar el parque 20 de diciembre en donde tardará 20 minutos y a su alrededor podrá encontrar la iglesia la matriz, el Gad Municipal y otros locales que ofrecen actividades comerciales, en este punto puede hacer una parada para degustar la deliciosa gastronomía y platos típicos que ofrece Guano, continuando con el recorrido de aproximadamente 6 minutos en auto o autobús llegara a la Iglesia María Inmaculada un icono importante en la historia del cantón y finalmente puede terminar su recorrido en el Parque acuático Los Elenes para disfrutar de sus áreas recreativas como un momento de relajación.

Tabla 17. Distancias y tiempos

Lugar	Tiempo (min)	Distancia (Km o m)
Iglesia Nuestra Sra. del Rosario- Museo de Guano	2 min	150m
Museo de Guano- Ruinas del Monasterio de la Asunción	1 min	30m
Ruinas del Monasterio de la Asunción- Colina de Lluishi	12 min	650m
Colina de Lluishi- Parque 20 de diciembre	10 min	800m
Parque 20 de diciembre- Iglesia la Matriz	2 min	40m
Iglesia La Matriz- GADM Guano	2 min	40m
GADM Guano- Iglesia María Inmaculada	50min	3.9km
Iglesia María Inmaculada- Balneario Los Elenes	20min	1.6km

Nota. Distancias y tiempos adaptados de Google Maps, 2024.

Figura 20. Parte delantera del Corredor Turístico



Fuente. Google Maps, 2024.

Nota. Elaboración propia.

Figura 21. Parte Posterior del Corredor Turístico

<p>Festividades</p> <p>Fiestas en honor a la Virgen María Inmaculada 8 al 20 de diciembre</p> 			<p>Fiestas de Carnaval Febrero- Marzo</p> 			<p>Fiestas de cantonización 20 de diciembre</p> 			<p>Gastronomía</p>		
			<p>Fritada</p> 			<p>Cholas</p> 					
<p>Artesanías</p>			<p>Chicha de Jora</p> 			<p>Chicha Huevona</p> 					
<p>Elaboración de alfombras</p> 			<p>Elaboración de ponchos</p> 			<p>Artículos en cuero</p> 					
<p>Recomendaciones</p> <p>El clima suele ser templado durante todo el año, pero se recomienda llevar una chaqueta ligera y protección solar.</p> <p>Existe accesibilidad, sin embargo el transporte público y los taxis locales son opciones convenientes para moverse dentro del cantón.</p> <p>Existe una limitada opción de alojamiento, por lo cual, en fechas como festividades se recomienda reservar con anticipación.</p>			<p>Teléfonos Importantes:</p> <p>ECU SERVICIO INTEGRADO DE SEGURIDAD 911 línea única para emergencia</p> <p>Unach CARRERA DE TURISMO</p> <p>GAD MUNICIPAL GUANO 032900133 032900931</p>			<p>Más Información:</p> 					

Fuente. Google Maps, 2024.

Nota. Elaboración propia.

Código QR

El código Qr ha sido generado como una herramienta eficaz, el cual cuenta con información turística de manera rápida y accesible. El visitante podrá escanear y acceder a una amplia gama de información permitiendo accesibilidad e interactividad.

Link: <https://www.thinglink.com/scene/1853123050363421540>

Figura 22. QR Corredor Turístico



Fuente: Thinglink

Nota. Elaboración propia.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Abenza, E., & Robles, F. (2022). Didáctica de las Ciencias Experimentales y Sociales. *Los Museos de Ciencias como recurso didáctico para la Educación Secundaria*(42), 65-80. Murcia. <https://doi.org/10.7203/DCES.42.19126>
- Alcázar Vasquez, A. A. (2022). Estudio correlacional entre sexismo ambivalente y violencia contra las mujeres en las relaciones de noviazgo en jóvenes universitarios de La Paz, Bolivia. *Fides et Radio*.
- Antaurko, F. (1 de Junio de 2022). *Repositorio Institucional Universidad Peruana de las Américas*.
[http://190.119.244.198/bitstream/handle/upa/2067/TRABAJO%20DE%20INVESTIGACI%
c3%93N.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://190.119.244.198/bitstream/handle/upa/2067/TRABAJO%20DE%20INVESTIGACI%c3%93N.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arias, A., & Luneke, A. (2022). Inseguridad y producción del espacio: la paradoja de la prevención situacional del delito . *Revista de Urbanismo*, 95-111.
- Balbuena, A., Barrera, D., & Hernández, M. (2017). El Impacto Socio-Cultural del Turismo en Benalmádena. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 31-47.
- Boullón, R. (2006). Espacio Turístico y Desarrollo Sustentable. *Redalyc*, 17-24.
- Cabezas Solis, M. Y., & Cujilema León, N. K. (22 de Febrero de 2022). *Repositorio Digital UCSG*. <http://201.159.223.180/bitstream/3317/18088/1/T-UCSG-PRE-ESP-TUR-4.pdf>
- Caldevilla Domínguez, D., Barrientos Báez, A., Pérez García , Á., & Gallego Jiménez, G. (2021). El uso de las redes sociales y su relación con la decisión de compra del turista. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 1-16.
- Calvopiña Andrade, D. M., & Flor Mora, O. P. (2018). Los actores del destino turístico en Riobamba. *Turydes Turismo y Desarrollo Local*, 1-13.
- Carrera, G., Larrea, M., & Moncayo, M. G. (24 de Junio de 2020). Desarrollo local y turismo en Ecuador. <https://doi.org/https://doi.org/10.33789/enlace.18.1.58>
- Ceyte. (2014). Atractivos Turísticos. https://es.slideshare.net/Anrei96/attractivos-turisticos-41192363?next_slideshow=41192363
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. John Wiley & Sons.
- Durán, A. M., & Bacigalupe, M. (2018). *El turista y la percepción del riesgo. El rol de la gestión de la información sobre la imagen de los destinos que han sufrido atentados terroristas*. Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. (2024). *Alcaldía Metropolitana de Quito*. <https://www.quito-turismo.gob.ec/news/corredor-turistico-camino-de-los-andes/>
- Entorno Turístico. (5 de Mayo de 2016). *Entorno Turístico*. <https://www.entornoturistico.com/explandict/corredor-turistico/>
- Entorno Turístico. (2019). Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/la-importancia-de-trabajar-en-lasensibilizacion-turistica/>
- Espín, J. (1 de Marzo de 2022). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34521/1/Tesis%20Esp%c3%adn%20Riofrio%20Fernando.pdf>

- Fernández Rodríguez, N., Lemoine Quintero, F., & Villacis Zambrano, L. (Diciembre de 2020). Indicencias de las contradicciones sociales en el comportamiento del consumidor turístico del Ecuador. 5. Manabí, Ecuador. <https://doi.org/https://doi.org/10.25214/27114406.978>
- Flores, J. (10 de Julio de 2018). *Derecho Ecuador*. <https://derechoecuador.com/microempresa/>
- GADM de Guano. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Guano*. <https://municipiodeguano.gob.ec/wpguano/wp-content/uploads/2023/08/PDYOT.pdf>
- Galindo, J., Karam, T., & Rizo, M. (2009). *Comunicología en construcción*. . México.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Guano. (2021). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Guano*. Guano.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Guano. (2023). *Municipio de Guano*. <https://municipiodeguano.gob.ec>
- Gutiérrez, L. (13 de Mayo de 2015). *Implan*. <http://www.trcimplan.gob.mx/blog/consumo-local-alternativa-ciudad-competitiva.html>
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2010). En *Metodología de la Investigación* (págs. 58-69).
- INPC. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. <https://municipiodeguano.gob.ec/wpguano/wp-content/uploads/2023/08/PDYOT.pdf>
- Kolar, & Zabkar. (2009). *Tourism Management*. “A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing?”, 652-664. https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/22017/ROTUR_2016_11_art_6.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Lemoine Quintero, F., Castellanos Pallerols, G., Hernández Rodríguez, N., Zambrano Intriago, S., & Carvajal Zambrano, G. (2018). *Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente, Ecuador*, 12(2), 133-148. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552018000200007&lng=es&nrm=iso
- Liviapoma Álvarez, A. J. (1 de Marzo de 2022). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34520/1/TESIS%20ANGIE%20LIVIAPOMA.pdf>
- Lojano Chapa, P. M., Benenaula Lojano, J. F., & Gómez Ceballos, G. P. (2023). Tecnología e innovación en destinos turísticos inteligentes. Caso Cuenca, Ecuador. 195-212.
- López Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona: Creative Commons.
- Marroquín Peña, R. (2012). *UNE*: http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Marroquín Peña, R. (2012). *UNE*. http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Medina, J. (2011). Los efectos socio-culturales del Turismo. *TURyDES*.

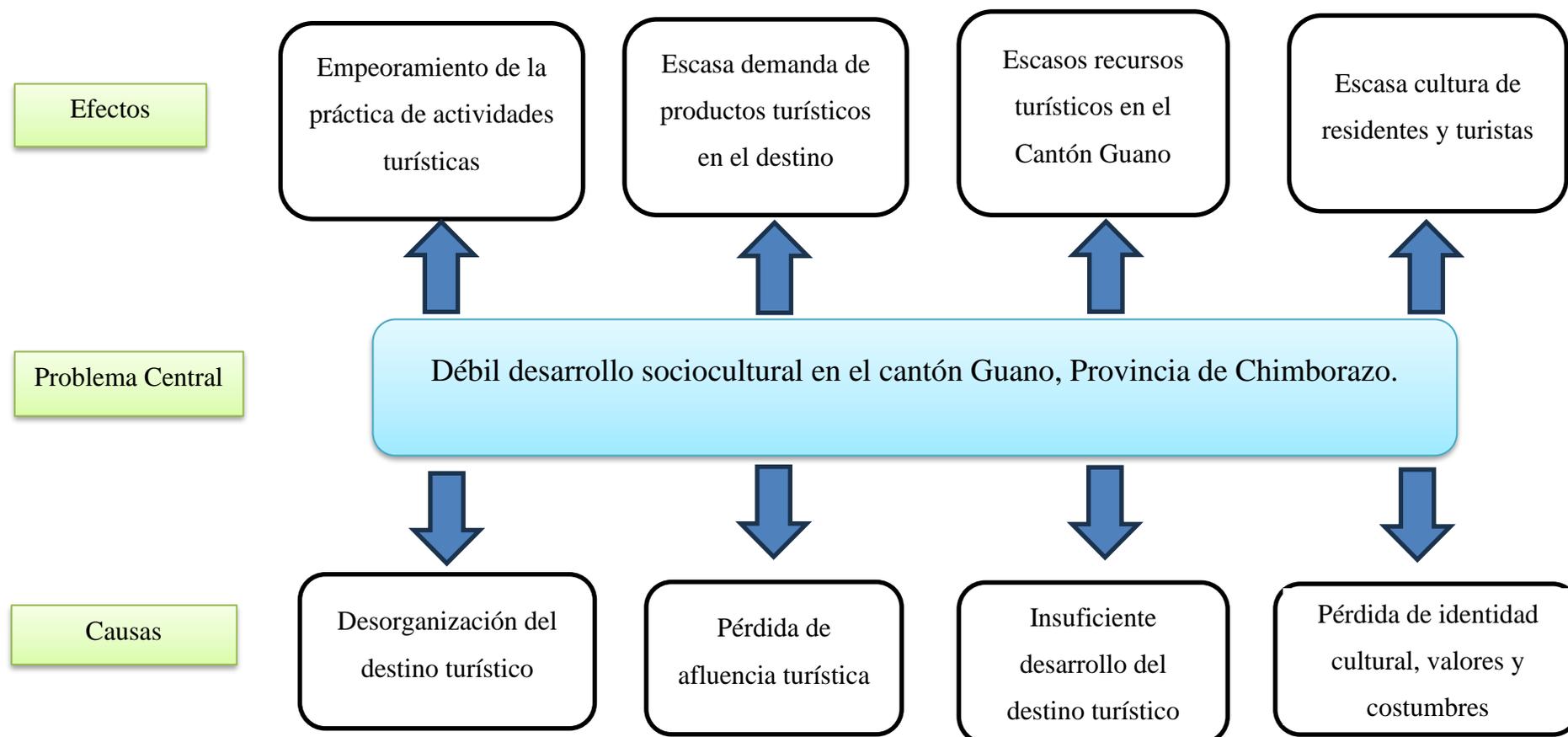
- Meneses, J. (2016). *El Cuestionario*.
<https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>
- Moledo Lorenzo, M., Quiroga Carillo, A., & García Álvarez, J. (2022). Competencias transversales y empleabilidad. Un reto para la pedagogía penitenciaria. *Revista Complutense de Educación*, 191-200.
- Molina Azorín, J. F., Tarí, J. J., López Gamero, M. D., Pereira, J., Pertusa, E., & Antón López, A. I. (2022). Los destinos turísticos inteligentes y la sostenibilidad. *Revista de Estudios Empresariales*, 51-71.
- Morandín, F. (2022). *Neuroeducación como herramienta epistemológica*. México.
- OMT. (2007). *Servicio Nacional de Turismo*. <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestio%CC%81n-de-destinos-turisticos-1.pdf>
- OMT. (2022). Tourism Definitions. *World Tourism Organization* , 19.
- Otero. (2000). Planificación y Manejo de Atractivos Turísticos. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34914/1/14.%20Poveda%20Toalombo%20Sandra%20Gabriela%20-%20Tesis.pdf>
- PDOT. (2021). *Plan de Desarrollo Territorial y Ordenamiento Territorial*.
- Pereyra Gonzales, T., Palomino Alvarado, G., & Gárate Ríos, J. (2021). Desarrollo turístico promotor socioeconómico. Perú. <https://doi.org/https://doi.org/10.21855/ecociencia.82.483>
- Prefectura de Chimborazo. (2019). Chimborazo. *Guía Turística Provincial*, 1-15.
- Quiñonez Guagua, O., Castillo Cabeza, S. N., Bruno Jaime, C. E., & Oyarvide Ibarra, R. (Julio de 2020). Gestión y comercialización: pequeñas y medianas empresas de servicios en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI(3), 198. <file:///C:/Users/IntelCI5/Downloads/Dialnet-GestionYComercializacion-7565476.pdf>
- Rocha Velázquez, M. E., Ruiz Paloalto, L., & Padilla Raygoza, N. (2017). Acta Universitaria Online . *Correlación entre factores socioculturales y capacidades de auto cuidado en adulto maduro hipertenso en un área rural de México* (págs. 52-58). México: Creative Commons.
- Rodriguez, M., & Mendivelso, F. (14 de Septiembre de 2018). Diseño de investigación de corte transversal.
- Santander, V. (2013). *Repositorio Institucional Universidad Mayor de San Andres*. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/6617/IICSTUR%20Cuaderno%2035%20Programa%20de%20sensibilizaci%c3%b3n%20tur%c3%adstica%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Stern, L., El Ansary, A., Coughlan, A., & Cruz Roche, I. (1998). Canales de Comercialización. En L. W. Stern. Madrid: Prentice Hall.
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. 4(2), 175-182. Argentina. <http://www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf>
- Ucha, F. (2012). Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/social/participante.php#:~:text=La%20palabra%20participante%20es%20ampliamente,%2C%20tarea%2C%20entre%20otras%20alternativas>.

