



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

Título

“Turismo rural y promoción turística del cantón Guano, provincia de
Chimborazo”.

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

Autor:

Barragán Sánchez Jennifer Yajaira

Tutor:

Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez

Riobamba, Ecuador. 2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Jennifer Yajaira Barragán Sánchez, con cédula de ciudadanía 180544240-5, autor (a) del trabajo de investigación titulado: **“TURISMO RURAL Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL 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 autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, a los 10 días del mes de mayo del 2024.



Jennifer Yajaira Barragán Sánchez

C.I: 180544240-5

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez 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: **“TURISMO RURAL Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, bajo la autoría de Jennifer Yajaira Barragán Sánchez; 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 10 días del mes de mayo del 2024.



Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez

CI: 060276321-1

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “**TURISMO RURAL Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**”, presentado por Jennifer Yajaira Barragán Sánchez, con cédula de identidad número 1805442405, bajo la tutoría del Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez; 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 29 días del mes de mayo del 2024.

PhD. José Medardo Álvarez Román
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Andrea Margarita Garrido Patrel
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



CERTIFICADO ANTI PLAGIO



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.15
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **BARRAGÁN SÁNCHEZ JENNIFER YAJAIRA** con CC: **1805442405**, estudiante de la Carrera **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**TURISMO RURAL Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL 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, 15 de mayo del 2024

Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez
TUTOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico primeramente a mi Dios por haberme dado sabiduría y entendimiento durante cada etapa de mi vida, guiándome y dándome fortalezas para seguir adelante.

A mi padre Carlos Lorenzo Barragán Herrera y a mi madre Silvia Verónica Sánchez Martínez, quienes han sido mi principal motor de cada día, con su apoyo y motivación me han guiado por el buen camino, no solo en mi vida personal, sino también en mi formación académica.

A mi hermano mayor Enrique, quien me ha impulsado a seguir adelante con sus sabias palabras y consejos, a mi hermano menor Darwin, quien me ha regalado siempre un abrazo en mis peores momentos.

Jennifer Yajaira Barragán Sanchez

AGRADECIMIENTO

A Dios por su infinito amor y bondad para ayudarme alcanzar una meta más anhelada en mi vida.

A mis padres y hermanos por el apoyo y motivación brindado en cada momento de mi vida personal y académica.

Un especial agradecimiento a Sthefan Tenemaza, quien ha estado presente durante todo mi trayecto universitario, en los días buenos y malos, con sus consejos y motivación me ha ayudado a salir adelante.

A la Universidad Nacional de Chimborazo y docentes de la Carrera de Turismo por haberme abierto las puertas para estudiar la carrera de mis sueños.

A mi tutor el Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez por su compromiso y guianza durante el desarrollo de mi proyecto de investigación.

Jennifer Yajaira Barragán Sanchez

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO	
CERTIFICADO ANTI PLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	19
1.1 Introducción	19
1.2. Antecedentes de la investigación	20
1.3. Planteamiento del problema	22
1.3.1. Situación problemática	22
1.3.2. Formulación del problema	23
1.3.2.1. Problema General	23
1.3.2.2. Problemas Específicos	23
1.4. Justificación	23
1.4.1. Justificación Teórica	23
1.4.2. Justificación Práctica	23
1.4.3. Justificación Metodológica	23
1.5. Objetivos	24
1.5.1. Objetivo General	24
1.5.2. Objetivos Específicos	24
1.6. Hipótesis	24
1.6.1. Hipótesis General	24
1.6.2. Hipótesis Específicas	24
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	25
2.1. Estado del arte	25
2.1.1. Estado del arte variable independiente: Turismo rural	25
2.1.2. Estado del arte variable dependiente: Promoción turística	25
2.2. Marco Teórico	26
2.2.1. Marco Teórico variable independiente (Turismo rural)	26
2.2.2. Marco Teórico variable dependiente (Promoción turística)	29
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	32
3.1. Tipo de investigación	32
3.1.1. Investigación Documental	32

3.1.2. Investigación de Campo	32
3.1.3. Investigación Descriptiva	32
3.1.4. Investigación Correlacional.....	32
3.2. Diseño de investigación	32
3.2.1. No experimental	32
3.2.2. Transversal	33
3.3 Enfoque de la investigación	33
3.1 Enfoque mixto.....	33
3.4. Unidad de análisis	33
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	34
3.5.1. Técnicas.....	34
3.5.2. Instrumentos.....	34
3.6. Población de estudio.....	34
3.6.1. Población variable independiente: Turismo Rural	34
3.6.2. Población variable dependiente: Promoción Turística	35
3.7. Variable Independiente - Dependiente	37
3.7.1. Matriz de Operacionalización	37
3.7.2. Matriz de Consistencia	40
3.8. Validez de los instrumentos	41
3.9. Confiabilidad de los instrumentos.....	41
3.9.1. Confiabilidad de la variable independiente (Turismo rural)	42
3.9.2. Confiabilidad de la variable dependiente (Promoción turística)	42
3.10. Método de análisis y procesamiento de datos	42
CAPÍTULO IV. RESULTADO Y DISCUSIÓN.....	44
4.1. Análisis y discusión de resultados.....	44
4.1.1. Análisis y discusión de resultados de la variable independiente: Turismo rural.....	44
4.1.2. Análisis y discusión de resultados de la variable dependiente: Promoción turística.....	49
4.2. Prueba de hipótesis.....	55
4.2.1. Hipótesis General	55
4.2.2. Hipótesis Específica 1	56
4.2.3. Hipótesis Específica 2	57
4.2.4. Hipótesis Específica 3	58
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
5.1. Conclusiones	59
5.2. Recomendaciones.....	59
CAPÍTULO VI. PROPUESTA	61
6.1 Título de la propuesta.....	61

6.2	Introducción	61
6.3	Objetivos	61
6.3.1	Objetivo general	61
6.3.2	Objetivos específicos.....	62
6.4	Justificación.....	62
6.5	Desarrollo de la propuesta.....	62
6.6	Resultados de la propuesta	64
A.	Beneficiarios	64
B.	Información de turismo rural.....	64
C.	Portal web de turismo rural	78
D.	Redes sociales	81
E.	Difusión y promoción	82
7.	BIBLIOGRAFÍA.....	84
8.	ANEXOS.....	87
	Anexo 1 Árbol de problemas	87
	Anexo 2 Encuesta Variable Independiente - Turismo rural.....	88
	Anexo 3 Encuesta Variable Dependiente - Promoción turística.....	91
	Anexo 4 Tablas de Evaluación de expertos - Variable Independiente (Turismo rural).....	95
	Anexo 5 Tablas de Evaluación de expertos - Variable Dependiente (Promoción Turística).....	98
	Anexo 6 Resultados de las encuestas aplicadas – Variable Independiente.....	101
	Anexo 7 Resultados de las encuestas aplicadas – Variable Dependiente	124

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Muestra Variable Independiente.	35
Cuadro 2 Matriz de Operacionalización.	37
Cuadro 3 Matriz de Consistencia.	40
Cuadro 4 Validez de los instrumentos.	41
Cuadro 5 Resumen análisis de resultados - Variable Independiente.	44
Cuadro 6 Resumen análisis de resultados - Variable dependiente.....	49
Cuadro 7 Beneficiarios.	62
Cuadro 8 Información de turismo rural.	63
Cuadro 9 Portal web de turismo rural.	63
Cuadro 10 Redes sociales.	63
Cuadro 11 Difusión y promoción.	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Alfa de Cronbach - Turismo rural.....	42
Tabla 2 Alfa de Cronbach - Promoción turística.....	42
Tabla 3 Prueba de hipótesis general.....	55
Tabla 4 Prueba de hipótesis específica 1.....	56
Tabla 5 Prueba de hipótesis específica 2.....	57
Tabla 6 Prueba de hipótesis específica 3.....	58
Tabla 7 Sexo - servidores turísticos.....	101
Tabla 8 Edad – servidores turísticos.....	102
Tabla 9 Nivel de instrucción - servidores turísticos.....	103
Tabla 10 Actividad turística.....	104
Tabla 11 Motivación del turista.....	105
Tabla 12 Promoción – motivación.....	106
Tabla 13 Satisfacción del cliente.....	107
Tabla 14 Evaluación de satisfacción.....	108
Tabla 15 Vínculos y relaciones.....	109
Tabla 16 Fomentación - Vínculos y relaciones.....	110
Tabla 17 Patrimonio cultural.....	111
Tabla 18 Compartir tradiciones.....	112
Tabla 19 Promover eventos sociales.....	113
Tabla 20 Sentido histórico.....	114
Tabla 21 Revitalización – aspectos culturales.....	115
Tabla 22 Prácticas de conservación.....	116
Tabla 23 Aprendizaje vivencial.....	117
Tabla 24 Experiencias.....	118
Tabla 25 Conocimientos patrimoniales.....	119
Tabla 26 Participación comunitaria.....	120
Tabla 27 Habilidades y técnicas ancestrales.....	121
Tabla 28 Comunidad.....	122
Tabla 29 Proyectos de turismo rural.....	123
Tabla 30 Sexo – turistas.....	124
Tabla 31 Edad – turistas.....	125
Tabla 32 Nivel de instrucción – turistas.....	125
Tabla 33 Procedencia – turistas.....	126
Tabla 34 Producto turístico.....	127
Tabla 35 Atractivos turísticos.....	128

Tabla 36 Mantener y conservar A.T.....	129
Tabla 37 Servicios turísticos.	130
Tabla 38 Atención al cliente S.T.	131
Tabla 39 Actividad turística.	132
Tabla 40 Implementar actividades turísticas.	133
Tabla 41 Consumidor – turista.	134
Tabla 42 Productos locales.....	135
Tabla 43 Productos - identidad cultural.	136
Tabla 44 Procesos de selección.	137
Tabla 45 Preferencias de consumo.	138
Tabla 46 Gustos y preferencias.	139
Tabla 47 Imagen turística.	140
Tabla 48 Percepción del turista.	141
Tabla 49 Promoción turística.	142
Tabla 50 Destino turístico seguro.....	143
Tabla 51 Promoción - turismo rural.	144
Tabla 52 Difusión del turismo rural.	145
Tabla 53 Medios de comunicación.....	146
Tabla 54 Percepción - imagen turística.	147
Tabla 55 Recomendar Guano.	148
Tabla 56 Destino turístico - Económico.....	149
Tabla 57 Percepción - seguridad turística.	150

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Nevado Chimborazo.....	66
Imagen 2 Cascada Cóndor Samana	66
Imagen 3 Ruta del hielero	67
Imagen 4 Cascada de San Isidro.....	67
Imagen 5 Cima del Nudo del Igualata.....	68
Imagen 6 Mirador Artesón La Palestina.....	68
Imagen 7 Cascada Willis.....	69
Imagen 8 Loma de Yanarumi.....	69
Imagen 9 Piedra de Santiago Rumi	70
Imagen 10 Cueva del Rey Pepino	70
Imagen 11 Mirador de los Arrayanes	71
Imagen 12 Montañismo.....	71
Imagen 13 Senderismo	72
Imagen 14 Cicloturismo	72
Imagen 15 Camping	73
Imagen 16 Cabalgata.....	73
Imagen 17 Canyoning	74
Imagen 18 Ecoturismo	74
Imagen 19 Agroturismo.....	75
Imagen 20 Alfombras de Guano	75
Imagen 21 Artículos de cuero	76
Imagen 22 Producción textil.....	76
Imagen 23 Artículos de piedra	77
Imagen 24 Artesanías de totora y carrizo.....	77
Imagen 25 Artículos en cabuya.....	78
Imagen 26 Inicio del portal web.....	78
Imagen 27 Atractivos rurales.	79
Imagen 28 Actividades rurales.....	79
Imagen 29 Productos rurales.....	80
Imagen 30 Noticias.....	80
Imagen 31 Difusión por TikTok.....	82
Imagen 32 Difusión por Facebook.	83
Imagen 33 Difusión por Instagram.....	83
Imagen 34 Sexo - servidores turísticos.....	101
Imagen 35 Edad – servidores turísticos.....	102

Imagen 36	Nivel de instrucción - servidores turísticos.	103
Imagen 37	Actividad turística.	104
Imagen 38	Motivación del turista.	105
Imagen 39	Promoción – motivación.	106
Imagen 40	Satisfacción del cliente.	107
Imagen 41	Evaluación de satisfacción.	108
Imagen 42	Vínculos y relaciones.	109
Imagen 43	Fomentación - Vínculos y relaciones.	110
Imagen 44	Patrimonio cultural.	111
Imagen 45	Compartir tradiciones.	112
Imagen 46	Promover eventos sociales.	113
Imagen 47	Sentido histórico.	114
Imagen 48	Revitalización – aspectos culturales.	115
Imagen 49	Prácticas de conservación.	116
Imagen 50	Aprendizaje vivencial.	117
Imagen 51	Experiencias.	118
Imagen 52	Conocimientos patrimoniales.	119
Imagen 53	Participación comunitaria.	120
Imagen 54	Habilidades y técnicas ancestrales.	121
Imagen 55	Comunidad.	122
Imagen 56	Proyectos de turismo rural.	123
Imagen 57	Sexo – turistas.	124
Imagen 58	Edad – turistas.	125
Imagen 59	Nivel de instrucción – turistas.	126
Imagen 60	Procedencia – turistas.	127
Imagen 61	Producto turístico.	128
Imagen 62	Atractivos turísticos.	129
Imagen 63	Mantener y conservar A.T.	130
Imagen 64	Servicios turísticos.	131
Imagen 65	Atención al cliente S.T.	132
Imagen 66	Actividad turística.	133
Imagen 67	Implementar actividades turísticas.	134
Imagen 68	Consumidor – turista.	135
Imagen 69	Productos locales.	136
Imagen 70	Productos - identidad cultural.	137
Imagen 71	Procesos de selección.	138
Imagen 72	Preferencias de consumo.	139

Imagen 73 Gustos y preferencias.	140
Imagen 74 Imagen turística.	141
Imagen 75 Percepción del turista.	142
Imagen 76 Promoción turística.....	143
Imagen 77 Destino turístico seguro.....	144
Imagen 78 Promoción - turismo rural.	145
Imagen 79 Difusión del turismo rural.	146
Imagen 80 Medios de comunicación.....	147
Imagen 81 Percepción - imagen turística.	148
Imagen 82 Recomendar Guano.	148
Imagen 83 Destino turístico - Económico.....	149
Imagen 84 Percepción - seguridad turística.....	150

RESUMEN

El presente trabajo de titulación “Turismo rural y promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo” tiene por objetivo el analizar la influencia del turismo rural en la promoción turística del cantón Guano, debido a que dicho cantón posee un gran potencial para incentivar a la realización de turismo rural como una alternativa de dinamización y generación de empleo, sin embargo, en los últimos años el cantón Guano ha dado la apertura e interés a otros tipos de turismo y actividades que no traen los mismos beneficios e impactos que el turismo rural podría causar. La investigación cuenta con un enfoque mixto con metodología de carácter no experimental y transversal, obteniendo información a partir de una investigación documental, descriptiva, correlacional y de campo, actuando de la mano de los prestadores de servicios turísticos y los turistas que visitan el cantón Guano, quienes a través de las encuestas aplicadas basado en una valoración de escala de Likert de importancia se obtuvo los datos necesarios sobre el turismo rural y la promoción turística para el desarrollo de la investigación. Así mismo, se comprobó por medio del análisis estadístico Chi- cuadrado en el sistema SPSS que no existe relación entre las variables de estudio, sin embargo, por medio de las respuestas de las personas encuestadas se pudo constatar el gran interés que existe sobre la implementación de un turismo rural en el sector y la gran importancia de la promoción turística. Por lo que, con los resultados obtenidos se realizó una propuesta con el fin de fortalecer y reforzar la relación entre las variables de estudio por medio de una herramienta digital, un portal web para empoderar el turismo rural del cantón Guano, vinculado a las redes sociales más utilizadas por los turistas y visitantes para aumentar la visibilidad de este tipo de turismo.

Palabras clave: Turismo rural, promoción turística, cantón Guano, portal web.

ABSTRACT

The current research, "Rural tourism and tourism promotion of the Guano Canton, of Chimborazo Province," has as its objective to analyze the influence of rural tourism in the tourism promotion of the Guano Canton because this canton has great potential to encourage the implementation of rural tourism as an alternative for revitalization and job creation. However, in recent years, the Guano Canton has given openness and interest to other types of tourism and activities that bring different benefits and impacts than rural tourism could cause. The research has a mixed approach with a non-experimental and transversal methodology, obtaining information from documentary, descriptive, correlational, and field research, acting hand in hand with tourism service providers and tourists who visited the Guano Canton and helped through the surveys applied based on a Likert scale assessment of importance to obtain the necessary data on rural tourism and tourism promotion for the development of the research. Likewise, the Chi-square statistical analysis was used in the SPSS system, and it was verified that there was no relationship between the study variables. However, through the respondents' responses, it was possible to confirm the great interest in implementing rural tourism in the sector and the importance of tourism promotion. Therefore, with the results obtained, a proposal was made in order to strengthen and reinforce the relationship between the study variables through a digital tool, a web portal to empower rural tourism in the Guano Canton, bound to the social networks most used by tourists and visitors to increase the visibility of this type of tourism.

Keywords: Rural tourism, tourism promotion, Guano canton, web portal.



Reviewed by:
Lic. Jenny Alexandra Freire Rivera
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 0604235036

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Introducción

La OMT (2019), define al turismo rural como una modalidad de actividad turística, donde el disfrute del turista se vincula con la satisfacción y la experiencia vivida en espacios naturales de zonas rurales, tiene la particularidad de realizarse actividades que se desarrollan dentro de las comunidades y su diario vivir.

La provincia de Chimborazo posee un gran potencial turístico, dentro de él se encuentra el Nevado Chimborazo, el cual es un atractivo turístico de jerarquía IV y pertenece al cantón Guano, este cantón cuenta con algunas parroquias rurales, donde se encuentran pequeños asentamientos de comunidades que poseen una gama alta de cultura que puede ser aprovechado por el turismo, creando de esa forma nuevas oportunidades de empleo para la población local y el impulso de las actividades económicas, es decir, atrae beneficios al sector.

Dicho de esta forma, la problemática del turismo rural en Guano radica en que a pesar de contar con comunidades rurales existe un deficiente desarrollo de este, debido a factores influyentes, tales como una inadecuada gestión y equipamiento turístico, personal no especializado, desinterés de las autoridades competentes y la de mayor peso e influyente la promoción turística.

El objetivo de esta investigación es determinar la influencia del turismo rural en la promoción turística del cantón Guano, entendiendo que la promoción turística es parte fundamental para la difusión de información, creando en los turistas un deseo o motivación para realizar turismo y de esa forma satisfacer sus necesidades, generando así ingresos económicos y mejorando la calidad de vida de su población; y el turismo rural es una excelente alternativa para que los visitantes conozcan los servicios turísticos, los recursos naturales y culturales que posee el cantón Guano.

Aportar en iniciativas para el desarrollo del turismo rural es muy importante, debido a que es una actividad que puede traer cambios significativos para toda una comunidad, donde se permita a la misma formar parte de la cadena productiva del turismo y establecer estrategias para la afluencia de visitantes interesados en las actividades que ofrece este tipo de turismo, a través de la promoción turística se generan varias oportunidades no solo para la comunidad, autoridades municipales o entidades públicas, sino también para los turistas y visitantes que desean conocer y disfrutar, de esa forma se benefician de todo aquello que tiene para ofrecer el turismo rural como una fuente de desarrollo local.

La investigación contiene los siguientes capítulos:

Capítulo I, Planteamiento del problema; en este capítulo se describe la situación problemática a resolver, la formulación del problema, la justificación de la investigación tanto teórica, práctica como metodológica y los objetivos e hipótesis tanto general como específicos fundamentales para el desarrollo del estudio.

Capítulo II, Marco teórico; se realizó bajo investigaciones similares anteriores y de bases teóricas bibliográficas primarias y secundarias que sustentan la investigación y fundamentan el marco filosófico o epistemológico de las variables.

Capítulo III, Metodología; se desarrolló el tipo y diseño de la investigación, la unidad de análisis de cada variable, descripción de las técnicas e instrumentos de recolección de datos, población de estudio y selección de la muestra, elaboración de matriz de operacionalización y matriz de consistencia, la validez y confiabilidad de los instrumentos, los métodos de análisis y procesamiento de datos.

Capítulo IV, Resultados y discusión; se desarrolló la tabulación y se realizó los gráficos, tablas, análisis e interpretación estadística de los datos obtenidos mediante la encuesta de investigación, de esa forma se facilitó el análisis de la información recolectada para finalmente llevar a cabo la comprobación de hipótesis y verificar la correlación de variables.

Capítulo V, Conclusiones y recomendaciones; se exponen opiniones propias basadas en los datos obtenidos de la encuesta y de acuerdo con los objetivos planteados en la investigación.

Una vez establecida la influencia entre variables “turismo rural y promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo”, en base a los resultados de la investigación con respecto al problema central (variable independiente) se realizó una propuesta para dar solución a dicho problema.

1.2. Antecedentes de la investigación

A través de las consultas bibliográficas realizadas no se ha podido constatar investigaciones previas referente al turismo rural y promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo, por lo que no existen antecedentes de esta naturalidad, por tal motivo, se procederá a tomar en cuenta investigaciones referentes a cada una de las variables de estudio.

En la investigación titulada “Incidencia del turismo rural en el desarrollo turístico del cantón Chambo en la provincia de Chimborazo” menciona que, el turismo rural es una alternativa sostenible de cambio para la dinamización económica del territorio, permitiendo un aprovechamiento para el desarrollo turístico local, con un enfoque en el aspecto cultural, social y político, lo que permite que se creen productos turísticos que contribuyan al mejoramiento de las condiciones de vida y al buen vivir de la población. (López, 2021)

En la investigación titulada “Gestión del turismo rural como alternativa de desarrollo sostenible local en el Cantón Santiago de Píllaro, Provincia de Tungurahua” menciona que, el turismo rural es una actividad compleja desarrollada en espacios rurales que prestan las condiciones necesarias para desarrollar actividades turísticas vinculadas con la cultura, la tradición, fiestas, y actividades típicas, por lo que sus características están asociadas con la naturaleza y la ruralidad/campo propias para que se produzca un desarrollo sostenible local. (Asadobay, 2020)

En la investigación titulada “Turismo rural: un elemento para el desarrollo local de la parroquia de Pacto-Pichincha” mencionan que, el turismo rural se plantea como un elemento dinamizador para el desarrollo local de la parroquia ya mencionada, cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de sus habitantes, aprovechando las actividades económicas cotidianas integradas al turismo y de esa manera dinamizar sus ingresos y fortalecer su valor cultural. De igual forma se destaca al turismo rural como una herramienta para el desarrollo integral de las comunidades, pero siempre y cuando este bien planificado y gestionado. (Casa & Reyes, 2021)

En la investigación titulada “El turismo rural en el cantón Quevedo, provincia de los Ríos. Plan de promoción turística y rural 2020” menciona que, el turismo rural es capaz de solucionar numerosos problemas, especialmente el desequilibrio que se ha expresado en los últimos años en la relación rural-urbana, el despoblamiento de las zonas rurales y permitir que la población urbana encuentre sus raíces, valores culturales perdidos, paz y tranquilidad. A través de su oferta de artes y cultura tradicionales, ofrece a los turistas un descanso de su vida frenética y acelerada, esclavizados por las tecnologías modernas y las formas de vida urbanas. (Loor, 2021)

En la investigación titulada “Gestión y promoción turística del patrimonio cultural en la parroquia Cubijíes, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo” menciona que, la gestión se relaciona con la promoción turística del patrimonio cultural de la parroquia Cubijíes, lo cual guarda relación con la planificación, organización y recursos para el diseño de productos turísticos que traigan beneficios económicos para la población involucrada, mediante la coordinación de la promoción, la publicidad y los programas de relaciones públicas. (Martínez, 2019)

En la investigación titulada “Oferta y promoción turística de la parroquia Puela del cantón Penipe” menciona que, la promoción turística es primordial cuando de dar a conocer lugares y/o servicios se habla, contempla la difusión de un destino turístico para llegar a todo tipo de turista, a través de estrategias y actividades que estén vinculadas con el ámbito turístico, de esa forma dar a conocer sus atractivos, gastronomía, cultura, artesanías y lo relacionado al turismo. Además, la planificación juega un papel fundamental que recae en la promoción turística, el cual es importante para el desarrollo y crecimiento de un destino. (Ruiz, 2022)

En la investigación titulada “Promoción y desarrollo turístico de la parroquia Quinchicoto, cantón Tisaleo, provincia Tungurahua” menciona que, la promoción del turismo se relaciona con el desarrollo turístico de la parroquia Quinchicoto, el cual guarda relación con la generación de nuevas oportunidades de empleo, que a su vez contribuyen a mejorar la calidad de vida de la población, siendo los principales beneficiarios de que la promoción se lleve a cabo en la localidad y a través de un plan de marketing se permite promocionar el potencial turístico del cantón, lo cual genera un incremento de flujo de turistas. (Muñoz, 2019)

1.3. Planteamiento del problema

1.3.1. Situación problemática

“El turismo es una práctica social colectiva que se perfila como uno de los principales proveedores de actividades económicas alternativas en espacios rurales, que incluso involucra los sectores marginados del mercado laboral como jóvenes, mujeres y adultos mayores” (Pérez, 2010, p. 507). La mayoría de los espacios rurales de América Latina refleja territorios compuestos por comunidades campesinas en situación de pobreza, donde sus recursos territoriales físicos, naturales y sociales, que comprenden el capital rural, se encuentran en peligro de degradación o extinción.