UNWTO. (1980). *Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial*. Madrid: Centro Español de Derechos Reprográficos. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.01.01>

Yépez Barragán, G. E. (29 de Abril de 2022). *Repositorio UPSE*. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7698/1/UPSE-MGS-2022-0007.pdf>

8. ANEXOS

Anexo 1. Árbol de Problemas



Nota. Elaboración propia.

			Turistas	<p>nuevos hábitos de la demanda turística, en los que la experiencia, la mayor actividad en destino y el descubrimiento y auto organización son clave (Calvopiña Andrade & Flor Mora, 2018).</p> <p>El turista moderno ya no es ese viajero al que se ha llegado a comparar con rebaño incontestatario de las agencias: es el turista 3.0. Un aventurero independiente que modifica el esquema “vertical” de viaje: “más informado que nunca, participativo, que busca y compara y que ya no decide a partir del consejo de una agencia de viajes, sino que ha de ser persuadido directamente por el producto o servicio turístico y la forma en que éste se presenta en Internet (Caldevilla Domínguez, Barrientos Báez, Pérez García, & Gallego Jiménez, 2021)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Registro de <u>participantes</u> en eventos de sensibilización turística - Porcentaje de <u>turistas accidentados</u> - <u>Actividades</u> suficientes para los turistas que visitan el destino
--	--	--	----------	--	---

			Atractivos turísticos	<p>Presenta al conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que se pueden transformar en un producto turístico y que este a su vez incida en el proceso de decisión del turista provocando que el mismo realice una visita a estos lugares atractivos un determinado territorio. (Lemoine Quintero, Castellanos Pallerols, Hernández Rodríguez, Zambrano Intriago, & Carvajal Zambrano, 2018)</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Registro mensual de visitantes en los <i>museos</i> - Registro mensual de visitantes por segmento de <i>turismo cultural</i> - Registro anual de visitantes en los <i>destinos culturales</i>
--	--	--	-----------------------	--	--

Nota. Elaboración propia.

Anexo 3

Tabla 19. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
Variable I		
Problema General		
¿Cuál es la relación entre los factores socioculturales y el destino turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo?	Analizar la relación entre los factores socioculturales y el destino turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.	Existe relación significativa entre los factores socioculturales y el destino turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.
Variable II		
Problemas Específicos		
P1. ¿Cuál es la relación entre la interacción y el destino turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo?	Obj1. Analizar la relación entre la interacción y el destino turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.	H1. Existe relación significativa entre la interacción y el destino turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.
P2. ¿Cuál es la relación entre los actores locales y el destino turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo?	Obj2. Analizar la relación entre los actores locales y el destino turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.	H2. Existe relación significativa entre los actores locales y el destino turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.
P3. ¿Cuál es la relación entre el turista y el destino turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo?	Obj3. Analizar la relación entre el turista y el destino turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.	H3. Existe relación significativa entre el turista y el destino turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.

Nota. Elaboración propia.

Instrumentos de evaluación

Anexo 4. Instrumentos de evaluación variable independiente “Factores Socioculturales”



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

**Cuestionario dirigido a la Población Económicamente Activa del Cantón Guano,
Provincia de Chimborazo.**

Formulario N°: _____ **Fecha de la Encuesta:** _____

Encuestador: Diana Alexandra Urquizo Quinzo

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La presente encuesta tiene como finalidad recabar la opinión referente al desarrollo de los factores socioculturales que inciden en el cantón Guano, Provincia de Chimborazo.

INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD

Esta encuesta es de carácter anónimo y confidencial, los datos obtenidos en ella son de uso exclusivo para la investigación.

Lea detenidamente los ítems y responda con una X, los siguientes enunciados, teniendo en cuenta la siguiente escala de valoración:

1= Totalmente en desacuerdo **2= En desacuerdo** **3= Indeciso**
4= De acuerdo **5= Totalmente de acuerdo**

A. INFORMACIÓN GENERAL

Nivel de Instrucción	Primaria		Secundaria		Superior No Universitaria		Superior Universitaria		Maestría	
Género:	Masculino				Femenino					
Edad:	18-25		26-33		34-41		42-49		+50	

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Según su criterio, coloque una X en el parámetro de cada uno de los ítems que a continuación se muestran:

N°	ÍTEMS	PARÁMETROS				
		1	2	3	4	5
Dimensión 1. Interacción						
1	Eventos de sensibilización turística en Guano					

2	Porcentaje de empleabilidad de profesionales de turismo en Guano					
3	Cortesía de los residentes en Guano					
4	Comportamiento de turistas en Guano					
Dimensión 2. Actores del destino turístico						
1	Porcentaje razonable de establecimientos turísticos inclusivos en Guano					
2	Suficientes servicios turísticos en el destino Guano					
3	Variada oferta de productos turísticos en Guano					
Dimensión 3. Turistas						
1	Registro de participantes en eventos de sensibilización turística en Guano					
2	Porcentaje de turistas accidentados en Guano					
3	Suficiente oferta de actividades de turismo en Guano					

C. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

1. **¿Qué temas de sensibilización turística se debería considerar en una capacitación para los actores locales de Guano?**

- () medioambientales
- () de seguridad
- () sociales y culturales

2. **¿Qué actividades turísticas considera usted que despiertan mayor interés en los turistas que visitan Guano?**

- () cultural
- () religiosa
- () gastronómica
- () deportiva
- () salud

Gracias por su colaboración.

Anexo 5. Instrumentos de evaluación variable dependiente “Destino Turístico”



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

**Cuestionario dirigido al personal del departamento de Desarrollo Turístico del
GADM Guano**

Formulario N°: _____ **Fecha de la Encuesta:** _____

Encuestador: Diana Alexandra Urquizo Quinzo

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La encuesta tiene como finalidad recabar la información del desarrollo turístico en el cantón Guano, Provincia de Chimborazo.

INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD

Esta encuesta es de carácter anónimo y confidencial, los datos obtenidos en ella son de uso exclusivo para la investigación.

Lea detenidamente los ítems y responda con una X los siguientes enunciados, teniendo en cuenta la siguiente escala de valoración:

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

A. INFORMACIÓN GENERAL

Género:	Masculino		Femenino	
----------------	-----------	--	----------	--

Edad:	18-25		26-33		34-41		42-49		+50	
--------------	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-----	--

Nivel de Instrucción	Primaria		Secundaria		Superior No Universitaria		Superior Universitaria		Maestría	
-----------------------------	----------	--	------------	--	------------------------------	--	---------------------------	--	----------	--

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Según su criterio, coloque una X en el parámetro de cada uno de los ítems que usted considere:

N°	ÍTEMES	PARÁMETROS				
		1	2	3	4	5
Dimensión 1. Espacio físico						
1	El registro de incidentes sobre inseguridad turística es necesario para Guano					

2	El número de establecimientos que dan apoyo a microempresarios y empresas locales son importantes para el desarrollo económico en Guano					
3	Existe suficiente número de establecimientos que contribuyen al consumo local de producción en Guano					
Dimensión 2. Productos turísticos						
1	Existe un número importante de atractivos naturales en Guano					
2	Los atractivos culturales de Guano son importantes					
3	Los medios de comercialización son los adecuados para el destino turístico Guano					
Dimensión 3. Atractivos turísticos						
1	El registro mensual de visitantes en los museos de Guano es necesario					
2	El registro mensual de visitantes por segmento de turismo cultural de Guano es útil					
3	El registro anual de visitantes en los destinos culturales de Guano es necesario					

C. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

1. ¿Cómo evalúa usted la seguridad turística en Guano?

- () Muy inseguro
- () Inseguro
- () Ni muy inseguro ni muy seguro
- () Seguro
- () Muy seguro

2. ¿Qué productos turísticos de Guano tiene mayor demanda?

- () turismo gastronómico
- () turismo religioso
- () turismo de aventura
- () turismo cultural

3. ¿Considera usted que los atractivos turísticos de Guano son suficientes para garantizar el desarrollo turístico?

- () Si
- () No

Gracias por su colaboración.

Anexo 6. Análisis e interpretación de la variable independiente (Factores Socioculturales)

Información General

1. Género

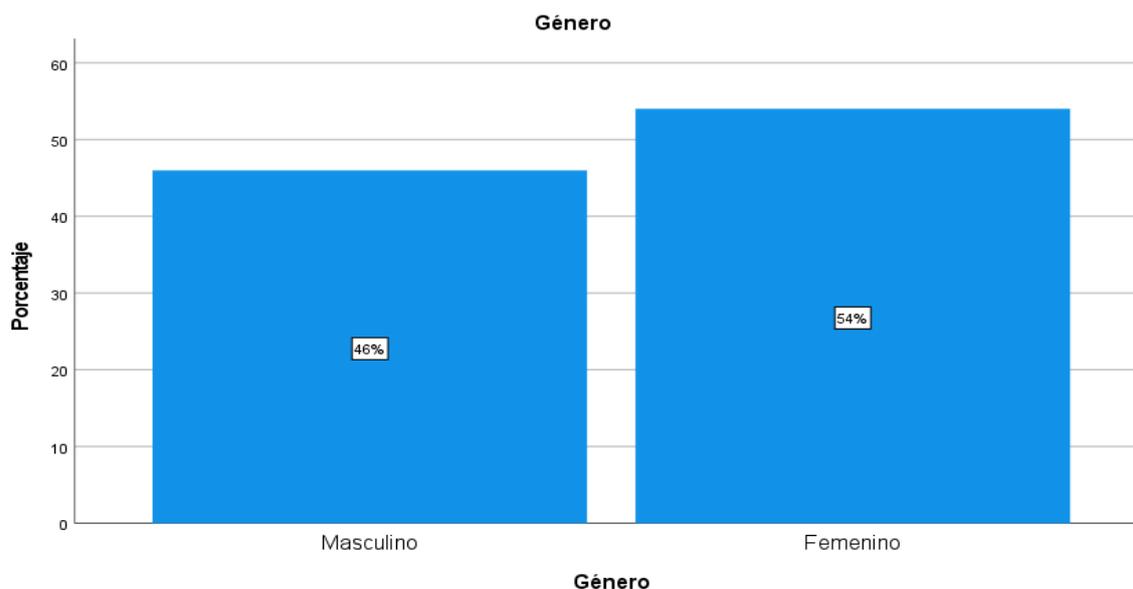
Tabla 20. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	109	46,0	46,0	46,0
	Femenino	128	54,0	54,0	100,0
	Total	237	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 23. Género



Nota. Elaboración propia.