En Ecuador, el turismo rural es una actividad turística que puede ser realizada en espacios rurales como el Cantón Mocha de la Provincia de Tungurahua, ha sido considerado por el Estado Ecuatoriano como una alternativa estratégica viable para alcanzar el Buen Vivir, por ello diseñó un escenario prospectivo denominado Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”, el cual recoge la visión del país en materia turística hasta el año 2020. (Huertas López et al., 2020, p. 5)

Como se puede evidenciar el turismo rural es una opción bastante aceptada como actividad turística, el cual busca el contacto con la naturaleza, salir del ambiente cotidiano, esperando conocer nuevas culturas, formas de vida y comportamientos humanos, convirtiéndose en una excelente alternativa de forma de turismo. Pese a ello, la falta de estrategias para potenciar esta actividad es escasa.

En el cantón Guano, el problema que afecta directamente es que no existe un adecuado desarrollo del turismo rural, motivo por el cual no se ha podido dar a conocer de manera eficiente la importancia, sus actividades y demás cuestiones que involucra este tipo de turismo. Las autoridades competentes no le han dado la importancia necesaria que merece esta actividad, tomando en cuenta que el turismo rural se ha convertido en un sector de impacto no solamente de desarrollo económico, sino también social y cultural que contribuye al modo y calidad de vida de las comunidades.

A pesar de la presencia de turismo rural en el cantón en las diferentes comunidades, se requiere de estrategias que ayuden a potenciar de manera oportuna y adecuada este tipo de turismo, buscando que los turistas conozcan y se interesen en esta actividad para que pueda desarrollarse de la mejor manera.

La escasa promoción turística de las comunidades del cantón provoca que exista una limitada afluencia de turistas generando un deficiente turismo rural, desaprovechando los recursos culturales y naturales existentes, el intercambio cultural, la dinamización económica e imposibilitando el crecimiento de los conocimientos ancestrales latentes en las comunidades locales.

1.3.2. Formulación del problema

1.3.2.1. Problema General

- ¿Cómo influye el turismo rural en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo?

1.3.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cómo influye la actividad turística en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo?
- ¿Cómo influye el patrimonio cultural en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo?
- ¿Cómo influye el aprendizaje vivencial en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo?

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación Teórica

El cantón Guano posee una gran riqueza cultural y tradicional que se mantiene hasta nuestros tiempos, del tal modo, la presente investigación considera que el turismo rural es una excelente alternativa como factor de fortalecimiento de la identidad cultural, tradiciones, costumbres, actividades relacionadas con la ganadería, agricultura y formas del vivir cotidiano, por lo que, la promoción turística es importante para dar a conocer a los turistas y visitantes este tipo de turismo, mismo que permite la transmisión del valor histórico y simbólico de lo que tiene para ofrecer el cantón Guano a través del turismo rural.

No obstante, el presente documento servirá como herramienta bibliográfica, el cual aporta información, estadísticas y conocimiento teórico para futuras investigaciones que se vayan a realizar dentro del cantón Guano.

1.4.2. Justificación Práctica

La investigación se realizó con la intención de impulsar al turismo rural como una oportunidad de aprendizaje cultural y vivencial de lo que ofrece el cantón Guano en sus espacios rurales, dar a conocer la importancia que tiene y como este tipo de turismo puede beneficiar a la población. Gran ayuda para su impulso es a través de la promoción turística, el cual ayuda a despertar el interés y motivación de conocer en los turistas, creando conciencia del valor cultural y tradicional latente en las comunidades rurales del cantón.

1.4.3. Justificación Metodológica

La investigación realizada tiene como finalidad fortalecer el valor cultural, histórico y simbólico que tiene el cantón Guano, a través de estrategias de promoción turística se dará a conocer la identidad cultural, prácticas vivenciales y artesanales que enseña y brinda el

turismo rural, el cual es un elemento importante que ayudará a la población a más de dar a conocer su cultura, beneficiarse económicamente con las actividades y servicios ofrecidos al turista.

Para ello se aplicó instrumentos de investigación el cual nos ayudó a dar solución al problema, diseñando una propuesta enfocada en el turismo rural, mismo que a través de la promoción turística permitirá conectar con los turistas para dar a conocer todo aquello que ofrece este tipo de turismo.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

- Analizar la influencia del turismo rural en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Analizar la influencia de la actividad turística en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Analizar la influencia del patrimonio cultural en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Analizar la influencia del aprendizaje vivencial en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

- Existe influencia significativa entre el turismo rural y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

1.6.2. Hipótesis Específicas

- Existe influencia significativa entre la actividad turística y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Existe influencia significativa entre el patrimonio cultural y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Existe influencia significativa entre el aprendizaje vivencial y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del arte

2.1.1. Estado del arte variable independiente: Turismo rural

Según (Fagundes et al., 2020) en su investigación “Turismo rural. Propuesta de una estructura de análisis integrando estrategias de diversificación y conocimiento” mencionan que, el turismo rural nace por el aprovechamiento de haciendas acompañadas del clima frío, la hospitalidad, la gastronomía, el paisaje, la diversidad cultural y la seguridad, en ese sentido, se puede decir que el turismo rural está compuesto por dos elementos importantes, por un lado la naturaleza y por otro lado el patrimonio, la combinación de los dos depende de los contextos geográficos e históricos de las áreas rurales. Por otro lado, el turismo rural posibilita la solución de problemas en áreas rurales, debido a que protege el medioambiente y el patrimonio rural, además combate los efectos negativos del abandono de la actividad agropecuaria y el éxodo rural.

Según (Moral et al., 2019), en su investigación “Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales” comprenden al turismo rural como una actividad que produce un notable desarrollo, debido a que el turista se interesa por el contacto con la naturaleza, así como también el deseo por disfrutar de nuevas experiencias vinculadas con el medio rural, existiendo una estrecha interrelación con los habitantes de la zona dentro de un ambiente tradicional y una reducida masificación en el que el turista adquiere un conocimiento del lugar. Además, menciona que el crecimiento de la actividad turística que se desarrollada en entornos naturales y rurales promueve la necesidad de implementar acciones socialmente sostenibles especialmente, para mitigar los impactos negativos que sobre el entorno natural y social se puedan generar.

Según (Macías et al., 2021) en su trabajo de investigación “Evaluación potencial del turismo rural en el municipio de Santa Elena, Yucatán” entienden al turismo rural como una actividad turística desarrollada en el medio rural y áreas naturales, compatibles con el desarrollo sustentable, el cual aprovecha los recursos naturales, la integración de la población local, preservación y mejora del entorno, además de que la propia comunidad participa en los labores de gestión. Por tal motivo, este tipo de turismo ayuda a entender los temas culturales y sociales de la comunidad, debido a que los turistas buscan la interacción con los habitantes y conocer la historia, con ello se puede reactivar las actividades de convivencia comunitaria, mejorar la infraestructura y la calidad del servicio que se oferta a través del turismo rural.

2.1.2. Estado del arte variable dependiente: Promoción turística

Según (Chuquizala & Jaramillo, 2017) en su investigación “Plan de promoción turística para el cantón San Lorenzo del Pailón, provincia de Esmeraldas” argumentan que, la promoción turística hace referencia a la difusión de un lugar como es el destino turístico y toma una relevancia significativa debido a que incentiva la llegada de turistas y visitantes,

los cuales con su llegada generaran ingresos económicos, lo que produce una mejora de la calidad de vida de la población. Además, la promoción turística ayuda a que los turistas conozcan los recursos y servicios que posee un determinado lugar y se satisfagan de ellos. Cabe aclarar que, para llevar a cabo la promoción es necesario diseñar diferentes estrategias que ayuden a la atracción de la demanda y con su llegada se genere beneficios económicos que contribuyan al desarrollo turístico local.

Según (Minda et al., 2021) en su trabajo de investigación “Promoción turística a través de las Tics en el cantón Antonio Ante – Provincia de Imbabura” mencionan que, la promoción turística ha dado un gran salto debido a que ha evolucionado, pues antes para promocionar se utilizaba folletos y medios tradicionales como la radio, prensa o televisión; y ahora se utilizan herramientas tecnológicas como la web, dispositivos móviles, aplicaciones y sistemas operativos. La forma tradicional de promoción turística ha tenido un gran impacto debido a que el viajero hace uso del internet y de las diversas aplicaciones existentes en los mercados virtuales de los smartphones, los mismos que permiten interactuar con la oferta turística existente. Añade que las nuevas tecnologías, como es el caso de las aplicaciones móviles, representan una oportunidad trascendental en el ámbito de promoción turística ya que tienen un gran alcance.

Según (Alfonso et al., 2017) en su trabajo de investigación “Promoción turística en una herramienta web para el Cantón Bolívar, Ecuador” indican que, la promoción turística online es una nueva modalidad de dar a conocer el turismo, además de ser sustentable ya que utiliza tecnologías del siglo XXI. La promoción turística provoca amplios beneficios a los grupos de acción local, agentes colectivos públicos y privados que se dedican directa o indirectamente a la actividad turística. Por lo que, esta modalidad de promoción ayuda a difundir turísticamente un atractivo o destino con mucha más rapidez, pues despierta el interés a través de la información otorgada en los sitios webs elegidos. Para ello es necesario llevar a cabo un plan de promoción turística que aproveche los recursos y facilidades de la actividad turística.

2.2. Marco Teórico

Para la investigación es necesario e importante analizar las dos variables de estudio (variable dependiente e independiente), las cuales cuentan con dimensiones e indicadores, bajo los siguientes conceptos se comprenderá de mejor manera nuestro análisis de estudio.

2.2.1. Marco Teórico variable independiente (Turismo rural)

a) Turismo rural

Según la OMT (2019), menciona que el turismo rural es una actividad turística que se relaciona con la experiencia generada en el turista a través de actividades vinculadas con la naturaleza, la agricultura y otras singularidades que se dan en zonas rurales.

Por otro lado, Ortiz & Villarreal (2021), mencionan que el turismo rural se refiere al desplazamiento de turistas a las comunidades rurales con el fin de conocer las expresiones

culturales, la cosmovisión, las dinámicas sociales y las formas de producción, pero desde una perspectiva vivencial. Así mismo, esta actividad ayuda a que las familias de las comunidades se beneficien económicamente, al mismo tiempo que fortalecen el patrimonio biocultural y la defensa de su territorio.

Carrillo-Vargas et al. (2021), argumentan que el turismo rural al principio de su concepción se asociaba con otras tipologías de turismo como ecoturismo y turismo de aventura, sin embargo, la esencia del turismo rural radica en que el turista se motiva por vivir la cultura y naturaleza local, donde se intercambia saberes entre el visitante y el anfitrión, teniendo un contacto humano y equitativo. Mientras que, el ecoturismo se enfoca en sí, en la interpretación como es el patrimonio natural en cualquiera de sus manifestaciones y se realiza fundamentalmente en el medio natural y el turismo de aventura por su lado, se basa en el esfuerzo y habilidad del turista para realizar las actividades de su índole.

b) Actividad turística

Según González (2018), argumenta que la actividad turística se trata de una interrelación entre personas, en este caso turistas que están motivados por diferentes necesidades y que, para satisfacerlas tienen un comportamiento que incluye un vínculo con los demás, guiadas también por sus propios intereses.

c) Motivación

Según Perret (2016), menciona que la motivación es el deseo de invertir recursos, que a menudo son limitados, para lograr algo que brinde satisfacción, ya sea de forma consciente o inconsciente. Además, la motivación es la energía interna de cada persona que promueve a salir de la zona de confort, impulsa a las personas a lograr una meta u objetivo que está vinculado con la percepción del beneficio a obtener.

d) Satisfacción del cliente

Según Armstrong & Kotler (2013), argumentan que la satisfacción del cliente tiene que ver con el desempeño percibido de ciertos productos en relación con las expectativas que tiene el comprador. Es decir, si el rendimiento de un producto no cumple con las expectativas, el cliente queda insatisfecho, por el contrario, si el desempeño cumple con las expectativas, el cliente quedará satisfecho. Y si el desempeño supera las expectativas, el cliente quedará muy satisfecho y complacido.

e) Vínculos y relaciones

Según Fontal-Merillas & Marín-Cepeda (2018), afirman que los vínculos y relaciones son creadas y desarrolladas por las personas en un entorno cultural, que se da en situaciones donde hay el compartimento de experiencias y vivencias con otras personas, construyendo un lugar ameno y solidario.

f) Patrimonio cultural

Para Muriel (2016), el patrimonio cultural es la forma en que algo del pasado como la tradición, la historia, los bienes materiales e inmateriales o las actividades de conservación, se mantienen, se desarrollan, se transforman o se fortalecen en el presente.

g) Tradición

Según Sola-Morales (2017), menciona que las tradiciones son herramientas de expresión muy importante para la creación de relaciones y la identificación entre miembros de un grupo, crea sentimientos de identidad para identificar las diferencias entre unos y otros.

h) Sentido histórico

Vitalich (2008), argumenta que el sentido histórico ocurre al interior del propio sujeto como un sentimiento, el cual recurre a la historia con el fin de determinar las condiciones y situaciones pasadas, bajo las cuales se produjeron ciertos acontecimientos que los recordamos en el presente.

i) Prácticas de conservación

Según Obombo et al. (2019), argumentan que el ecoturismo puede influir positivamente en las actitudes y prácticas de conservación cuando se generan beneficios económicos. Además, los autores encontraron que los incentivos económicos directos no son los únicos factores motivadores influyentes en estas actitudes y prácticas de conservación. Por lo tanto, concluyen que el ecoturismo debe ser considerado como un solo componente de un plan maestro, el cual busca la conservación y el desarrollo socioeconómico por medio de variadas estrategias.

j) Aprendizaje vivencial

Para Ramos (2016), menciona que el aprendizaje vivencial se aprende llevando a cabo acciones, utilizando los sentidos, viendo, escuchando, pensando y sintiendo, es decir, se aprende participando de una experiencia de la vida propia, generando en cada persona una fascinación de aprender y descubrir cierto gusto por diferentes actividades.

k) Experiencia

Según Alves & Barcellos (2019), mencionan que la experiencia es personal, es decir, involucra la percepción y la participación emocional de los turistas, además, la experiencia puede ser compartida y es recordada por un tiempo.

l) Participación comunitaria

Para Navarro et al. (2019), argumentan que la participación comunitaria ha sido un componente central de la gestión del turismo alternativo desde su concepción teórica y forma parte de un discurso promocional ideado como respuesta al modelo estándar del desarrollo del turismo.

m) Comunidad

Según Reiner et al. (2019), argumentan que la comunidad no es solo un espacio donde se desarrollan y se desenvuelven los individuos a lo largo de sus vidas, si no que, se conforma un espacio social, donde se incluyen las necesidades y posibilidades sentidas por quienes conforman la comunidad, además, dentro de ella existe la toma de decisiones para la solución de problemas.

2.2.2. Marco Teórico variable dependiente (Promoción turística)

a) Promoción turística

Chuquizala-Kohls & Jaramillo-Moreno (2017), mencionan que la promoción turística tiene que ver con la difusión de un lugar como un destino turístico, incentivando la llegada de turistas, los mismos que generan ingresos económicos, mejorando así la calidad de vida de la población, como también ayuda a que los visitantes puedan conocer de esa manera los productos turísticos que posee dicho destino.

b) Producto turístico

Según la OMT (2019), un producto turístico es una mezcla de elementos tanto materiales como inmateriales, así como los recursos naturales, culturales y humanos, al igual que las atracciones turísticas, las instalaciones, los servicios y las actividades que rodean en torno a un elemento específico que les importa o es de su interés, la esencia de los destinos donde se encuentra el producto turístico incorpora un plan de marketing y crea una experiencia de viaje, con elementos emocionales para los potenciales clientes.

c) Atractivo turístico

Calderón (2009), define el concepto de atractivo turístico como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que tienen la capacidad de convertirse en un producto turístico con capacidad de influir en el proceso de toma de decisiones de los turistas, haciendo su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual a un área en particular. Por lo tanto, más tarde se convertirá en un destino turístico.

d) Servicio turístico

Según Expósito (2009), menciona que cuando hablamos de servicios turísticos, nos referimos a los bienes y servicios que brindan las empresas en el mercado turístico para satisfacer las necesidades de los turistas y crear experiencias durante el transcurso de un viaje, aprovechamiento los servicios como (empresas de operación e intermediación, transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, etc.).

e) Actividad turística

Martínez & Blanco (2013), refutan que ha quedado demostrado que la actividad turística ha hecho una contribución positiva en muchas áreas hacia la sostenibilidad y conservación del medio ambiente, ya que de vez en cuando la motivación principal de los viajes y de

ciertas actividades suele ser la recreación en diferentes entornos o la contemplación de diferentes especies de animales y plantas.

f) Consumidores

Según Moreno et al. (2017), argumentan que los consumidores compran productos y servicios a través de un mayor proceso de búsqueda de información y selección, el cual tiene mucho que ver con las preferencias de consumo con respecto a qué, dónde y cuánto comprar.

g) Productos

Para Thompson (2005), menciona que el producto es el punto focal de la oferta que cada empresa u organización hace, ya sea con o sin fines de lucro a su mercado objetivo para de esa forma satisfacer sus necesidades y deseos, con el fin de lograr sus objetivos planteados.

h) Procesos de selección

Según Flores (2016), hablando sobre los procesos de selección del personal define que son acciones y procesos planteados de acuerdo con el descubrimiento para revelar y medir las características individuales de cada candidato, con el objetivo de seleccionar a la persona más idónea para desempeñar las tareas establecidas en una empresa u organización.

i) Preferencias de consumo

Camarena & Sandoval (2016), definen que las preferencias de consumo es uno de los elementos importantes en la construcción de una identidad, es por esta razón que, por ejemplo, hablando de la identidad culinaria, ponen a prueba ciertos productos de reconocimiento a nuevas exigencias, con el fin de medir los gustos y preferencias de quienes se interesan en los productos con los que se sienten identificados.

j) Imagen turística

Según Aguilar & Sánchez (2016), argumentan que la imagen se concibe como la percepción que tiene el turista de los atributos y las características de un destino turístico. Cabe señalar que elegir un destino turístico como seguro o inseguro genera a su vez confianza o desconfianza según el nivel de familiaridad que tiene el turista a través de la promoción del destino turístico, mediante los medios de comunicación y la tecnología aun cuando el turista no ha visitado el destino.

k) Percepción del turista

Sánchez-Reyes & Barraza-Barraza (2015), mencionan que la percepción es el proceso cognitivo primario en el que las personas capturan información del entorno y le permiten al individuo, en este caso al turista formar representaciones de la realidad en la que se encuentran.

l) Destino turístico

Según la OMT (2019), define que un destino turístico es un espacio físico en el que los turistas pueden pernoctar, es un conjunto (en un solo lugar) de productos, servicios, actividades y experiencias en la cadena de valor del turismo, es también una unidad básica

de análisis de la industria turística. Un destino turístico integra diferentes actores y puede expandir una red de elementos para formar destinos más grandes. A su vez tiene una imagen e identidad que pueden afectar su capacidad para competir en el mercado turístico.

m) Medios de comunicación

Según Terrones (2018), argumenta que los medios de comunicación desempeñan un papel importante en la sociedad y, en ocasiones, pueden ser un arma de doble filo, debido a que la información proporcionada puede ser creada a partir de intereses poco éticos. Pese a esto, los medios de comunicación pueden también ser un espacio para el surgimiento de resistencias a los poderes o comportamientos poco éticos. Es importante que los ciudadanos presten atención a la información que reciben y la traten con una actitud crítica.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

3.1.1. Investigación Documental

Según Cabezas et al. (2018), definen que la investigación documental es aquella en la que se extrae información para generar conocimientos de las teorías ya existentes sobre el objeto de estudio y de esa forma se permita sustentarla. La presente investigación es de tipo documental debido a que se recopiló información a través de diferentes documentos como: libros, artículos, tesis, revistas y otros relacionados al tema de estudio sobre turismo rural y promoción turística.

3.1.2. Investigación de Campo

Para Arias (2012), define que es aquella investigación en la que el investigador recopila datos de fuentes primarias en el lugar donde acontecen los hechos, sin manipular o controlar las variables. Para la investigación se realizó visitas in situ al cantón Guano provincia de Chimborazo, con la finalidad de recolectar datos y a través de las encuestas a los prestadores de servicios de turismo rural, como también a los turistas y visitantes del cantón, se obtuvo información para el desarrollo del proyecto de investigación.

3.1.3. Investigación Descriptiva

Según Bernal (2010), argumenta que una de las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad que tiene para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio, así como también la descripción detallada de sus partes, categorías o clases de ese objeto. La presente investigación es de carácter descriptivo debido a que a través de ella se describe la realidad de las variables de estudio, donde se recolectó y analizó conceptos y/o definiciones que se encuentran en el marco teórico de la investigación y que ayudaron para establecer una propuesta de investigación que solucione el problema detectado.

3.1.4. Investigación Correlacional

Para Hernández et al. (2014), este tipo de estudio tiene como finalidad conocer y comprender la relación o el grado en que se asocian dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o entorno específico. La investigación es correlacional debido a que se analizó la influencia existente entre la variable dependiente (promoción turística) y la variable independiente (turismo rural), lo que permitió conocer la realidad del territorio en estudio.

3.2. Diseño de investigación

3.2.1. No experimental

Según Cabezas et al. (2018), mencionan que en este tipo de investigación las variables estudiadas no se manipulan en forma intencionada, la finalidad de esta investigación es observar los fenómenos tal como se comportan en su contexto natural, para luego analizarla.

La presente investigación es no experimental debido a que no se manipuló las variables de estudio y se trabajó en la observación para su respectivo análisis.

3.2.2. Transversal

Según Hernández et al. (2014), argumentan que la investigación transversal tiene como propósito describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Para la presente investigación este diseño nos ayudó con la información que se recolectó en un solo momento de la investigación, recabando información de las variables como son turismo rural y promoción turística, con el fin de describirlas y analizarlas.

3.3 Enfoque de la investigación

3.1 Enfoque mixto

Para Ramírez, Hernández et al. (2018), mencionan que el enfoque mixto es la combinación de metodologías tanto de carácter cuantitativo como cualitativo con la finalidad de estudiar el mismo fenómeno de distintas formas. La investigación tiene un enfoque mixto debido a que es cualitativo porque se extrajeron datos bajo la percepción y apreciación de los prestadores de servicios turísticos y los turistas que visitan el cantón Guano y es cuantitativo porque mediante el cuestionario de preguntas se analizaran los resultados obtenidos mediante datos numéricos y posteriormente realizar el análisis estadístico para la comprobación de las hipótesis planteadas.

3.4. Unidad de análisis

- I. Variable Independiente** (Turismo rural). La unidad de análisis de la variable independiente son los prestadores de servicios turísticos relacionados al turismo rural del cantón Guano, mismos que son los portadores de información sobre este tipo de turismo.

Dimensiones

- Actividad turística
- Patrimonio cultural
- Aprendizaje vivencial

- II. Variable Dependiente** (Promoción turística). La unidad de análisis para la siguiente variable son los turistas y visitantes del cantón Guano, mismos que son los encargados de contribuir al turismo y el desarrollo local del cantón.

Dimensiones

- Producto turístico
- Consumidores
- Imagen turística

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para los instrumentos de investigación se aplicó la encuesta por medio de un cuestionario que estuvo estructurado por preguntas bajo la escala de Likert, tanto para la variable independiente como para la variable dependiente, el cual se aplicó a los prestadores de servicios turísticos relacionados al turismo rural y turistas que visitan el cantón Guano.

3.5.1. Técnicas

Orellana & Sánchez (2006), mencionan que las técnicas de recolección constituyen un aspecto importante dentro del trabajo de campo, debido a que los datos obtenidos dependen de la construcción, comprensión o interpretación de la situación en estudio. La técnica que se aplicó fue la encuesta tanto para la variable dependiente como para la variable independiente, lo cual sirvió para la recolección de datos a fin de cumplir con los objetivos planteados.

3.5.2. Instrumentos

Para Arias (2012), define que un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo, ya sea de formato de papel o de formato digital, el cual se utiliza para obtener, registrar o almacenar información sobre un estudio. Para la recolección de datos de la investigación se utilizó como instrumento el cuestionario de preguntas para las dos variables de estudio, los cuales fueron diseñados mediante la matriz de operacionalización. El instrumento corresponde a preguntas bajo la escala de Likert de importancia, la variable independiente consta de 20 preguntas con escala de (sin importancia, poco importante, medianamente importante, importante y muy importante) y la variable dependiente consta de 20 preguntas bajo la misma escala, más 4 preguntas complementarias.

3.6. Población de estudio

3.6.1. Población variable independiente: Turismo Rural

La población de estudio para la variable independiente tomó en consideración a los prestadores de los servicios turísticos de las zonas rurales del cantón Guano, los cuales son los portadores de información sobre el turismo rural del cantón.

a. Selección de la muestra

Para este estudio la selección de la muestra se estableció mediante un censo, el cual fue muy útil para el estudio de la población debido al límite de personas que la conforman, los establecimientos que fueron seleccionados están determinados en base a sus prestaciones y características tomando en cuenta que su relación tiene que ver únicamente con la prestación de servicios turísticos vinculados al turismo rural, tomando de ella una muestra representativa detalla de la siguiente manera:

Cuadro 1

Muestra Variable Independiente.