Por medio de las encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guano se determina que el 46% pertenecen al género masculino y el 54% al género femenino. Por lo tanto, se concluye que el mayor porcentaje de personas encuestadas pertenece al género femenino.

2. Edad

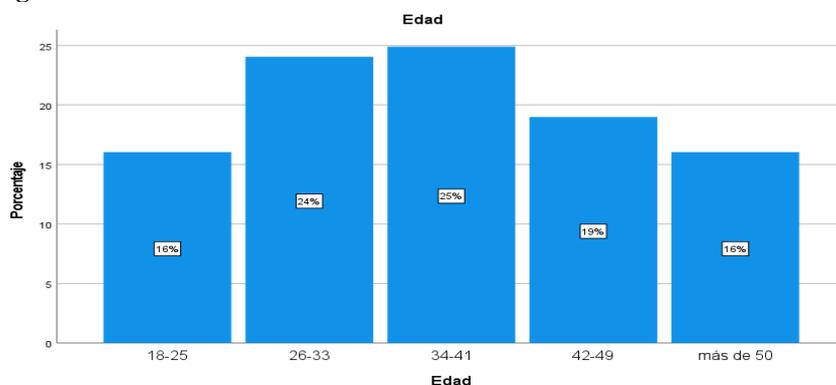
Tabla 21. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-25	38	16,0	16,0	16,0
	26-33	57	24,1	24,1	40,1
	34-41	59	24,9	24,9	65,0
	42-49	45	19,0	19,0	84,0
	más de 50	38	16,0	16,0	100,0
	Total	237	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 24. Edad



Nota. Elaboración propia.

En cuanto a la edad, el 16% de los encuestados pertenecen al rango de edad considerado de 18-25 años, el 24% pertenecen al rango de 26-33 años, mientras que el 25% pertenecen al rango de 34-41 años, seguido de esto el 19% pertenece al rango de 42-49 años y por último el 16% al rango de más de 50 años.

3. Nivel de instrucción

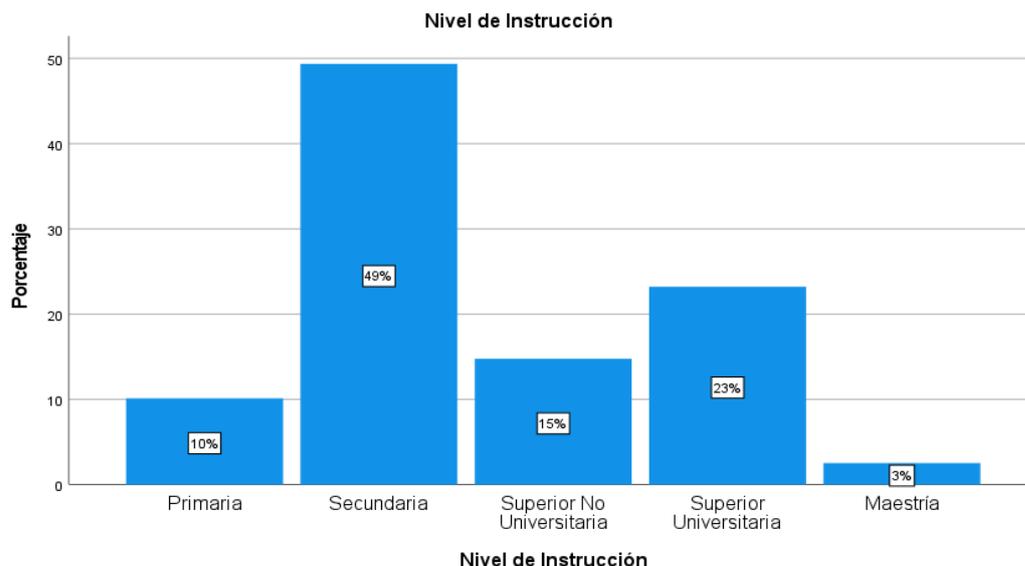
Tabla 22. Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	24	10,1	10,1	10,1
	Secundaria	117	49,4	49,4	59,5
	Superior No	35	14,8	14,8	74,3
	Universitaria				
	Superior	55	23,2	23,2	97,5
	Universitaria				
	Maestría	6	2,5	2,5	100,0
	Total	237	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 25. Nivel de Instrucción



Nota. Elaboración propia.

En cuanto al nivel de instrucción hemos obtenido que el 49% de los encuestados tienen un nivel de estudios de Secundaria, el 23% tienen un nivel Superior Universitaria, el 15% tienen estudios Superior No Universitaria, el 10% con estudios de Primaria y el 3% con estudios de Maestría.

Información Específica

1. Eventos de sensibilización turística en Guano

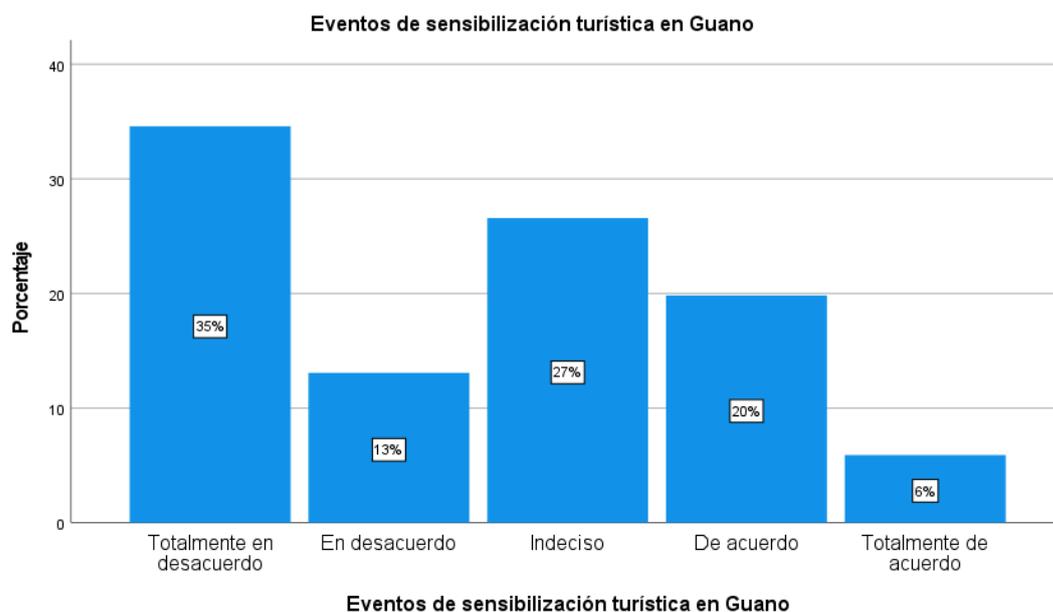
Tabla 23. Sensibilización turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	82	34,6	34,6	34,6
	En desacuerdo	31	13,1	13,1	47,7
	Indeciso	63	26,6	26,6	74,3
	De acuerdo	47	19,8	19,8	94,1
	Totalmente de acuerdo	14	5,9	5,9	100,0
Total		237	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 26. Sensibilización Turística



Nota. Elaboración propia.

En cuanto a los eventos de sensibilización turística en el cantón Guano, se obtuvo que el 35% de los encuestados opinan totalmente en desacuerdo, el 27% opinaron de modo indeciso, el 20% de acuerdo, el 13% en desacuerdo y un 6% totalmente de acuerdo, con lo que se puede concluir que no existen eventos de sensibilización turística para la población económicamente activa.

2. Porcentaje de empleabilidad de profesionales de turismo en Guano

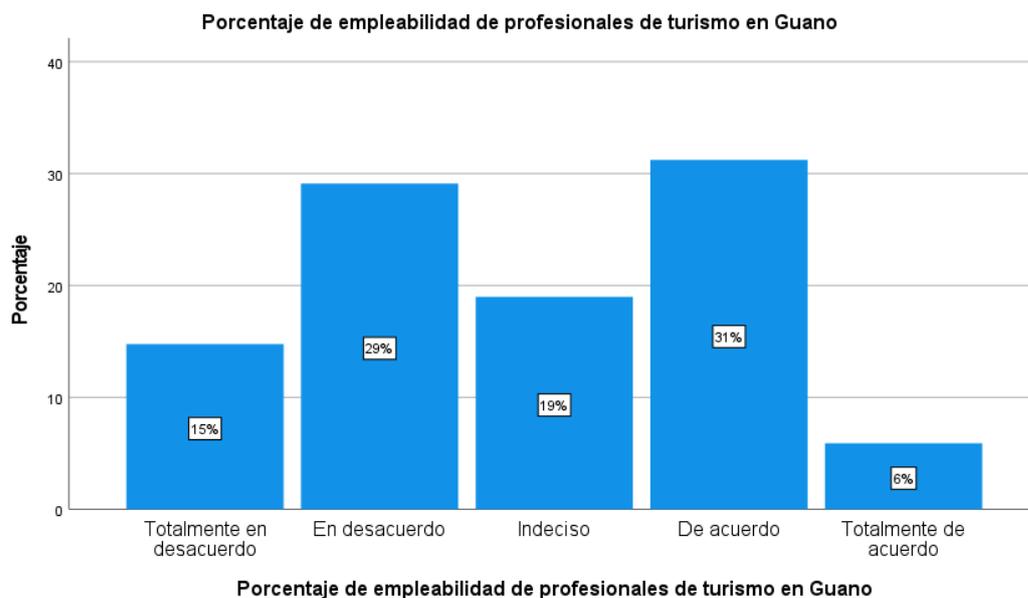
Tabla 24. Empleabilidad de profesionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	35	14,8	14,8	14,8
	En desacuerdo	69	29,1	29,1	43,9
	Indeciso	45	19,0	19,0	62,9
	De acuerdo	74	31,2	31,2	94,1
	Totalmente de acuerdo	14	5,9	5,9	100,0
Total		237	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 27. Empleabilidad de profesionales



Nota. Elaboración propia.

De las 237 encuestas se obtuvo que el porcentaje de empleabilidad de profesionales de turismo en Guano que: el 31% de encuestados están de acuerdo, el 29% en desacuerdo, el 19% indecisos, el 15% totalmente en desacuerdo y un 6% totalmente de acuerdo. Lo que da como conclusión que si existe cierto porcentaje de profesionales de turismo en el cantón Guano.

3. Cortesía de los residentes en Guano

Tabla 25. Cortesía de residentes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	2,1	2,1	2,1
	En desacuerdo	1	,4	,4	2,5
	Indeciso	3	1,3	1,3	3,8
	De acuerdo	84	35,4	35,4	39,2
	Totalmente de acuerdo	144	60,8	60,8	100,0
Total		237	100,0	100,0	0

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 28. Cortesía de residentes



Nota. Elaboración propia.

En cuanto a la cortesía de los residentes en el cantón Guano se obtuvo de las 237 encuestas que: el 61% opina totalmente de acuerdo, el 35% de acuerdo, el 2% totalmente de acuerdo y un 0% en desacuerdo. Por tanto, se concluye que la mayor parte de residentes del cantón Guano tienen un buen comportamiento humano y su educación en cuanto a los valores.

4. Buen comportamiento de turistas en Guano

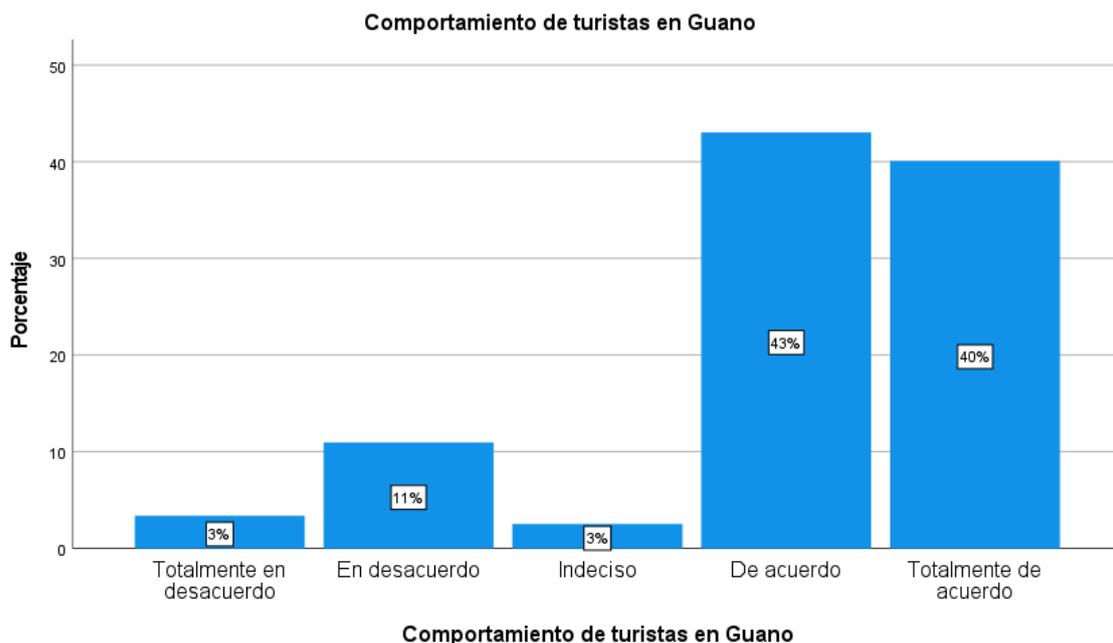
Tabla 26. Buen Comportamiento de turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	3,4	3,4	3,4
	En desacuerdo	26	11,0	11,0	14,3
	Indeciso	6	2,5	2,5	16,9
	De acuerdo	102	43,0	43,0	59,9
	Totalmente de acuerdo	95	40,1	40,1	100,0
	Total	237	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 23. Buen Comportamiento de turistas



Nota. Elaboración propia.

De las 237 encuestas aplicadas y en base al comportamiento de los turistas en Guano se obtuvo que: el 43% opina de acuerdo, el 40% totalmente de acuerdo, el 11% en desacuerdo y un 3% totalmente en desacuerdo e indecisos. Lo cual da a entender que un gran porcentaje de turistas se comportan de manera adecuada al momento de visitar el cantón Guano.

5. Porcentaje razonable de establecimientos turísticos inclusivos en Guano

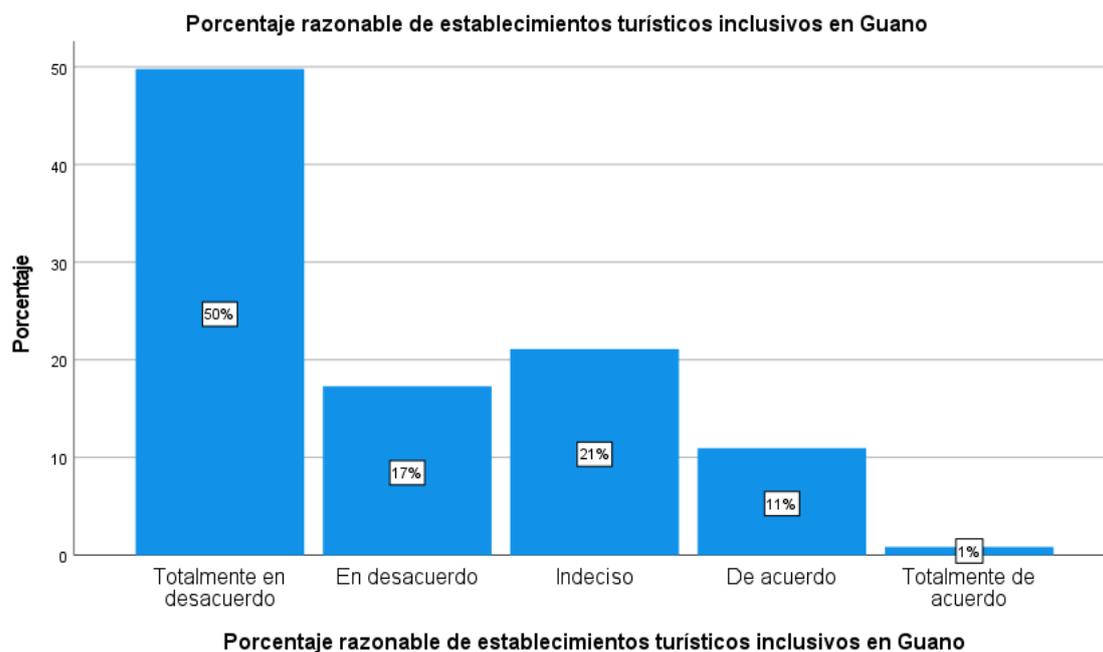
Tabla 27. Establecimientos turísticos inclusivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	118	49,8	49,8	49,8
	En desacuerdo	41	17,3	17,3	67,1
	Indeciso	50	21,1	21,1	88,2
	De acuerdo	26	11,0	11,0	99,2
	Totalmente de acuerdo	2	,8	,8	100,0
	Total	237	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 30. Establecimientos turísticos inclusivos



Nota. Elaboración propia.

De las 237 encuestas aplicadas en base al porcentaje de establecimientos turísticos inclusivos en el cantón Guano, los encuestados opinaron lo siguiente: el 50% opina totalmente en desacuerdo, el 21% indecisos, el 17% en desacuerdo, el 11% de acuerdo y el 1% totalmente de acuerdo. Esto da a entender que los establecimientos turísticos no cuentan con la accesibilidad y perfectas adecuaciones para que los turistas con capacidades especiales gocen y puedan participar de una experiencia turística.

6. Suficientes servicios turísticos en el destino Guano

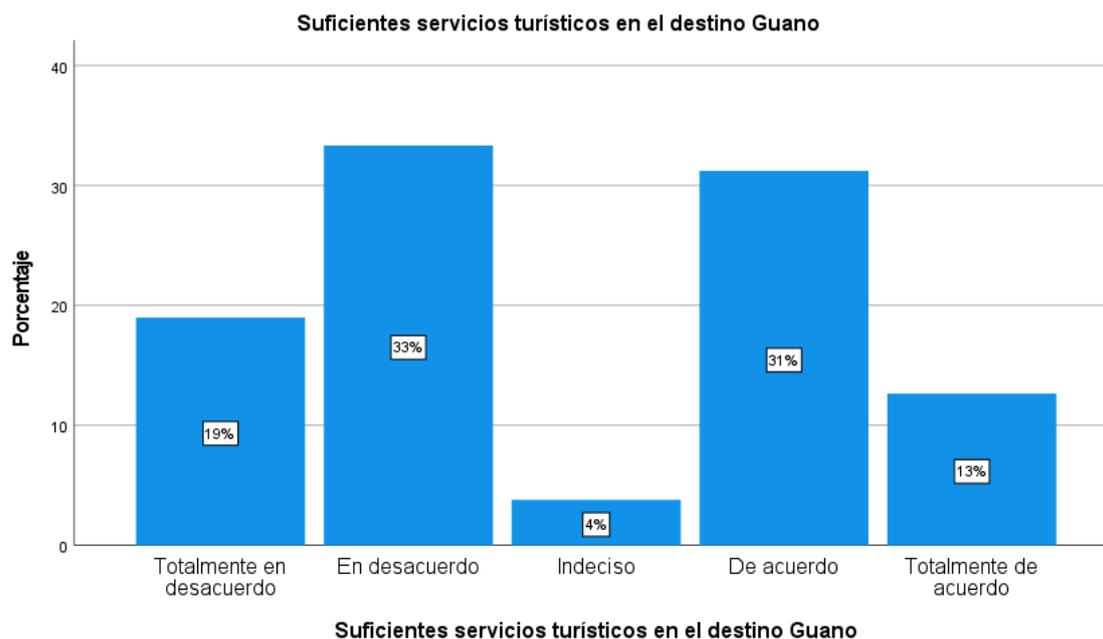
Tabla 28. Servicios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	45	19,0	19,0	19,0
	En desacuerdo	79	33,3	33,3	52,3
	Indeciso	9	3,8	3,8	56,1
	De acuerdo	74	31,2	31,2	87,3
	Totalmente de acuerdo	30	12,7	12,7	100,0
Total		237	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 31. Servicios turísticos



Nota. Elaboración propia.

La población económicamente activa encuestada del cantón Guano, respondieron en cuanto a los suficientes servicios turísticos con el 33% en desacuerdo, el 31% de acuerdo, el 19% totalmente en desacuerdo, el 13% totalmente de acuerdo y el 4% de manera indecisa. Por lo tanto, cabe entender que en un porcentaje con resultados totalmente en desacuerdo y en desacuerdo opinan que los servicios turísticos no existen los suficientes servicios turísticos para que se incremente el turismo en el cantón.

7. Variada oferta de productos turísticos en Guano

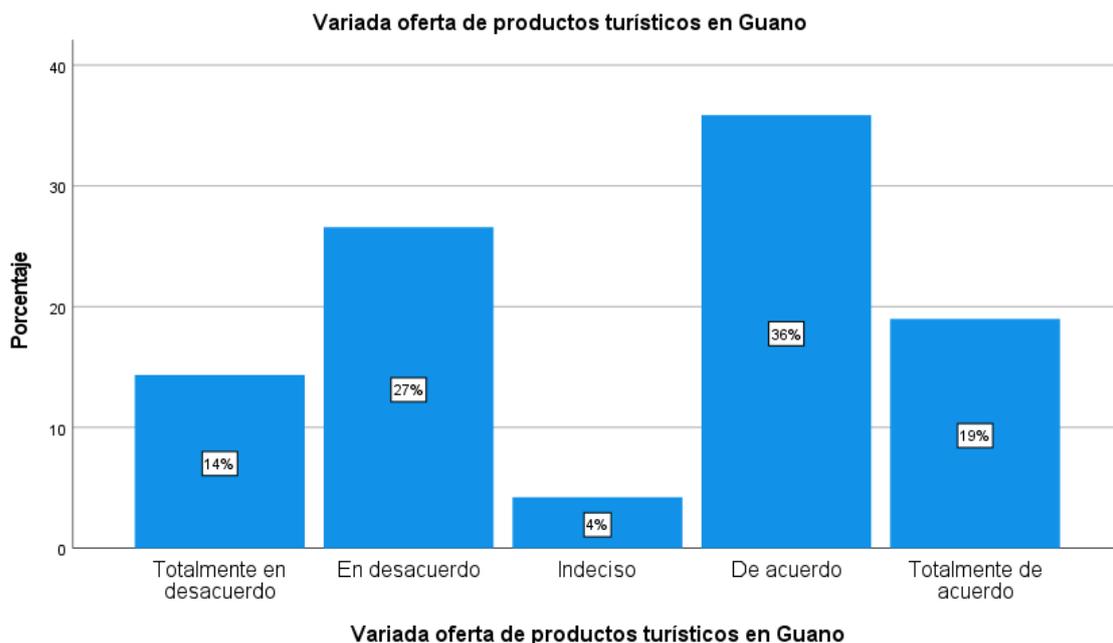
Tabla 29. Productos turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	34	14,3	14,3	14,3
	En desacuerdo	63	26,6	26,6	40,9
	Indeciso	10	4,2	4,2	45,1
	De acuerdo	85	35,9	35,9	81,0
	Totalmente de acuerdo	45	19,0	19,0	100,0
Total		237	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 32. Productos turísticos



Nota. Elaboración propia.

De acuerdo a la variada oferta de productos turísticos en Guano, los 237 encuestados opinaron: el 36% de acuerdo, el 27% en desacuerdo, el 19% totalmente de acuerdo, el 14% totalmente en desacuerdo y un 4% indecisos. Lo cual considera que, si existe una variedad de productos turísticos en el cantón como artesanías de alfombras, de cuero y su variada gastronomía.