Prestadores de Servicios Turísticos del Turismo rural del cantón Guano					
N°	Nombre	Actividad	Clasificación	Categoría	Representante
1	Las tres Piedras	Alojamiento	Hostería	3 estrellas	Elizabeth Panata
2	San Andrés	Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Luz Paucar
3	Rancho San Andrés	Alojamiento	Campamento turístico	Única	Paulina Cevallos
4	Q'Inti	Alojamiento	Casa de huéspedes	Única	Yolanda Guamán
5	Hostería la Andaluza	Alojamiento	Hostería	3 estrellas	Cathy Gallegos
6	Brothers Café	Alimentos y bebidas	Cafetería	(1) Una taza	Nanda Valencia
7	Marquez de Guano	Alojamiento	Hotel	1 estrella	Patricia Males

Fuente: Consolidado nacional web 2023

Elaboración: Barragán, J. (2023)

3.6.2. Población variable dependiente: Promoción Turística

La población de estudio para la variable dependiente estuvo conformada por 47.995 turistas y visitantes registrados durante el periodo 2022-2023, información que fue otorgada por la Dirección de turismo del GADM-CG, mismos que son los encargados de contribuir al turismo y al desarrollo local del cantón.

b. Selección de la muestra

Al conocer nuestra población de estudio, se identificará la muestra y para ello se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N = universo de estudio = 47.995

P= probabilidad de ocurrencia de un evento = 0,80

Q= probabilidad de no ocurrencia de un evento = 0,20

e= margen de error = 0,05%

Z= margen de confiabilidad = 1,96%

n= muestra

Aplicando la fórmula obtuvimos el siguiente resultado:

$$\frac{1,96^2 * 0,80 * 0,20 * 47.995}{47.995 * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,80 * 0,20}$$

$$n = 245$$

3.7. Variable Independiente - Dependiente

3.7.1. Matriz de Operacionalización

Cuadro 2

Matriz de Operacionalización.

VARIABLES	CONCEPTOS	DIMENSIONES	DEFINICIONES	INDICADORES	MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTO
Variable Independiente Turismo rural	El turismo rural es un tipo de actividad turística en que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. (OMT, 2019, p. 35)	Actividad turística	“La actividad turística se expresa en una compleja red de interacciones entre personas motivadas por necesidades diferentes, que emprenden, para su satisfacción, un comportamiento que implica una multiplicidad de vínculos y relaciones con otras, también impulsadas de sus propios intereses” (González, 2018, p. 114).	Motivación Satisfacción del cliente Vínculos y relaciones	Investigación: Documental Descriptiva Correlacional y de Campo Diseño: No experimental Transversal Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
	“El turismo rural tiene entre sus bondades el rescate del patrimonio cultural de la localidad, la revaloración de las tradiciones locales y la vida cotidiana” (Maldonado - Alcudia & Maldonado - Alcudia, 2019, p. 47). El turismo rural es concebido como una alternativa a las problemáticas presentes en la mayoría de las áreas campesinas.	Patrimonio cultural	“El patrimonio cultural es el modo en el que algo pasado la tradición, el sentido histórico, prácticas conservacionistas anteriores sobrevive, se desarrolla, se transforma o se consolida en el presente” (Muriel, 2016, p. 187).	Tradición Sentido histórico Prácticas de conservación	

3.7.2. Matriz de Consistencia

Cuadro 3

Matriz de Consistencia.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable Independiente	Variable Independiente
¿Cómo influye el turismo rural en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo?	Analizar la influencia del turismo rural en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.	Existe influencia significativa entre el turismo rural y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.	Turismo rural	Actividad turística Patrimonio cultural Aprendizaje vivencial
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Variable Dependiente	Variable Dependiente
- ¿Cómo influye la actividad turística en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo? - ¿Cómo influye el patrimonio cultural en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo? - ¿Cómo influye el aprendizaje vivencial en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo?	- Analizar la influencia de la actividad turística en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo. - Analizar la influencia del patrimonio cultural en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo. - Analizar la influencia del aprendizaje vivencial en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.	- Existe influencia significativa entre la actividad turística y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo. - Existe influencia significativa entre el patrimonio cultural y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo. - Existe influencia significativa entre el aprendizaje vivencial y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.	Promoción turística	Productos turísticos Consumidores Imagen turística

Elaboración: Barragán, J. (2023)

3.8. Validez de los instrumentos

Los instrumentos de evaluación con base en la investigación estuvieron bajo el consentimiento y aprobación del tutor, para continuar el proceso de validación de expertos se implicaron a otros docentes de la Universidad Nacional de Chimborazo, considerando sus conocimientos y amplia experiencia sobre el tema e investigaciones científicas desarrolladas en el ámbito turístico, por los cuales fueron revisados y posteriormente aprobados para su aplicación.

A continuación, se presenta la validez de los instrumentos de investigación por los 4 expertos docentes de la carrera, que por sus conocimientos en esta rama académica fueron elegidos para ejecutar la evaluación.

Cuadro 4

Validez de los instrumentos.

Nombre	Cargo
Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez	Docente de la carrera de Gestión turística y hotelera/Turismo
Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD	Docente de la carrera de Gestión turística y hotelera/Turismo
Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga	Docente de la carrera de Gestión turística y hotelera/Turismo
Mgs. Fanny Marylin Lascano Vera	Docente de la carrera de Gestión turística y hotelera/Turismo

Elaboración: Barragán, J. (2023)

3.9. Confiabilidad de los instrumentos

Según Hernández et al. (2014) menciona que, la confiabilidad es el grado en que un instrumento de medición produce resultados consistentes y coherentes, por lo que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto de estudio produce resultados iguales. Además, la confiabilidad varía de acuerdo con el número de indicadores específicos o ítems que incluya el instrumento de medición, es decir, cuantos más ítems haya, mayor confiable será.

Los instrumentos de evaluación aplicados se diseñaron bajo la escala de Likert de importancia, el mismo que permitió tener una opinión más clara de las unidades de análisis encuestadas, al igual que nos facilitó el procesamiento, la tabulación de datos y el análisis de los ítems de los resultados obtenidos. Es así como, para la confiabilidad de los instrumentos se trabajó con el programa SPSS y la aplicación de Alfa de Cronbach. Para la aceptación de nuestros instrumentos de investigación el valor debe ser mayor o igual a 0,70.

Coeficiente alfa > 9	Es excelente
Coeficiente alfa > 8	Es bueno
Coeficiente alfa > 7	Es aceptable
Coeficiente alfa > 6	Es cuestionable

Coeficiente alfa > 5 Es pobre

Coeficiente alfa < 5 Es inaceptable

3.9.1. Confiabilidad de la variable independiente (Turismo rural)

Mediante el análisis de fiabilidad del instrumento correspondiente a la variable independiente que se aplicó a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se obtuvo la siguiente información:

Tabla 1

Alfa de Cronbach - Turismo rural.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,818	20

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2023)

Se concluye que la fiabilidad de nuestro instrumento obtuvo un valor de Alfa de Cronbach de 0,818, lo cual cumple con la aceptación y confiabilidad del instrumento, con una calificación muy aceptable.

3.9.2. Confiabilidad de la variable dependiente (Promoción turística)

Mediante el análisis de fiabilidad del instrumento correspondiente a la variable dependiente que fue aplicado a los turistas que visitan el cantón Guano, cuenta con la siguiente información:

Tabla 2

Alfa de Cronbach - Promoción turística.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,853	24

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2023)

Se concluye que la fiabilidad de nuestro instrumento obtuvo un valor de Alfa de Cronbach de 0,845, lo cual cumple con la aceptación y confiabilidad del instrumento, con una calificación muy aceptable.

3.10. Método de análisis y procesamiento de datos

Para llevar a cabo el procesamiento de datos primero se diseñó una base de datos con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las unidades de análisis seleccionadas para el estudio y posteriormente se utilizó el programa Software IBM SPSS Statistics versión 27

para su procesamiento. Los resultados obtenidos se presentan de forma ordenada en tablas y gráficos, donde finalmente se visualizan los análisis de los datos obtenidos.

CAPÍTULO IV. RESULTADO Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis y discusión de resultados

La recopilación de los datos recolectados llevado a cabo a través de las encuestas aplicadas tanto a los prestadores de servicios turísticos que ofertan el turismo rural, como a los turistas y visitantes que acuden al cantón Guano, provincia de Chimborazo, se registró por medio del sistema IBM SPSS Statistics, para lo cual, las encuestas aplicadas estuvieron estructuradas en diferentes secciones que incluye información general, información específica y para la variable dependiente se incluyó información complementaria. Las preguntas realizadas estuvieron bajo el diseño de escala Likert de importancia, con el fin de conocer la percepción de las personas con respecto al turismo rural y la promoción turística de Guano, por lo que los encuestados valoraron los indicadores bajo la siguiente escala:

5= Muy importante

4= Importante

3= Medianamente importante

2= Poco importante

1= Sin importancia

4.1.1. Análisis y discusión de resultados de la variable independiente: Turismo rural

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de manera sintetizada correspondiente a la variable independiente “turismo rural”, el cual se obtuvo mediante la aplicación de encuestas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, la información recopilada fue la siguiente:

Cuadro 5

Resumen análisis de resultados - Variable Independiente.

Variable independiente: Turismo rural		
Nº	Ítems	Interpretación
Información General		
a)	Sexo	Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 71,43% corresponde al sexo femenino y el 28,57% al sexo masculino. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas son de sexo femenino.
b)	Edad	Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 14,19% tienen una edad de 18 a 27 años, seguido del 28,57% que tienen una edad de 28 a 37 años, mientras que el 42,86% tienen una edad de 38 a 47 años y el 14,19% tienen una edad de 48 años en adelante.

		A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas rondan una edad de 38 a 47 años.
c)	Nivel de instrucción	Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 57,14% de las personas tienen un nivel de estudio primaria, seguido del 28,57% que han alcanzado un nivel de estudio secundaria y el 14,29% tienen un nivel de estudio universitario. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas tienen un nivel de estudio primaria.

Información Específica

Actividad turística

1	¿Considera importante la actividad turística que se desarrolla en el cantón Guano?	De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 57,14% de las personas califican la actividad turística de Guano como muy importante y el 42,86% lo califican como importante. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la actividad turística que se desarrolla en el cantón Guano es muy importante.
2	¿Considera que la motivación del turista es un factor importante para realizar turismo rural?	De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 28,57% de las personas califican la motivación del turista como muy importante, el 57,14% como importante y el 14,29% como medianamente importante. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la motivación del turista es un factor importante para realizar turismo rural.
3	¿Considera importante crear algún tipo de promoción turística que promueva la motivación del turista para conocer el patrimonio cultural del cantón Guano?	De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 57,14% de las personas califican como muy importante el aprovechar la promoción turística para generar motivación en el turista y el 42,86% lo calificaron como importante. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que es muy importante crear algún tipo de promoción turística para promover la motivación del turista y de esa forma dar a conocer el patrimonio cultural del cantón.
4	¿Considera importante la satisfacción del cliente obtenido por los servicios turísticos consumidos?	De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 57,14% de las personas califican la satisfacción del cliente como muy importante, el 28,57% como importante y el 14,29% lo califican como medianamente importante. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la satisfacción del cliente obtenido

		por los servicios turísticos consumidos es un factor muy importante.
5	¿Considera importante realizar una evaluación de satisfacción al cliente a través de una encuesta a los turistas?	De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 28,57% de las personas califican como muy importante el realizar una evaluación de satisfacción al cliente, el 42,86% como importante, el 14,29% como poco importante y otro 14,29% lo califican como sin importancia. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que es importante aplicar una encuesta a los turistas con el fin de evaluar la satisfacción del cliente.
6	¿Considera importante crear actividades turísticas que permitan una vinculación y relación con el sector rural del cantón?	De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 14,29% de las personas califican como muy importante crear actividades turísticas, el 42,86% lo califican como importante, el 28,57% como medianamente importante y el 14,29% como sin importancia. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que es importante crear actividades turísticas los cuales contribuyan a tener una vinculación y relación con el sector rural del cantón.
7	¿Considera importante el fomentar vínculos y relaciones a través del turismo rural?	De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 57,14% de las personas califican el fomentar vínculos y relaciones como muy importante y el 42,86% lo califican como importante. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que fomentar vínculos y relaciones a través del turismo rural es muy importante.
Patrimonio cultural		
8	¿Considera importante que los turistas conozcan el patrimonio cultural del cantón Guano?	Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 42,86% de las personas califican como muy importante que los turistas conozcan el patrimonio cultural, otro 42,86% lo califican como importante y el 14,29% como medianamente importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran importante que los turistas conozcan el patrimonio cultural latente del cantón Guano.
9	¿Considera importante compartir las tradiciones presentes en las comunidades rurales del cantón Guano?	Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 57,14% de las personas califican como muy importante compartir las tradiciones, el 28,57% como importante y el 14,29% lo califica como medianamente importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que compartir las tradiciones presentes en las comunidades rurales del cantón