8. Registro de participantes en eventos de sensibilización turística en Guano

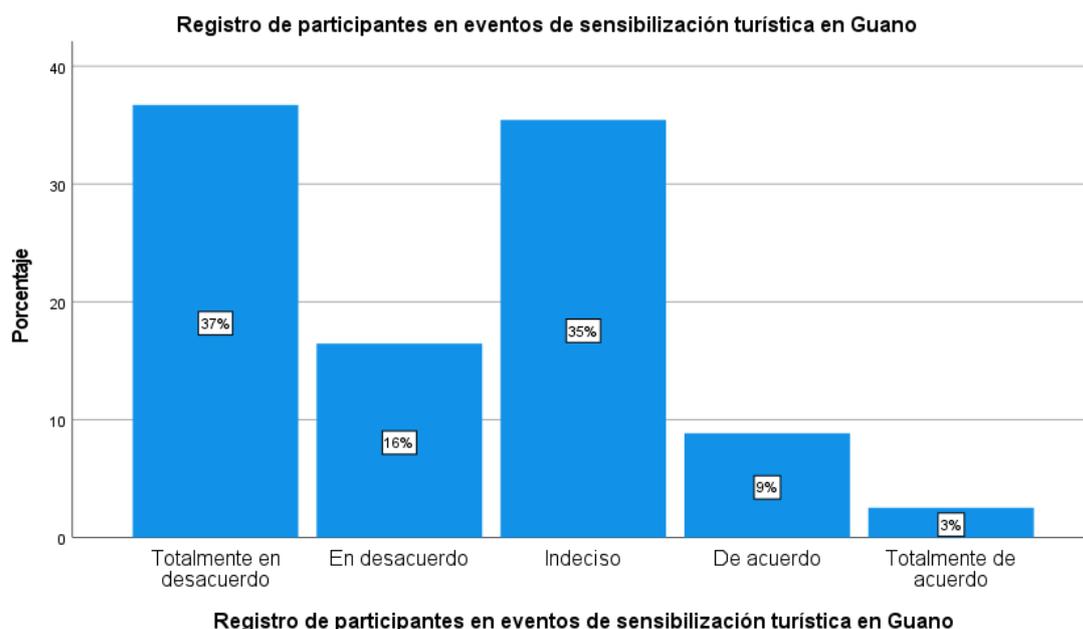
Tabla 30. Registro de participantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	87	36,7	36,7	36,7
	En desacuerdo	39	16,5	16,5	53,2
	Indeciso	84	35,4	35,4	88,6
	De acuerdo	21	8,9	8,9	97,5
	Totalmente de acuerdo	6	2,5	2,5	100,0
	Total	237	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 33. Registro de participantes



Nota. Elaboración propia.

La población económicamente activa encuestada en el cantón Guano respondieron, en cuanto se refiere al registro de participantes en eventos de sensibilización turística que: el 37% está totalmente en desacuerdo, el 35% indeciso, el 16% en desacuerdo, el 9% de acuerdo y el 3% totalmente de acuerdo. Con ello se concluye que no existen registros de participantes en eventos de sensibilización turística para identificar y reconocer los aspectos del cantón a fin de que se dé una actividad turística.

9. Porcentaje de turistas accidentados en Guano

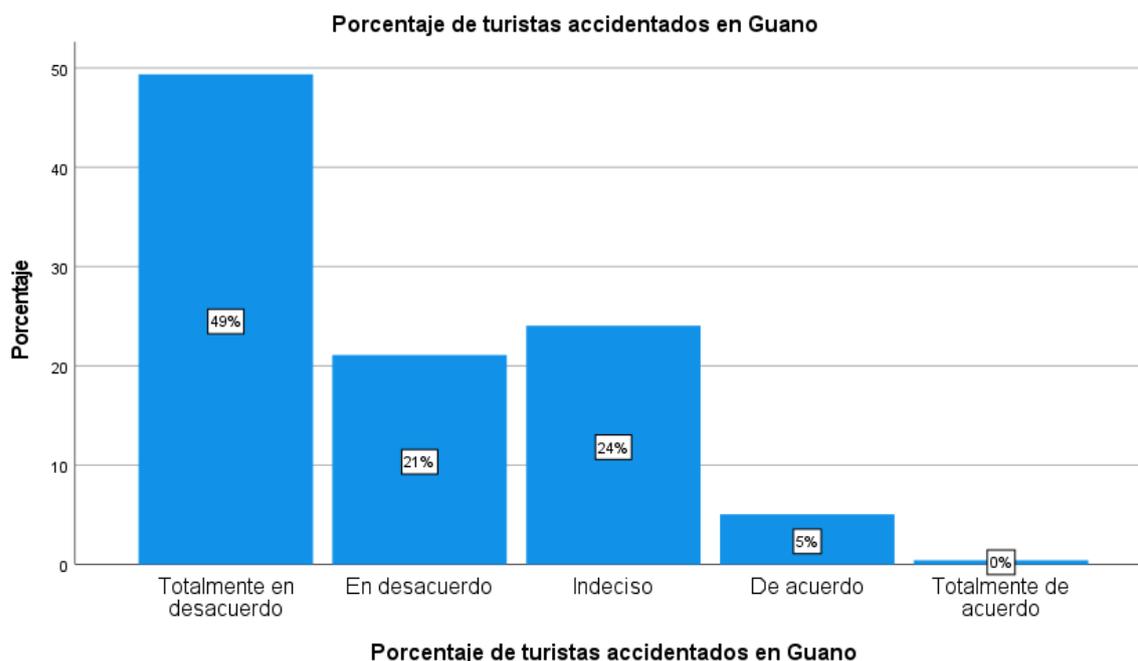
Tabla 31. Turistas accidentados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	117	49,4	49,4	49,4
	En desacuerdo	50	21,1	21,1	70,5
	Indeciso	57	24,1	24,1	94,5
	De acuerdo	12	5,1	5,1	99,6
	Totalmente de acuerdo	1	,4	,4	100,0
	Total	237	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 34. Turistas accidentados



Nota. Elaboración propia.

De acuerdo a las 237 encuestas aplicadas se pudo obtener los siguientes datos, el porcentaje de turistas accidentados en el cantón Guano opinaron que: el 49% totalmente en desacuerdo, el 24% indeciso, el 21% en desacuerdo, el 5% de acuerdo y el 0% totalmente de acuerdo. Esto nos da a entender que no existe una cantidad de turistas accidentados.

10. Suficiente oferta de actividades de turismo en Guano

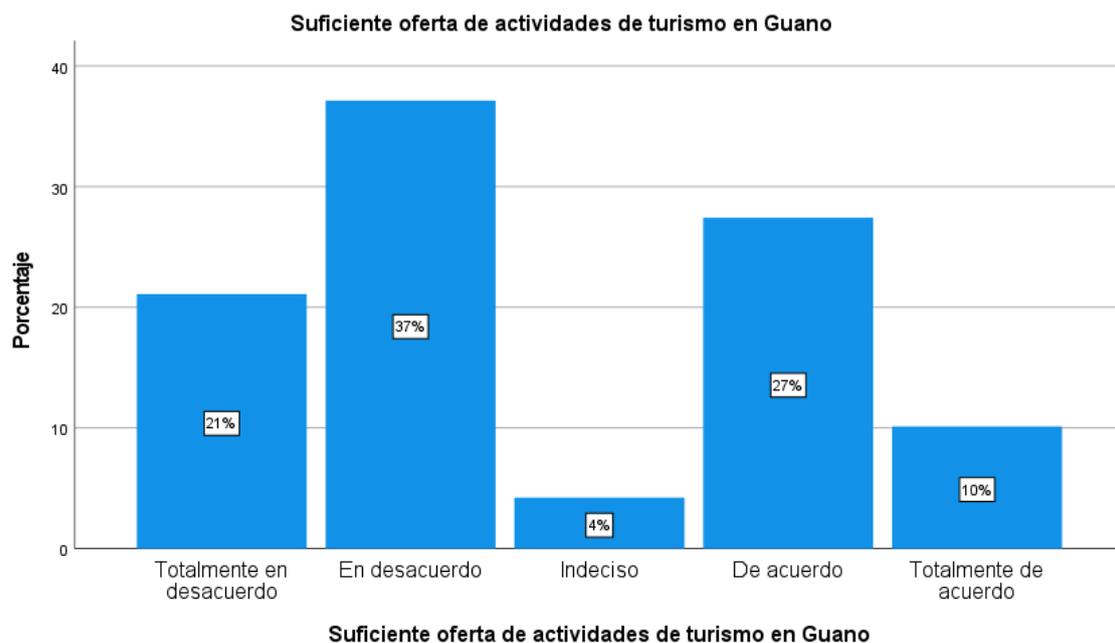
Tabla 32. Oferta de actividades de turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	50	21,1	21,1	21,1
	En desacuerdo	88	37,1	37,1	58,2
	Indeciso	10	4,2	4,2	62,4
	De acuerdo	65	27,4	27,4	89,9
	Totalmente de acuerdo	24	10,1	10,1	100,0
	Total	237	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 35. Oferta de actividades



Nota. Elaboración propia.

La suficiente oferta de actividades en turismo está representada por el 37% en desacuerdo, el 27% de acuerdo, el 21% totalmente en desacuerdo, el 10% totalmente de acuerdo y el 4% indeciso. Esto da a entender que no hay la suficiente oferta de actividades turísticas en el cantón Guano, lo cual hay una negativa visita de turistas.

Información complementaria

1. ¿Qué temas de sensibilización turística se debería considerar en una capacitación para los actores locales de Guano?

Tabla 33. Temas de sensibilización turística

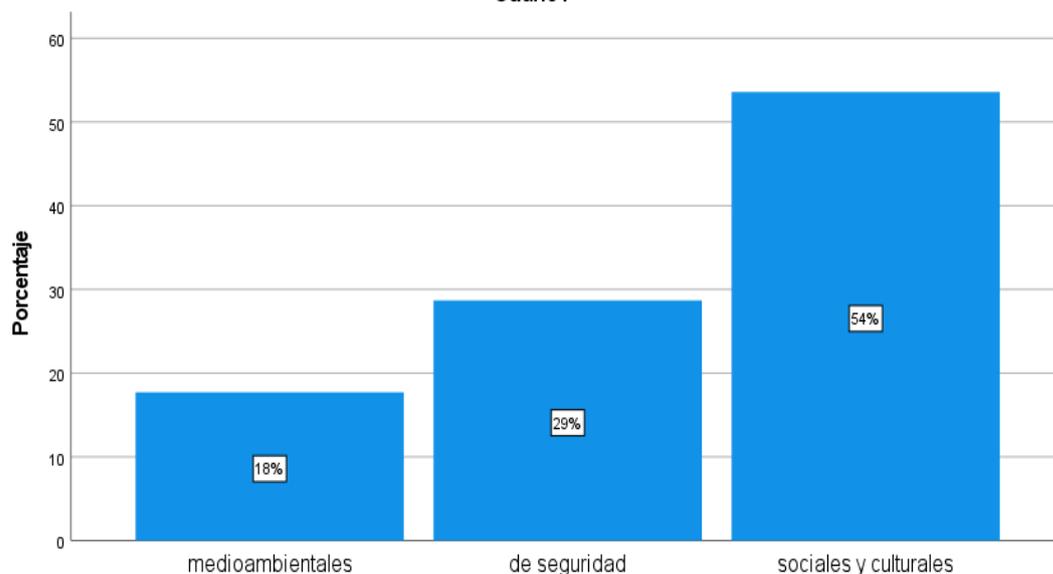
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medioambientales	42	17,7	17,7	17,7
	de seguridad	68	28,7	28,7	46,4
	sociales y culturales	127	53,6	53,6	100,0
	Total	237	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 36. Temas de sensibilización turística

¿Qué temas de sensibilización turística se debería considerar en una capacitación para los actores locales de Guano?



¿Qué temas de sensibilización turística se debería considerar en una capacitación para los actores locales de Guano?

Nota. Elaboración propia.

De los 273 encuestados en el cantón Guano, en base a los temas de sensibilización turística para los actores locales respondieron que: el 54% desearía una capacitación en cuanto a temas sociales y culturales, el 29% temas de seguridad y el 18% temas medioambientales.

2. ¿Qué actividades turísticas considera usted que despiertan mayor interés en los turistas que visitan Guano?

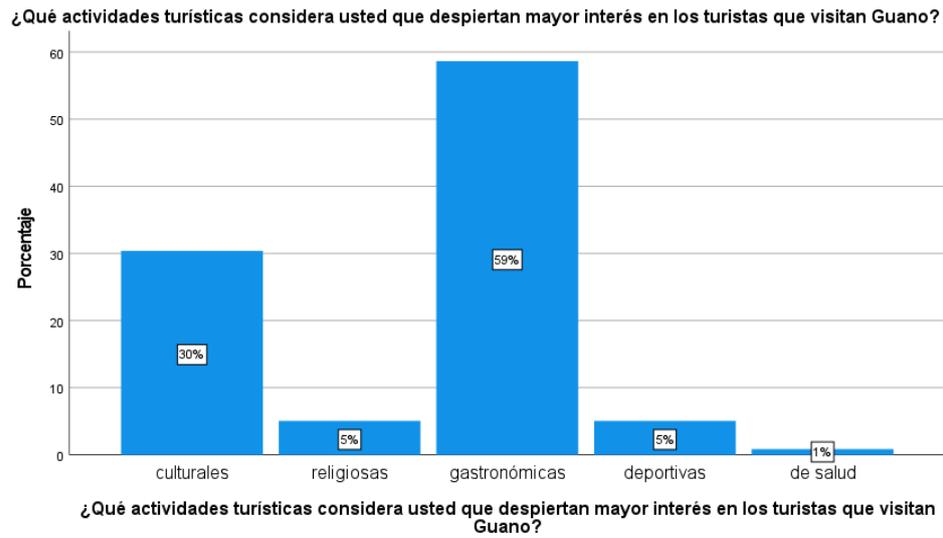
Tabla 34. Actividades turísticas de mayor interés

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Culturales	72	30,4	30,4
	Religiosas	12	5,1	35,4
	Gastronómicas	139	58,6	94,1
	Deportivas	12	5,1	99,2
	de salud	2	,8	100,0
	Total	237	100,0	100,0

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 37. Actividades turísticas de mayor interés



Nota. Elaboración propia.

Las actividades turísticas que despiertan mayor interés en los turistas que visitan Guano, fueron respondidas por la población económicamente activa en donde consideraron los siguientes resultados: con el 59% gastronómicas, con el 30% culturales, con el 5% religiosas y deportivas y con el 1% actividades de salud. Lo cual nos da a entender que los turistas prefieren visitar el cantón para degustar la deliciosa gastronomía que ofrecen los comerciantes.

Anexo 7. Análisis e interpretación de la variable independiente (Destino Turístico)

Información General

1. Género

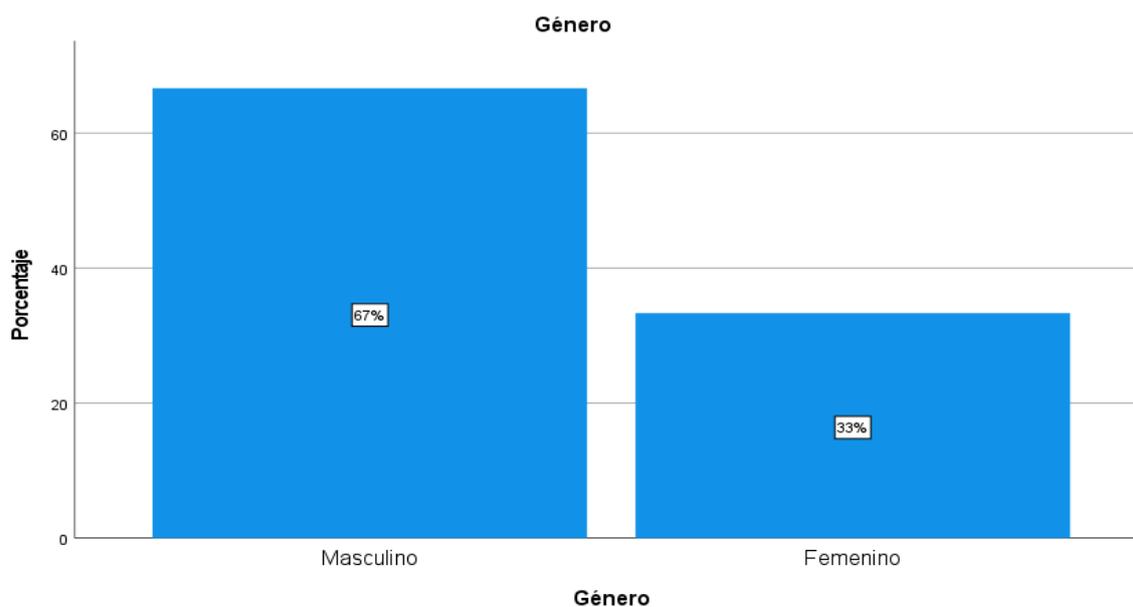
Tabla 35. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	4	66,7	66,7	66,7
	Femenino	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 38. Género



Nota. Elaboración propia.

De los 6 encuestados pertenecientes al Departamento de Desarrollo Turístico del GADM de Guano, el 67% pertenece al género masculino y el 33% al género femenino. Lo cual nos muestra que existe en porcentaje mayoritario del género masculino.

2. Edad

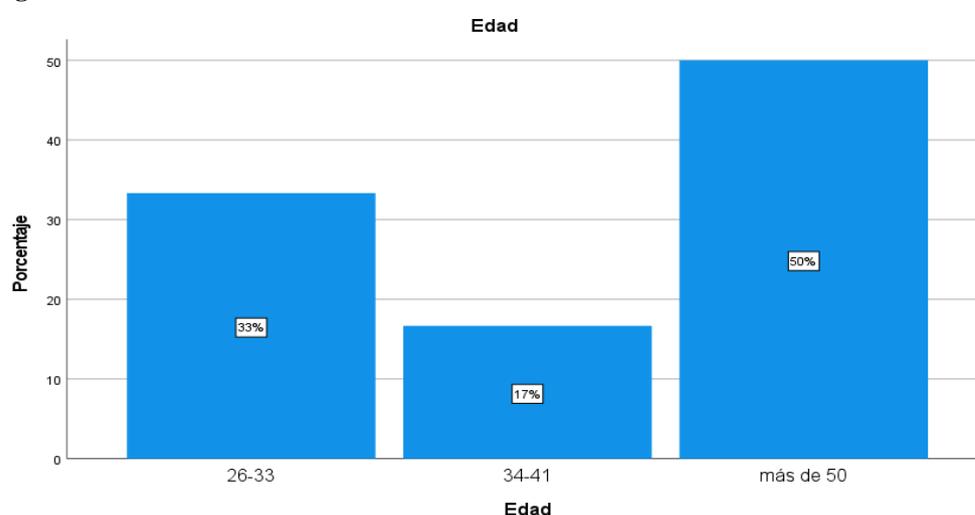
Tabla 36. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	26-33	2	33,3	33,3	33,3
	34-41	1	16,7	16,7	50,0
	más de 50	3	50,0	50,0	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 39. Edad



Nota. Elaboración propia.

De los 6 encuestados pertenecientes al Departamento de Desarrollo Turístico del GADM de Guano, de acuerdo a su edad se determina que el 50% se encuentra en un rango más de 50 años, el 33% de 26 a 33 años y el 17% de 34 a 41 años.

3. Nivel de Instrucción

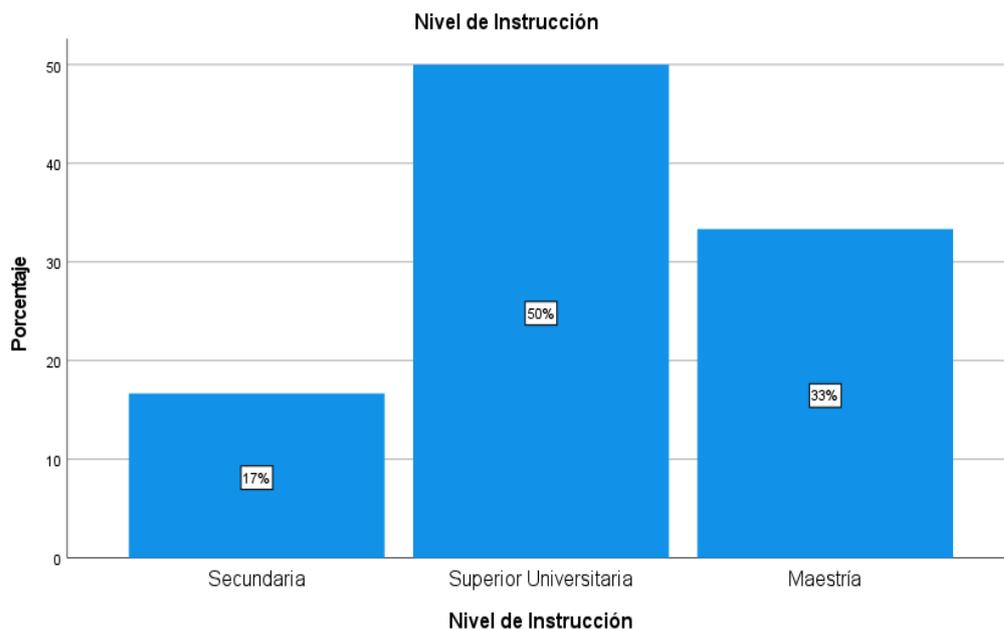
Tabla 37. Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	1	16,7	16,7	16,7
	Superior Universitaria	3	50,0	50,0	66,7
	Maestría	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 40. Nivel de instrucción



Nota. Elaboración propia.

El nivel de instrucción de los encuestados se representa con el 50% estudios superiores universitarios, con el 33% estudios de maestría y con el 17% secundaria. Es decir, la mitad de encuestados cuentan con estudios universitarios.

Información específica

1. El registro de incidentes sobre inseguridad turística es necesario para Guano

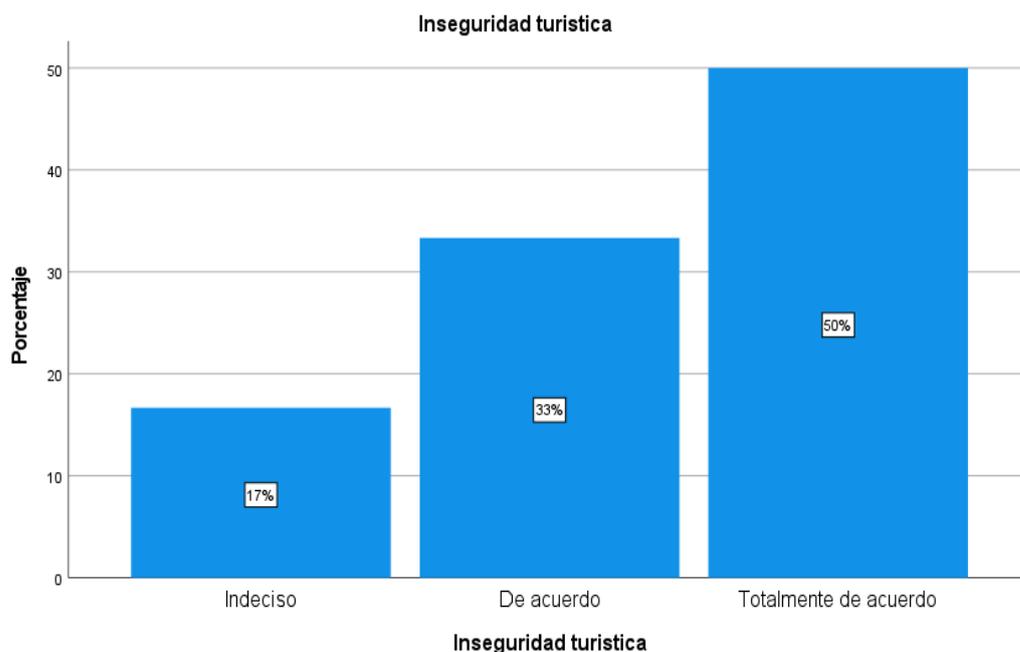
Tabla 38. Inseguridad turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	1	16,7	16,7	16,7
	De acuerdo	2	33,3	33,3	50,0
	Totalmente de acuerdo	3	50,0	50,0	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 41. Inseguridad turística



Nota. Elaboración propia.

Los encuestados pertenecientes al Departamento de Desarrollo Turístico del cantón Guano respondieron acorde al registro de incidentes sobre inseguridad turística del siguiente modo: el 50% totalmente de acuerdo, el 33% de acuerdo y el 17% indeciso. Lo cual nos indica que la mayor parte están de acuerdo que existan registro de inseguridad turística esto con el motivo de que los capitales se queden dentro del cantón y no busquen otro destino.