		Guano es muy importante, debido a que en ellas se encuentra la mayor parte del conocimiento ancestral e identidad cultural.
10	¿Considera importante que se promuevan eventos sociales sobre las costumbres y tradiciones del cantón Guano?	<p>Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 57,14% de las personas califican como muy importante promover eventos sociales y el 42,86% lo califican como importante.</p> <p>Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran muy importante promover eventos sociales sobre las costumbres y tradiciones del cantón Guano, debido a que ellas son el vivo testimonio del pasado y presente del cantón.</p>
11	¿Considera importante desarrollar una revitalización cultural del sentido histórico del cantón Guano?	<p>Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 14,29% de las personas califican el sentido histórico como muy importante, el 42,86% como importante, el 28,57% lo califican como medianamente importante y el 14,29% como poco importante.</p> <p>Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran importante desarrollar una revitalización cultural del sentido histórico del cantón Guano, esto ayudaría a comprender el modo de vida y convivencia de los antepasados.</p>
12	¿Considera importante empoderar el sentido histórico del cantón revitalizando aspectos culturales como la herencia artesanal, los restos arqueológicos, la gastronomía típica o el personaje “el último hielero”?	<p>Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 42,86% de las personas califican como muy importante la revitalización de los aspectos culturales, el 28,57% lo califican como importante y otro 28,57% como medianamente importante.</p> <p>Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran muy importante el empoderamiento del sentido histórico del cantón Guano, en el cual se revitalice los aspectos culturales que resaltan al cantón, tales como la herencia artesanal, los restos arqueológicos, su gastronomía o como también el personaje conocido como el último hielero.</p>
13	¿Considera importante que se apliquen prácticas de conservación y preservación del patrimonio cultural material e inmaterial del sector rural del cantón Guano?	<p>Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 28,57% de las personas califican las prácticas de conservación como muy importante, mientras que el 42,86% como importante, el 14,29% lo califican como medianamente importante y otro 14,29% como poco importante.</p> <p>Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran importante aplicar prácticas de conservación y preservación para el patrimonio cultural tanto material como inmaterial del sector rural del cantón Guano.</p>
Aprendizaje vivencial		
14	¿Considera importante que haya un aprendizaje vivencial en la	Mediante los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 57,14% califican el aprendizaje vivencial como

	experiencia de visita del turista?	<p>muy importante, el 28,57% como importante y el 14,29% lo califican como medianamente importante.</p> <p>Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran muy importante la existencia de un aprendizaje vivencial en la experiencia de visita del turista, con el fin de que el visitante pueda conocer y palpar de manera más cercana las prácticas, tradiciones, costumbres y demás actividades que se desarrollan en el cantón.</p>
15	¿Considera importante que el turista viva experiencias de la cotidianidad de los habitantes del sector rural?	<p>Mediante las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 42,86% considera muy importante que el turista viva experiencias de la cotidianidad de los habitantes, el 28,57% como importante, el 14,29% lo califica como medianamente importante y otro 14,29% como poco importante.</p> <p>Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran muy importante que el turista viva nuevas experiencias a través de la cotidianidad de los habitantes del sector rural, permitiendo que el visitante adquiera conocimiento de las actividades cotidianas que se realizan durante su estadía.</p>
16	¿Considera importante incorporar los conocimientos patrimoniales relacionados a los pueblos mágicos en las experiencias turísticas ofertadas?	<p>Mediante las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 14,29% califican la incorporación de conocimientos patrimoniales como muy importante, el 28,57% como importante, el 42,86% lo califican como medianamente importante y el 14,29% como poco importante.</p> <p>Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran que es medianamente importante incorporar los conocimientos patrimoniales con relación a los pueblos mágicos en la experiencia turística que oferta Guano.</p>
17	¿Considera que la participación comunitaria es importante para la prestación de los servicios turísticos?	<p>Mediante las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 14,29% califican la participación comunitaria como muy importante, el 14,29% como importante, mientras que el 42,86% como medianamente importante, el 14,29% lo califican como poco importante y otro 14,29% como sin importancia.</p> <p>Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran que la participación comunitaria es medianamente importante para la prestación de los servicios turísticos.</p>
18	¿Considera importante la participación comunitaria para promover la generación de conocimiento acerca de las habilidades y técnicas ancestrales para mantener y transmitir a las generaciones futuras?	<p>Mediante las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 57,14% califican como muy importante la generación de conocimiento sobre las habilidades y técnicas artesanales, mientras que el 28,57% como importante y el 14,29% lo califican como medianamente importante.</p> <p>Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran que la participación comunitaria es muy importante cuando de promover y generar conocimiento acerca de las</p>

		habilidades y técnicas artesanales se trata, lo cual ayuda a mantener y transmitir a las generaciones futuras.
19	¿Considera importante que la comunidad adquiera y comparta aprendizaje vivencial a través del turismo rural?	Mediante las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 42,86% califican el adquirir y compartir aprendizajes vivenciales como muy importante, el 28,57% lo califican como importante, mientras que el 14,29% como medianamente importante y otro 14,29% como poco importante. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran muy importante la participación de la comunidad, con el fin de adquirir y compartir aprendizajes vivenciales a través del turismo rural hacia los visitantes.
20	¿Considera importante que la comunidad se involucre en proyectos de turismo rural?	Mediante las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 42,86% califican como importante la participación de la comunidad en proyectos de turismo rural, mientras que el 28,57% como medianamente importante, el 14,29% como poco importante y otro 14,29% lo califican como sin importancia. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran importante que la comunidad se involucre en proyectos de turismo rural, con el fin de rescatar el legado e identidad cultural de las comunidades presentes en el cantón.

Fuente: Encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, (2023)

Elaboración: Barragán, J. (2023)

4.1.2. Análisis y discusión de resultados de la variable dependiente: Promoción turística

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de manera sintetizada correspondiente a la variable dependiente “promoción turística”, el cual se obtuvo mediante la aplicación de encuestas a los visitantes del cantón Guano, la información recopilada fue la siguiente:

Cuadro 6

Resumen análisis de resultados - Variable dependiente.

Variable dependiente: Promoción turística		
N°	Ítems	Interpretación
Información General		
a)	Sexo	Mediante las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 58,78% corresponde al sexo masculino y el 41,22% al sexo femenino. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas son de sexo masculino.
b)	Edad	Mediante las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 21,76% tienen una edad de 18 a 27 años, seguido del 52,65% que tienen una edad de 28 a 37

		<p>años, mientras que el 16,73% tienen una edad de 38 a 47 años y el 2,86% tienen una edad de 48 años en adelante.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas rondan una edad de 28 a 37 años.</p>
c)	Nivel de instrucción	<p>Mediante las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 54,29% de las personas tienen un nivel de estudio primaria, seguido del 35,51% que han alcanzado un nivel de estudio secundaria, mientras que el 9,39% tienen un nivel de estudio universitario y el 0,82% de postgrado.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas tienen un nivel de estudio primaria.</p>
d)	Indique su procedencia	<p>Mediante las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 91,02% son visitantes nacionales provenientes de provincias como Chimborazo, Tungurahua, Pichincha, Loja, Azuay, Guayas e Imbabura y el 8,98% son visitantes internacionales provenientes de países como Venezuela, Colombia, Perú y España.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas son visitantes nacionales de diferentes provincias de nuestro Ecuador, mayormente de Chimborazo, esto debido a la cercanía de la provincia con el cantón Guano.</p>

Información Específica		
Producto turístico		
1	<p>¿Considera un factor importante la calidad del producto turístico ofertado en el cantón Guano?</p>	<p>De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 62,86% califican la calidad del producto turístico como muy importante, el 29,39% como importante, mientras que el 2,86% como medianamente importante, el 4,08% lo califican como poco importante y el 0,82% como sin importancia.</p> <p>Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la calidad del producto turístico ofertado en el cantón Guano es un factor muy importante y de ello dependerá el consumo del visitante.</p>
2	<p>¿Considera importante la difusión de los actuales atractivos turísticos del cantón Guano?</p>	<p>De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 68,98% califican la difusión de los atractivos turísticos como muy importante, el 20,82% como importante, mientras que el 2,86% lo califican como medianamente importante y el 7,35% como sin importancia.</p> <p>Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la difusión de los actuales atractivos turísticos del cantón es muy importante, debido a la gran riqueza cultural que estos proyectan.</p>

3	<p>¿Considera importante el mantenimiento y conservación de los actuales atractivos turísticos del cantón?</p>	<p>De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 81,22% califican como muy importante el mantener y conservar los atractivos turísticos, el 17,14% lo califican como importante y el 1,63% como medianamente importante.</p> <p>Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran muy importante el mantenimiento y la conservación de los actuales atractivos turísticos del cantón Guano, con el fin de no perder el valor cultural de los mismos.</p>
4	<p>¿Considera importante la difusión de los servicios turísticos presentes en el cantón Guano?</p>	<p>De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 54,29% califican la difusión de los servicios turísticos como muy importante, el 25,31% como importante, mientras que el 6,94% como medianamente importante, el 8,57% como poco importante y el 4,90% lo califican como sin importancia.</p> <p>Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran la difusión de los servicios turísticos presentes en el cantón Guano como muy importante.</p>
5	<p>¿Considera importante mejorar la atención al cliente de los prestadores de servicios turísticos del cantón?</p>	<p>De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 26,53% califican como muy importante mejorar la atención al cliente, el 36,73% como importante, mientras que el 29,39% lo califican como medianamente importante, el 6,12% como poco importante y el 1,22% como sin importancia.</p> <p>Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran importante mejorar la atención al cliente con respecto a los prestadores de los servicios turísticos del cantón.</p>
6	<p>¿Considera importante la difusión de las actividades turísticas que se realizan en el cantón Guano?</p>	<p>De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 44,90% califican como muy importante la difusión de las actividades turísticas, mientras que el 39,59% lo califican como importante y el 15,51% como medianamente importante.</p> <p>Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la difusión de las actividades turísticas que se realizan en Guano es muy importante para que el visitante conozca y se interese en visitar el cantón.</p>
7	<p>¿Considera importante que se deba implementar actividades turísticas como camping, cicloturismo, escalada, senderismo, entre otras?</p>	<p>De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 37,14% califican como muy importante el implementar actividades turísticas, mientras que el 45,71% lo califican como importante, el 8,98% como medianamente importante, el 6,94% como poco importante y el 1,22% como sin importancia.</p> <p>Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran importante que se deba implementar actividades turísticas que llamen la atención del visitante, como</p>

		camping, cicloturismo, escalada, senderismo, entre otras actividades.
Consumidores		
8	¿Considera importante generar información a partir del gusto y preferencia del consumidor-turista?	<p>Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 28,98% de los visitantes califican como muy importante el generar información a través del consumidor, el 26,53% como importante, mientras que el 33,47% como medianamente importante, el 8,98% lo califican como poco importante y el 2,04% como sin importancia.</p> <p>Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran medianamente importante generar información a partir de los gustos y preferencias del consumo-turista.</p>
9	¿Considera que la compra y consumo de los productos locales comercializados en el cantón Guano son importantes para el desarrollo de la actividad turística rural?	<p>Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 78,37% de los visitantes califican la comercialización para el desarrollo de la actividad turística rural como muy importante, mientras que el 18,78% como importante y el 2,86% lo califican como medianamente importante.</p> <p>Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la compra y consumo de los productos locales comercializados en el cantón Guano son muy importantes para el desarrollo de la actividad turística rural.</p>
10	¿Considera importante que los productos de uso y consumo ofrecidos en el cantón mantengan presente esa identidad cultural que los caracteriza?	<p>Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 77,55% de los visitantes califican como muy importante que los productos mantengan su identidad cultural, el 21,63% lo califica como importante y el 0,82% como medianamente importante.</p> <p>Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que los productos de uso y consumo que se ofrecen en el cantón Guano deben preservar esa identidad cultural que los caracteriza.</p>
11	¿Considera importante que se identifiquen los procesos de selección que usted utiliza para escoger destinos turísticos?	<p>Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 15,92% de los visitantes califican que los procesos de selección son muy importantes, mientras que el 20,41% como importante, el 42,86% lo califican como medianamente importante, el 13,47% como poco importante y el 7,35% como sin importancia.</p> <p>Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran medianamente importante identificar cuáles son los procesos de selección que los turistas utilizan para escoger destinos turísticos.</p>
12	¿Considera importante optimizar la recolección de información sobre las preferencias de consumo	<p>Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 77,55% de los visitantes califican que optimizar la información de las preferencias de consumo es muy</p>

	de los diferentes productos que ofrece el cantón Guano?	importante, mientras que el 20,82% lo califican como importante y el 1,63% como medianamente importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la optimización de la recolección de información acerca de las preferencias de consumo de los diferentes productos que ofrece el cantón Guano es muy importante.
13	¿Considera importante el tomar en cuenta sus gustos y preferencias de consumo (color, diseño y textura) para generar nuevos productos?	Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 78,78% de los visitantes califican que saber los gustos y preferencias de consumo es muy importante, mientras que el 19,59% lo califican como importante y el 1,63% como medianamente importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran muy importante tomar en cuenta los gustos y preferencias que ellos consumen tales como el color, el diseño y la textura, con el fin de generar nuevos productos para los visitantes.
Imagen turística		
14	¿Considera importante mejorar la imagen turística que proyecta el cantón Guano hacia el visitante?	Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 74,69% consideran muy importante mejorar la imagen turística de Guano, mientras que el 23,67% lo califica como importante y el 1,63% como medianamente importante. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran muy importante mejorar la imagen turística que proyecta el cantón Guano hacia los visitantes, hacerlo más atractiva atraería a más turistas.
15	¿Considera importante mejorar la percepción que tiene el turista sobre el turismo rural que se realiza en el cantón Guano?	Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 77,96% considera muy importante mejorar la percepción que tiene el turista, mientras que el 21,22% lo califican como importante y el 0,82% como medianamente importante. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran muy importante el mejorar la percepción que tiene el turista acerca del turismo rural que se desarrolla en el cantón.
16	¿Considera importante mejorar la percepción que tiene el turista sobre la promoción turística que se realiza en el cantón Guano?	Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 16,33% considera muy importante mejorar la percepción del turista sobre la promoción turística, el 17,55% lo califica como importante, mientras que el 49,39% como medianamente importante, el 11,84% como poco importante y el 4,90% como sin importancia. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran medianamente importante mejorar la percepción que tiene el visitante sobre la promoción turística que se lleva a cabo en Guano.
17	¿Considera importante que el cantón Guano se	Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 22,86% considera muy importante que