2. El número de establecimientos que dan apoyo a microempresarios y empresas locales son importantes para el desarrollo económico en Guano

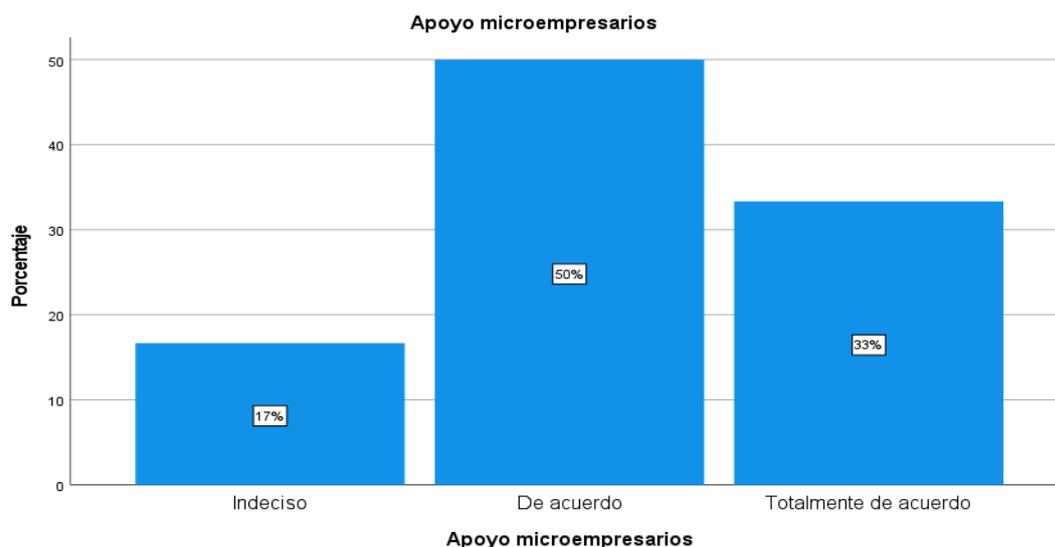
Tabla 39. Apoyo a microempresarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	1	16,7	16,7	16,7
	De acuerdo	3	50,0	50,0	66,7
	Totalmente de acuerdo	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 42. *Apoyo a microempresarios*



Nota. Elaboración propia.

De los 6 encuestados las opiniones que se obtuvo al número de microempresarios que dan apoyo a microempresarios y empresas locales son: el 50% de acuerdo, 33% totalmente de acuerdo y el 17% indeciso. Lo cual da a entender que el apoyo es significativo para el desarrollo económico dentro del cantón Guano.

3. Existe suficiente número de establecimientos que contribuyen al consumo local de producción en Guano

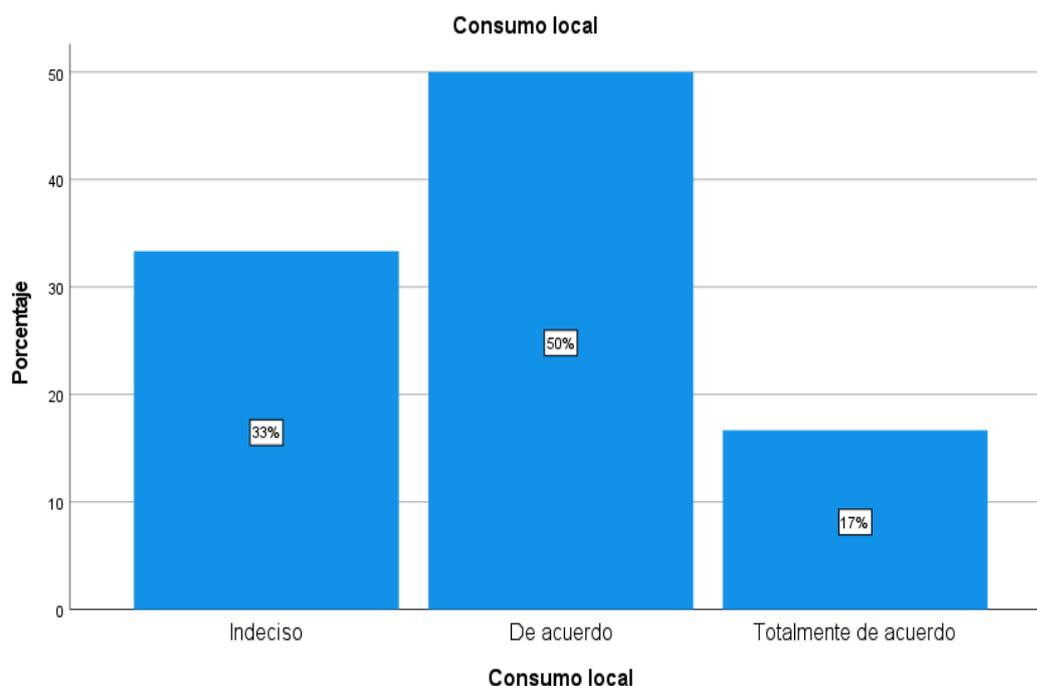
Tabla 40. Consumo local

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	2	33,3	33,3	33,3
	De acuerdo	3	50,0	50,0	83,3
	Totalmente de acuerdo	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 43. Consumo local



Nota. Elaboración propia.

A continuación, el número de establecimientos que contribuyen al consumo local como tal da la respuesta por parte de los encuestados que: el 50% están de acuerdo, el 33% indecisos y el 17% totalmente de acuerdo. Esto nos da a entender que en el cantón Guano si hay los suficientes establecimientos quienes generan el consumo local de la producción al momento de tener la visita.

4. Existe un número importante de atractivos naturales en Guano

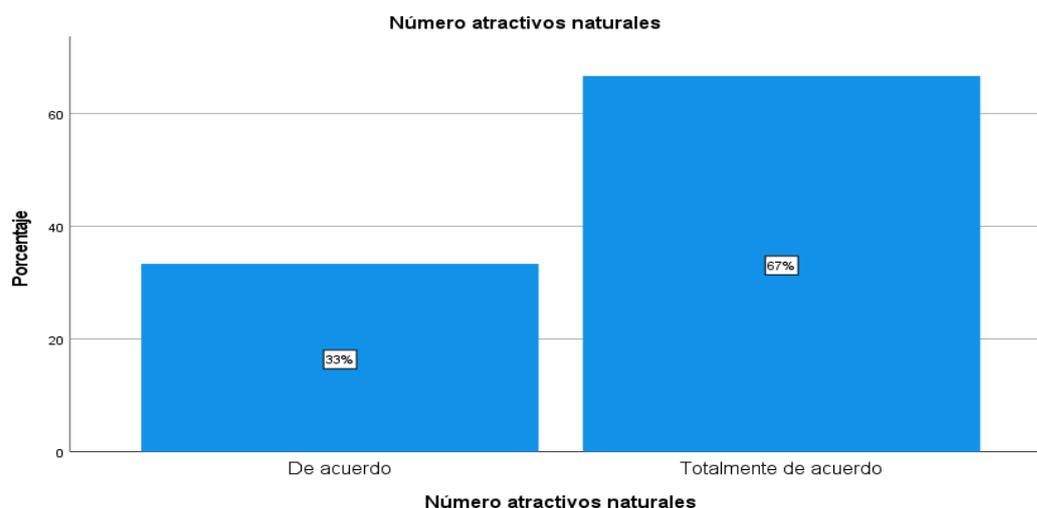
Tabla 41. Atractivos naturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	2	33,3	33,3	33,3
	Totalmente de acuerdo	4	66,7	66,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 44. Atractivos naturales



Nota. Elaboración propia.

El personal del Departamento de Desarrollo Turístico del cantón Guano acorde al número de atractivos naturales respondieron: el 57% totalmente de acuerdo y el 33% de acuerdo. Lo cual nos da a entender que en el cantón hay los necesarios y suficientes atractivos naturales para que los turistas puedan visitarlos.

5. Los atractivos culturales de Guano son importantes

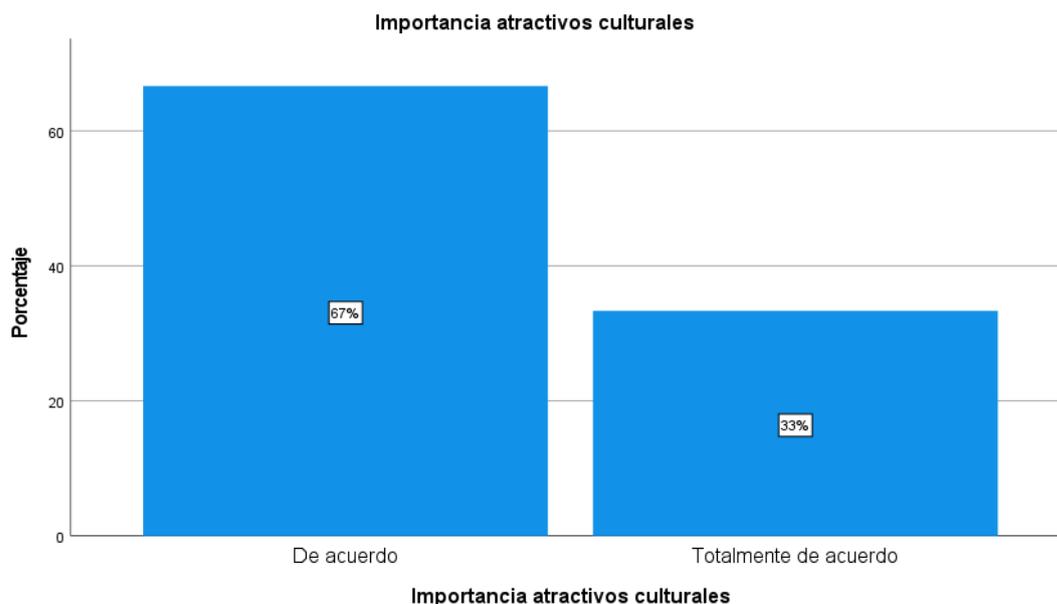
Tabla 42. Atractivos culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	66,7	66,7	66,7
	Totalmente de acuerdo	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 45. Atractivos culturales



Nota. Elaboración propia.

En base a la importancia de los atractivos culturales del cantón Guano, los encuestados opinaron el: 67% que están de acuerdo y el 33% totalmente de acuerdo, esto nos da a entender que los atractivos culturales son significativos para el cantón debido a que esto genera impresión y motivación por parte de los turistas.

6. Los medios de comercialización son los adecuados para el destino turístico Guano

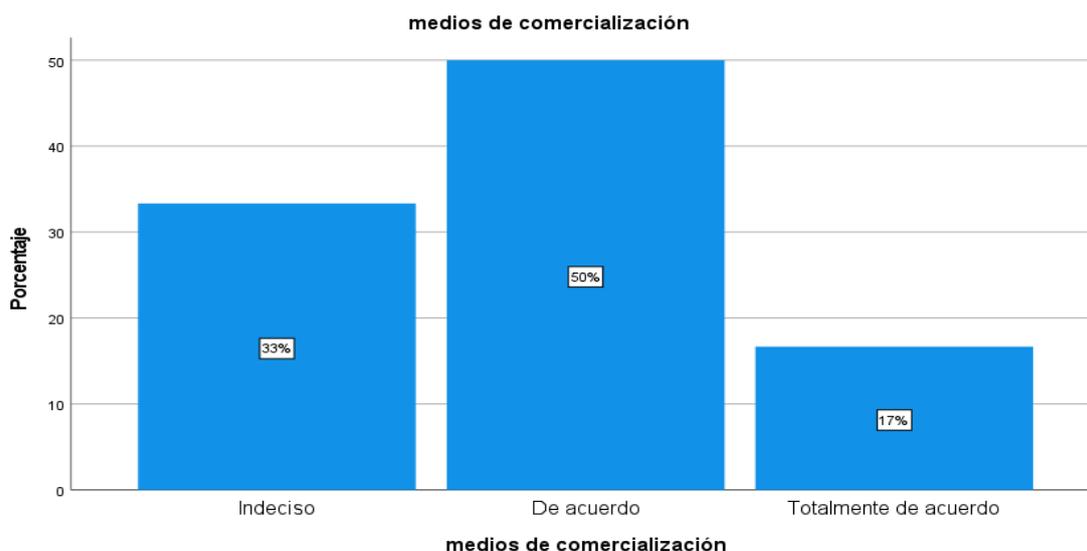
Tabla 43. Medios de comercialización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	2	33,3	33,3	33,3
	De acuerdo	3	50,0	50,0	83,3
	Totalmente de acuerdo	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 46. Medios de comercialización



Nota. Elaboración propia.

De los 6 encuestados de acuerdo a los medios de comercialización del cantón Guano, opinaron: el 50% de acuerdo, el 33% indeciso y el 17% totalmente de acuerdo. Esto nos da a entender que los medios de comercialización son los necesarios y adecuados para promocionar y vender sus productos turísticos.

7. El registro mensual de visitantes en los museos de Guano es necesario

Tabla 44. Registro mensual de visitantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	1	16,7	16,7	16,7
	De acuerdo	2	33,3	33,3	50,0
	Totalmente de acuerdo	3	50,0	50,0	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 47. Registro mensual de visitantes



Nota. Elaboración propia.

De las 6 encuestas aplicadas se observó que: el 50% se encuentra totalmente de acuerdo en que es necesario un registro mensual de visitantes que ingresan al museo en el cantón Guano, el 33% de acuerdo y el 17% indeciso.

8. El registro mensual de visitantes por segmento de turismo cultural de Guano es útil

Tabla 45. Visitantes por segmento de turismo cultural

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	1	16,7	16,7	16,7
	De acuerdo	1	16,7	16,7	33,3
	Totalmente de acuerdo	4	66,7	66,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 48. Visitantes por segmento



Nota. Elaboración propia.

De las 6 encuestas aplicadas al personal del Departamento de Desarrollo Turístico del cantón Guano se observó que: el 67% opina que el registro mensual de visitantes en cuanto al turismo cultural es útil y el 17% de acuerdo e indeciso. Por lo tanto, se conoce que el mayor porcentaje del personal están de acuerdo que se genere un registro mensual a fin de conocer el perfil del turista como datos sociodemográficos, las actividades que va a realizar en el destino y descubrir de tal manera sus intereses.

9. El registro anual de visitantes en los destinos culturales de Guano es necesario

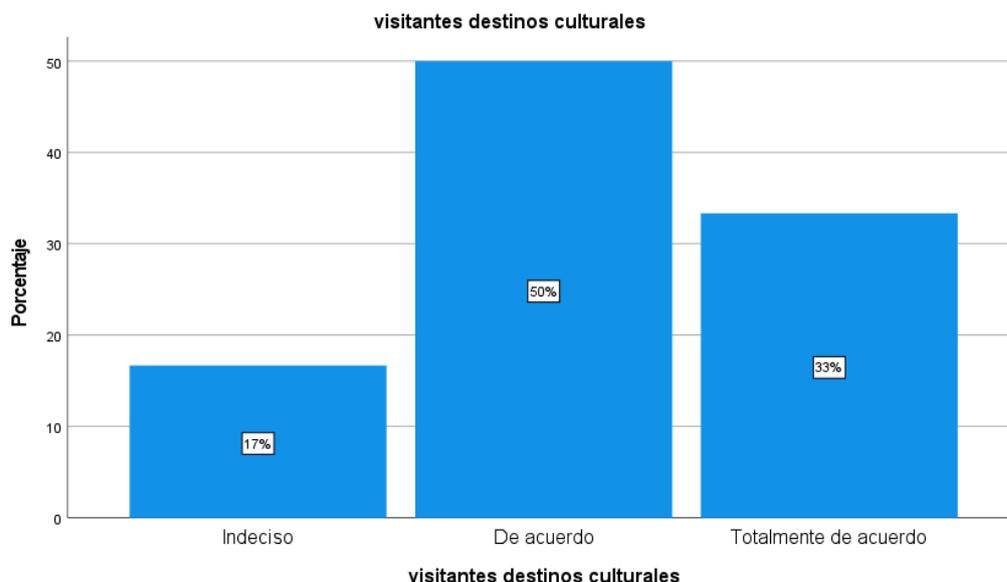
Tabla 46. Visitantes en destinos culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	1	16,7	16,7	16,7
	De acuerdo	3	50,0	50,0	66,7
	Totalmente de acuerdo	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 49. Visitantes en destinos culturales



Nota. Elaboración propia.

De acuerdo a la necesidad de un registro anual de visitantes en los destinos culturales, los técnicos del departamento de desarrollo turístico del cantón Guano opinaron que: el 50% de acuerdo, el 33% totalmente de acuerdo y el 17% indeciso. Esto nos da a entender que el registro es de vital importancia para conocer los intereses y la cantidad de turistas que visitan el destino.

Información complementaria

1. ¿Cómo evalúa usted la seguridad turística en Guano?

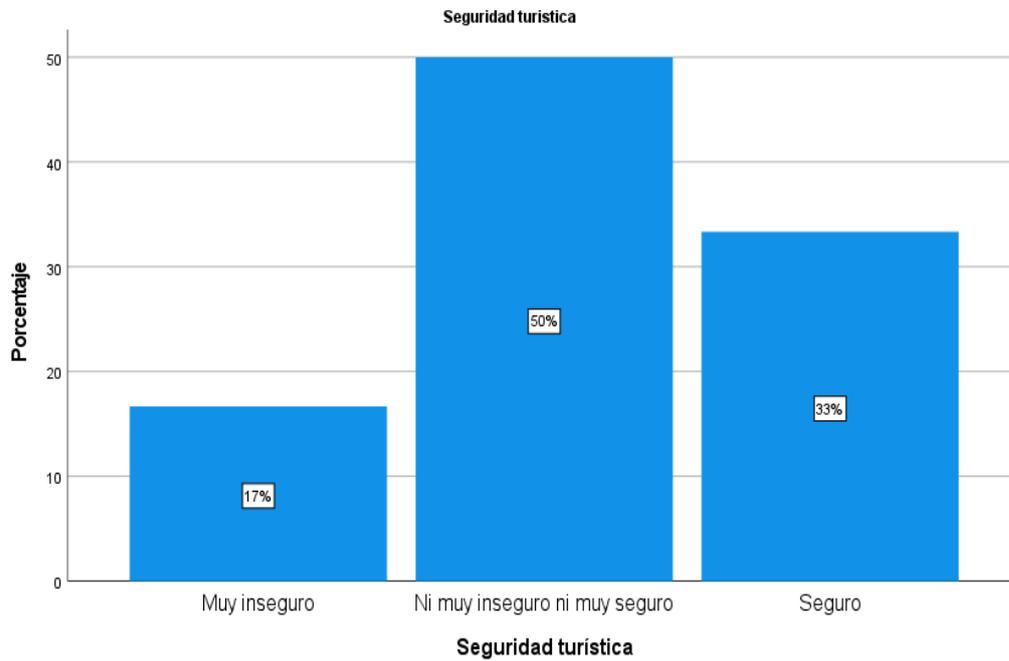
Tabla 47. Seguridad Turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy inseguro	1	16,7	16,7	16,7
	Ni muy inseguro ni muy seguro	3	50,0	50,0	66,7
	Seguro	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 50. Seguridad Turística



Nota. Elaboración propia.

De las 6 encuestas se observó que: el 50% opina que no es ni muy inseguro ni muy seguro, el 33% seguro y el 17% muy inseguro.

2. ¿Qué productos turísticos de Guano tiene mayor demanda?

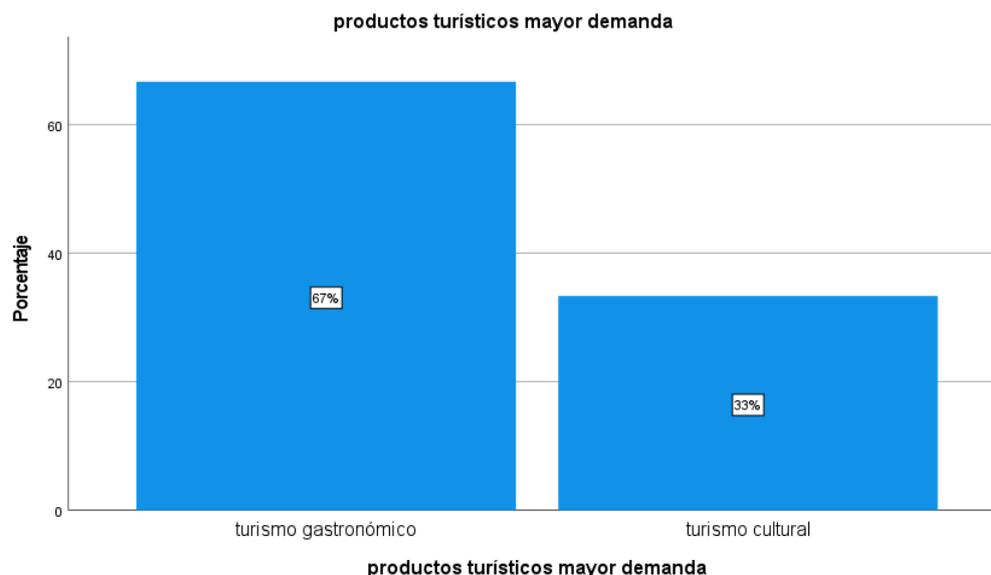
Tabla 48. Productos turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	turismo gastronómico	4	66,7	66,7	66,7
	turismo cultural	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 51. Productos turísticos



Nota. Elaboración propia.

De los 6 encuestados de acuerdo a los productos turísticos de mayor demanda en el cantón Guano, se observó que: el 47% opina por el turismo gastronómico y el 33% por el turismo cultural. Por lo tanto, se entiende que uno de los productos con mayor demanda es el gastronómico debido a que los visitantes les atrae su deliciosa y tradicionales platos típicos.

3. ¿Considera usted que los atractivos turísticos de Guano son suficientes para garantizar el desarrollo turístico?

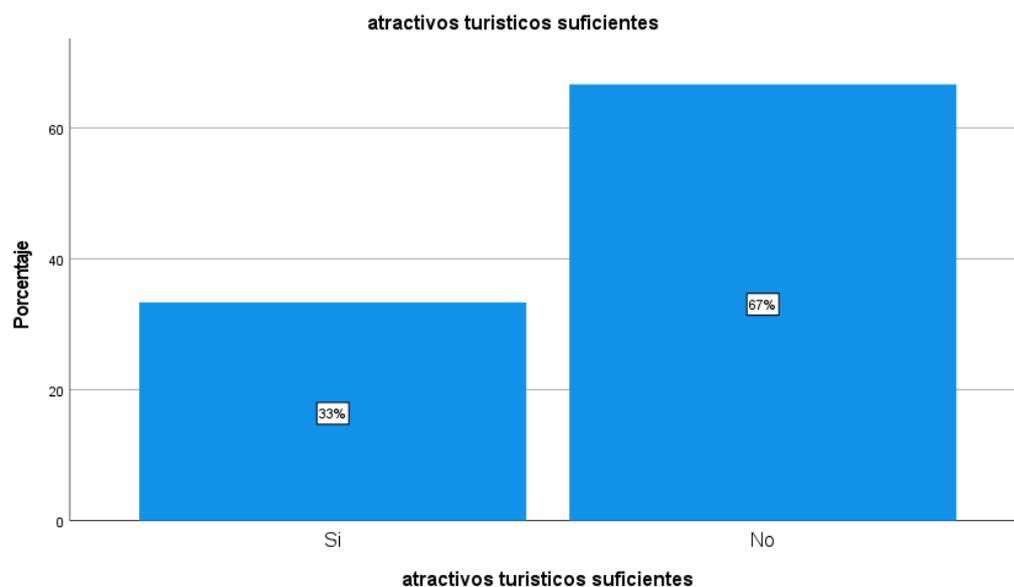
Tabla 49. Suficientes atractivos turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	2	33,3	33,3	33,3
	No	4	66,7	66,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics Visor

Nota. Elaboración propia.

Figura 52. Suficientes atractivos turísticos



Nota. Elaboración propia.

Por otro lado, en base a los suficientes servicios turísticos en el cantón Guano, los encuestados opinaron que: el 67% consideró que no y el 33% consideró que sí. Con ciertas opiniones se presume que hace falta de atractivos por medio de los cuales se genere la motivación del turista para visitar el destino Guano.

Anexo 8. Fotografías aplicación de encuestas

Figura 24. Aplicación de encuesta PEA



Figura 25. Aplicación de encuestas PEA 1



Figura 26. Aplicación de encuestas PEA 2

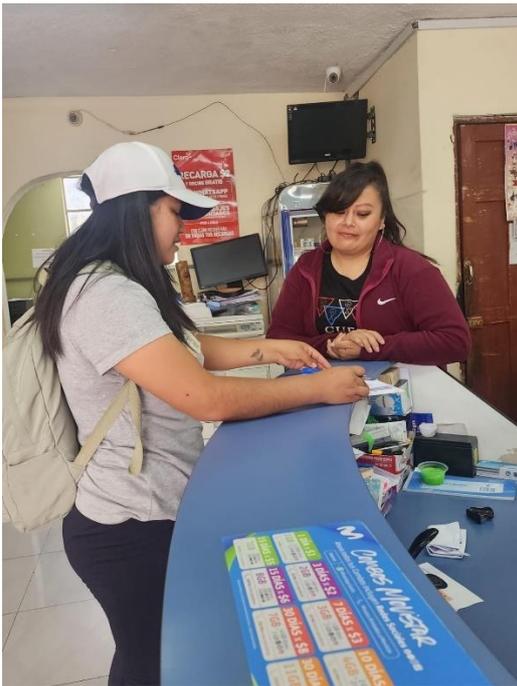


Figura 27. Aplicación de encuestas GADM Guano



Nota. Elaboración propia.