	<p>proyecte como un destino turístico seguro?</p>	<p>Guano se proyecte como un destino seguro, mientras que el 52,24% como importante, el 21,63% lo califica como medianamente importante, el 2,86% como poco importante y el 0,41% como sin importancia.</p> <p>Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran que la proyección del cantón Guano sea visto como un destino turístico seguro, donde sea importante que el turista visite y se sienta seguro durante su estadía.</p>
18	<p>¿Considera importante que el destino turístico Guano promocioe el turismo rural?</p>	<p>Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 64,90% considera que la promoción del turismo rural es muy importante, mientras que el 29,80% lo califica como importante, el 3,67% como medianamente importante y el 1,63% como poco importante.</p> <p>Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran muy importante que el destino turístico Guano promocioe el turismo rural del cantón, debido a que este tipo de turismo muestra el mayor valor patrimonial cultural e histórico juntamente con el aprendizaje vivencial que posee y transmite cada comunidad.</p>
19	<p>¿Considera importante que la difusión del turismo rural del cantón Guano se realice a través de medios de comunicación tradicionales y digitales?</p>	<p>Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 47,35% considera muy importante la difusión del turismo rural, mientras que el 42,04% como importante, el 8,16% lo califica como medianamente importante y el 2,45% como poco importante.</p> <p>Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran que la difusión del turismo rural del cantón es muy importante y este debe realizarse a través de medios de comunicación tanto tradicionales como digitales.</p>
20	<p>¿Considera importante que las autoridades promocionen constantemente el turismo del cantón a través de los medios de comunicación?</p>	<p>Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 20,41% considera muy importante que se utilice medios de comunicación para la promoción, mientras que el 29,39% como importante, el 33,88% lo califica como medianamente importante, el 13,06% como poco importante y el 3,27% como sin importancia.</p> <p>Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran medianamente importante que las autoridades promocionen de manera constante el turismo del cantón Guano por medios de comunicación.</p>
Información Complementaria		
C.1	<p>¿Cómo percibe usted la imagen turística que proyecta el cantón Guano?</p>	<p>Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 7,35% de los visitantes perciben la imagen turística del cantón Guano como excelente, mientras que el 18,78% como muy bueno, seguido del 44,08% como bueno, el 25,71% lo percibe como regular y el 4,08% como malo.</p> <p>Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas perciben una buena imagen turística del cantón Guano.</p>

C.2	¿Estaría usted dispuesto a recomendar a más personas visitar el cantón Guano?	Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 94,69% de los visitantes recomiendan visitar Guano, mientras que el 5,31% no lo recomiendan. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas estarían dispuestos a recomendar a más personas visitar el cantón Guano.
C.3	¿Percibe usted al cantón Guano como un destino turístico económico?	Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 85,31% de los visitantes perciben a Guano como un destino turístico económico, mientras que el 14,69% no lo perciben de la misma manera. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas perciben al cantón Guano como un destino turístico económico, razón por la cual muchos turistas deciden visitar y disfrutar de su estadía.
C.4	¿Cómo percibe usted la seguridad turística que brinda el cantón Guano a sus turistas?	Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 29,39% de los visitantes perciben la seguridad turística del cantón Guano como excelente, mientras que el 45,71% como muy bueno, seguido del 20,41% que lo percibe como bueno y el 4,49% como regular. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas perciben la seguridad turística que brinda el cantón Guano a sus visitantes como muy buena.

Fuente: Encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, (2023)
Elaboración: Barragán, J. (2023)

4.2. Prueba de hipótesis

4.2.1. Hipótesis General

a. Planteamiento de Hipótesis

H1: Existe influencia significativa entre el turismo rural y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H0: No existe influencia significativa entre el turismo rural y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

b. Nivel de Significancia

$$\alpha = 0,05$$

c. Prueba Estadística Chi – Cuadrado

Para determinar la prueba de hipótesis general se consideró la correlación de Chi - cuadrado de Pearson y la influencia que existe entre las dos variables de estudio.

Tabla 3

Prueba de hipótesis general.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,750 ^a	20	,301
Razón de verosimilitud	18,925	20	,527
Asociación lineal por lineal	1,915	1	,166
N de casos válidos	7		

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

d. Lectura de P_valor

El resultado obtenido de P_valor = 0,301

e. Decisión

El resultado del nivel de significancia asintótica obtenido es de $0,301 > \alpha = 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis alternativa (**H1**) y se acepta la hipótesis nula (**H0**), se puede decir que, no existe influencia significativa entre el turismo rural y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

4.2.2. Hipótesis Específica 1

a. Planteamiento de Hipótesis

H1: Existe influencia significativa entre la actividad turística y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H0: No existe influencia significativa entre la actividad turística y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

b. Nivel de Significancia

$\alpha = 0,05$

c. Prueba Estadística Chi - Cuadrado

Tabla 4

Prueba de hipótesis específica 1.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,500 ^a	20	,221
Razón de verosimilitud	18,925	20	,527

Asociación lineal por lineal	1,387	1	,239
N de casos válidos	7		

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

d. Lectura de P_valor

El resultado obtenido de P_valor = 0,221

e. Decisión

El resultado del nivel de significancia asintótica obtenido es de $0,221 > \alpha = 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis alternativa (**H1**) y se acepta la hipótesis nula (**H0**), se puede decir que, no existe influencia significativa entre la actividad turística y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

4.2.3. Hipótesis Específica 2

a. Planteamiento de Hipótesis

H1: Existe influencia significativa entre el patrimonio cultural y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H0: No existe influencia significativa entre el patrimonio cultural y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

b. Nivel de Significancia

$\alpha = 0,05$

c. Prueba Estadística Chi – Cuadrado

Tabla 5

Prueba de hipótesis específica 2.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,000 ^a	20	,397
Razón de verosimilitud	18,925	20	,527
Asociación lineal por lineal	1,001	1	,317
N de casos válidos	7		

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

d. Lectura de P_valor

El resultado obtenido de P_valor = 0,397

e. Decisión

El resultado del nivel de significancia asintótica obtenido es de $0,397 > \alpha = 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis alternativa (**H1**) y se acepta la hipótesis nula (**H0**), se puede decir que, no existe influencia significativa entre el patrimonio cultural y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

4.2.4. Hipótesis Específica 3

a. Planteamiento de Hipótesis

H1: Existe influencia significativa entre el aprendizaje vivencial y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H0: No existe influencia significativa entre el aprendizaje vivencial y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

b. Nivel de Significancia

$\alpha = 0,05$

c. Prueba Estadística Chi – Cuadrado

Tabla 6

Prueba de hipótesis específica 3.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson ^a	17,500	16	,354
Razón de verosimilitud	16,152	16	,442
Asociación lineal por lineal	2,636	1	,104
N de casos válidos	7		

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

d. Lectura de P_valor

El resultado obtenido de $P_valor = 0,354$

e. Decisión

El resultado del nivel de significancia asintótica obtenido es de $0,354 > \alpha = 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis alternativa (**H1**) y se acepta la hipótesis nula (**H0**), se puede decir que, no existe influencia significativa entre el aprendizaje vivencial y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- En conclusión, se analizó la influencia del turismo rural en la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo y se evidencio que no existe influencia significativa entre variables, debido a que el análisis estadístico utilizado (Chi – cuadrado) arrojó un resultado mayor a 0.05, por lo que hubo una correlación nula, lo que nos da a entender que podrían existir otras formas de dar a conocer el turismo rural, como siendo acompañado de nuevas tendencias y tipos de turismo.
- De acuerdo con los resultados obtenidos con respecto a la influencia entre la actividad turística y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo, sus dimensiones no se encuentran relacionadas, debido a que en el análisis estadístico se comprobó una correlación negativa muy baja, sin embargo, se rescata la existencia de actividades turísticas que se realizan en el cantón y que podrían contribuir a la afluencia de turistas y visitantes a Guano.
- Por otro lado, se menciona que tampoco existe influencia entre la dimensión patrimonio cultural y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo, ya que, de igual forma el análisis no paramétrico aplicado dio resultados erróneos entre la correlación de dicha categoría con la variable dependiente, por lo que se concluye que el patrimonio cultural es un factor importante y valorizado que representa y rescata la identidad cultural latente del cantón Guano.
- Finalmente, los resultados arrojados con el análisis estadístico realizado con respecto a la influencia de la dimensión aprendizaje vivencial y la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo esta fue nula, por lo que no existen una influencia significativa, debido a que la categoría puede entenderse como un adicional en la experiencia de visita del turista a modo que el mismo pueda de alguna manera palpar de cerca como son las prácticas tradicionales y otras actividades desarrolladas en el cantón Guano.

5.2. Recomendaciones

- La presente investigación sirve como fuente de información para futuras investigaciones, por lo que se recomienda indagar más acerca del tema planteado, enfocado desde otras nuevas perspectivas que contribuyan a comprender lo que trata y tiene para ofrecer el turismo rural, de igual manera, buscar nuevas dimensiones que ayuden a fortalecer el conocimiento ancestral que poseen las zonas rurales y su desenvolvimiento cotidiano, esto con el fin de generar una nueva fuente de ingresos adicional para el sector rural del cantón Guano.
- De igual manera, se recomienda a las autoridades pertinentes encargadas de la promoción turística del cantón Guano, ayudar a los prestadores de servicios turísticos que ofertan el limitado turismo rural existente, apoyándoles a difundir a través de los diferentes medios de comunicación el mismo, puesto que es una excelente actividad

turística que podría favorecer la ampliación del mercado y con ello la existencia de más demanda turística.

- Así mismo, se recomienda llevar a cabo un registro turístico de las personas que acuden y pernoctan en los diferentes lugares del cantón como son museos, alojamientos, complejos o atractivos turísticos, entre otros, dado que no se halla constancia de la permanencia de turistas, por lo que serían simplemente visitantes o excursionistas motivados principalmente por los recursos culturales existentes en el cantón Guano, este registro ayudaría a llevar a cabo un mejor control de ingreso y salida tanto de turistas como visitantes.
- Finalmente, se recomienda a la comunidad aprovechar y conservar el patrimonio cultural actual de Guano, valorando la herencia ancestral e histórica presente en cada comunidad rural del cantón, logrando que los turistas y visitantes se interesen en conocer el turismo rural a través de prácticas como el aprendizaje vivencial, con el fin de evitar la pérdida del legado cultural que ha sido transmitido de generación en generación por medio de sus costumbres, tradiciones y demás conocimientos ancestrales de sus antepasados.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1 Título de la propuesta

Diseño de un portal web de turismo rural del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

6.2 Introducción

El cantón Guano perteneciente a la provincia de Chimborazo es un lugar lleno de cultura patrimonial e histórica, donde existe gente humilde y trabajadora que constantemente están empeñados junto a las autoridades en sacar al cantón Guano adelante realizando distintas actividades y emprendimientos con el fin de brindar y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Guano posee dos parroquias urbanas que son La Matriz y El Rosario; y nueve parroquias rurales que son San Andrés, San Isidro, Ilapo, Santa Fe de Galán, Valparaíso, San José de Chazo, Guanando, La Providencia y San Gerardo; parroquias donde existe gran diversidad de cultura y donde se hallan asentamientos de comunidades que poseen conocimientos y sabiduría ancestral que ha sido transmitida de generación en generación.

Como es evidente el cantón Guano posee más parroquias rurales que urbanas donde el turismo rural podría ser el protagonista y el encargado de dar a conocer todo aquello que tienen para ofrecer las comunidades que se encuentran en aquellos asentamientos, debido a que este tipo de turismo se desarrolla en entornos no urbanos, tienen el potencial de incentivar el crecimiento de la economía local, la empleabilidad y la atracción de demanda, lo cual resulta un gran beneficio para sus pobladores.

A través de la investigación realizada se pudo evidenciar que a pesar de que el turismo rural es una actividad turística importante no existe una adecuada promoción de la misma, por lo que turistas y visitantes desconocen de este tipo de turismo que se desarrolla en el cantón Guano, pese a su desconocimiento y en base a los resultados de la investigación a través de la encuesta aplicada se constató que las personas encuestadas están interesadas en conocer las comunidades rurales del cantón Guano con sus formas de vida, su cultura, la gastronomía, sus atractivos naturales, las actividades cotidianas que realizan, sus costumbres, tradiciones, su conocimiento en procesos de agricultura y elaboración de artesanías.

Para lo cual, se planea la presente propuesta cuya prioridad es dar a conocer el turismo rural que se desarrolla en el cantón Guano a través del diseño de un portal web, el cual busca ser un producto de promoción y difusión en el que puedan informarse mediante el contenido que aporta el portal y con ello se promueva el interés y la motivación del turista y/o visitante.

6.3 Objetivos

6.3.1 Objetivo general

- Diseñar un portal web de difusión y promoción del turismo rural del cantón Guano a través de la publicación de información sobre los atractivos, actividades y productos turísticos para el posicionamiento del destino en el turista.

6.3.2 Objetivos específicos

- Describir a los beneficiarios del proyecto cuya finalidad es contribuir a la difusión y promoción del turismo rural del cantón Guano.
- Levantar información acerca de los atractivos, actividades y productos desarrollados desde la ruralidad del cantón Guano.
- Elaborar el portal web de turismo rural del cantón Guano.
- Determinar las redes sociales más utilizadas a nivel nacional e internacional.
- Difundir el turismo rural del cantón Guano a través de las redes sociales más utilizadas.

6.4 Justificación

El diseño de un portal web de turismo rural como propuesta se realiza con el fin de dar una alternativa viable como recurso rápido o sirva como una guía para las personas que visitan el cantón Guano, el cual sea una fuente de información con todo aquello que posee y tiene para ofrecer el turismo rural, puesto que, mediante el estudio realizado y por medio de los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada se pudo evidenciar que el 95% de las personas encuestadas que fueron los turistas consideraron muy importante que el destino turístico Guano promocioe el turismo rural del cantón, debido a que este tipo de turismo ayuda a demostrar el valor patrimonial e histórico de Guano juntamente con el aprendizaje vivencial que transmite cada comunidad desde la ruralidad.

El portal será web puesto que el 89% de los turistas encuestados consideraron muy importante que la difusión de este tipo de turismo debe ser realizado a través de medios de comunicación digital y la web es el sitio apropiado para darlo a conocer, debido a su fácil acceso y la forma rápida de localizar información desde un mismo sitio, para lo cual la información relacionada con el turismo rural de Guano estará en la web promocionándose constantemente.

El portal web es sin duda una excelente alternativa para dar a conocer el turismo rural del cantón Guano, puesto que brinda la posibilidad de crear una interacción rápida y permanente con las personas que lo visitan mediante los comentarios, preguntas y sugerencias. Este tipo de sitios que se ha visto en otros lados tiene la capacidad de generar un impacto significativo en las personas desde optimizar la calidad de búsqueda de sus usuarios a través del SEO, llegar a la información que están buscando de forma rápida y eficaz, brindar datos importantes en un mismo sitio hasta analizar el comportamiento de los usuarios mientras visitan el portal web y clasificar potenciales clientes.

6.5 Desarrollo de la propuesta

A. Beneficiarios

Cuadro 7

Beneficiarios.

Objetivo	Describir a los beneficiarios del proyecto cuya finalidad es contribuir a la difusión y promoción del turismo rural del cantón Guano.
Intervención	<ul style="list-style-type: none"> • Vincular a los turistas y visitantes con el turismo rural presente en el cantón. • Facilitar al turista y visitante la información recopilada con respecto al turismo rural de Guano. • Identificar a todos los beneficiarios del portal web.

Elaboración: Barragán, J. (2024)

B. Información de turismo rural

Cuadro 8

Información de turismo rural.

Objetivo	Levantar información acerca de los atractivos, actividades y productos desarrollados desde la ruralidad del cantón Guano.
Intervención	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar el turismo rural que se desarrolla en el cantón Guano tales como: atractivos rurales, actividades de ecoturismo, agroturismo, camping, cicloturismo, senderismo y productos realizados desde la ruralidad. • Agregar información adicional que involucre turismo rural como el conocimiento y sabiduría ancestral en la elaboración de productos y artesanías.

Elaboración: Barragán, J. (2024)

C. Portal web de turismo rural

Cuadro 9

Portal web de turismo rural.

Objetivo	Elaborar el portal web de turismo rural del cantón Guano.
Intervención	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar el portal web con la información recopilada. • Describir el contenido con información relevante acerca de los atractivos, actividades y productos desarrollados desde la ruralidad del cantón Guano. • Agregar información, imágenes y títulos interesantes al portal web.

Elaboración: Barragán, J. (2024)

D. Redes sociales

Cuadro 10

Redes sociales.

Objetivo	Determinar las redes sociales más utilizadas a nivel nacional e internacional.
Intervención	<ul style="list-style-type: none"> • Indagar sobre las redes sociales más utilizadas a nivel nacional e internacional. • Elegir las redes sociales que ayudaran a llegar a turistas y visitantes.

- Publicar el contenido con información sobre turismo rural del cantón Guano a través de dichas redes sociales.

Elaboración: Barragán, J. (2024)

E. Difusión y promoción

Cuadro 11

Difusión y promoción.

Objetivo	Difundir el turismo rural del cantón Guano a través de las redes sociales más utilizadas.
Intervención	<ul style="list-style-type: none"> • Despertar el interés y motivación en los turistas y visitantes para realizar turismo rural en el cantón Guano. • Contribuir con la difusión y promoción de turismo rural del cantón Guano a través de las redes sociales más utilizadas.

Elaboración: Barragán, J. (2024)

6.6 Resultados de la propuesta

A. Beneficiarios

El portal web de turismo rural <https://jenniferbarragansa.wixsite.com/turismoruraldeguano> se dirige a turistas y visitantes que desean conocer e informarse acerca del turismo rural que tiene para ofertar el cantón Guano, enfocado especialmente en personas jóvenes y adultas debido a la facilidad y familiaridad que tiene este tipo de segmento con el acceso a herramientas digitales actuales.

De tal forma que, desde el ingreso a la plataforma web el turista pueda visualizar el contenido permitiéndole informarse y logrando vincular al visitante con la información recopilada con respecto al turismo rural del cantón Guano, creando un espacio en donde el turista pueda acceder al contenido informativo acerca de los atractivos rurales que podría visitar, las actividades turísticas que podrían realizar como ecoturismo, agroturismo, cicloturismo, escalada y senderismo, así como también, información referente a los productos que se realizan desde la ruralidad como la elaboración de alfombras y artesanías.

Así es como la propuesta permitirá promocionar y difundir de una manera didáctica e innovadora el valor cultural y patrimonial del cantón Guano por medio del turismo rural, logrando despertar el interés y motivación a más turistas y visitantes tanto locales, nacionales y extranjeros.

B. Información de turismo rural

A través de la investigación de campo y bibliográfica se logró recabar información referente al turismo rural que se desarrolla en el cantón Guano específicamente desde las parroquias rurales del mismo, en el que se pudo analizar detenidamente todos los componentes concernientes al turismo rural estructurándolo en cinco secciones como es:

- 1) Sección inicio
- 2) Sección atractivos rurales
- 3) Sección actividades
- 4) Sección productos
- 5) Sección noticias

El portal web contiene la siguiente información:

1) Sección inicio

- **Cantón Guano**

El cantón Guano es el lugar ideal para realizar este tipo de turismo, el cual da la oportunidad de ofrecer a sus turistas un contacto personalizado y disfrutar el entorno físico y humano de las zonas rurales, en el que puede participar en actividades, tradiciones y estilos de vida de la propia población.

- **Turismo rural**

Es una actividad turística que tiene el propósito de realizar actividades de interacción y convivencia con una comunidad rural, en donde sobre salen aquellas expresiones sociales, culturales y productivas de su cotidianidad. Donde se puede realizar diferentes actividades como el preparar alimentos tradicionales, crear artesanías, aprender lenguas ancestrales, informar sobre el uso de plantas medicinales, cultivar y cosechar alimentos cotidianos para luego ser consumidos.

- **Actividades relacionadas con turismo rural**

El turismo rural ofrece diferentes actividades que se pueden realizar en el cantón Guano como visitar atractivos rurales, desarrollar actividades de cicloturismo, senderismo, camping, agroturismo y otras actividades desarrolladas desde la ruralidad de Guano, además ofrece rutas culturales donde se puede aprender a través del aprendizaje vivencial a realizar diferentes recetas, descubrir la maravillosa esencia de elaborar alfombras artesanales y otros productos locales.

2) Sección atractivos rurales

En ellos encontramos pequeñas localidades que se encuentran alejados de la urbanidad entre los que se destacan las parroquias rurales de Guano como San Andrés, San Isidro, Santa Fe de Galán, Valparaíso, La Providencia y Guanando.

1. Parroquia San Andrés

a) Nevado Chimborazo

Es uno de los principales atractivos del Ecuador por su gran altitud y majestuosidad, el volcán forma parte de la Reserva de Producción faunística de Chimborazo, por su gran elevación es considerado el punto de la tierra más cercano al sol, tiene 6.263 metros sobre el nivel del mar y 6.384 km medidos desde el centro de la Tierra. En él se pueden realizar diferentes actividades como montañismo, senderismo y cicloturismo.

Imagen 1 *Nevado Chimborazo*



Fuente: Montañista Raúl Tenemaza.

b) Cascada Cóndor Samana

La cascada es un hermoso paisaje el cual es el resultado de los deshielos del volcán Chimborazo el mismo que da origen al Río Mocha, sus aguas son ideales para liberar el estrés, un encantador lugar de entorno natural donde existe diversas especies florísticas entre pajonal y almohadillas. Desde aquí se realizan actividades como senderismo, canyoning y camping.

Imagen 2 *Cascada Cóndor Samana*



Fuente: Wikiloc por George. C.

c) Ruta del hielero

Es una ruta icónica y milenaria que llama la atención por sus magníficos paisajes en los que se puede apreciar varios ecosistemas, un entorno en el que existen especies como la vicuña, aves y camélidos andinos. Una ruta en el que se puede realizar senderismo y conocer el oficio del personaje Baltar Ushca mismo que ha sido transmitida de generación en generación.

Imagen 3 *Ruta del hielero*



Fuente: Mundial medios Ecuador.

2. Parroquia San Isidro de Patulú

d) Cascada de San Isidro

La cascada del río Patulú es un hermoso atractivo lleno de vegetación y vida silvestre ideal para la recreación familiar, tiene una altura de 10 metros rodeado de bosques de eucaliptos y grandes peñas, en sus alrededores se puede encontrar cultivos de maíz, trigo, cebada, hortalizas, papas, etc. Para su ingreso se puede realizar senderismo, cicloturismo o paseo a caballo desde San Andrés.

Imagen 4 *Cascada de San Isidro*



Fuente: Plataforma WIX de Infoturismo.

e) Cima del Nudo del Igualata

Las cumbres del Nido Igualata constituyen un lugar natural para el avistamiento de nevados, volcanes, ciudades y parroquias, además se puede observar la flora representativa del lugar, allí existe gran cantidad de pajonales, árboles nativos como los yaguales y mortiño. Este lugar es ideal para realizar actividades de senderismo, downhill y fotografía.

Imagen 5 *Cima del Nudo del Iqualata*



Fuente: Sitio web brenp.

3. Parroquia Santa Fe de Galán

f) Mirador Artesón La Palestina

Es un mirador mágico y natural que se encuentra a 4.090 m de altura, en él se puede apreciar la flora representativa de la zona y sus espectaculares paisajes, desde allí se observa toda la productividad agrícola y pecuaria del sector, como también maravillarse de una vista impresionante del volcán Tungurahua. Es un lugar en donde se puede realizar actividades como senderismo, cicloturismo, paseo en caballos y fotografía.

Imagen 6 *Mirador Artesón La Palestina*



Fuente: GAD parroquial Santa Fé de Galán.

g) Cascada Willis

La cascada tiene una altura de 30 metros, el cual cuenta con varias caídas que ayudan a la práctica de senderismo, está rodeada de maravillosas montañas y nevados, durante su recorrido se puede observar árboles muy antiguos entre 200 y 300 años de antigüedad como el quishuar y el pumamaqui.

Imagen 7 *Cascada Willis*



Fuente: GAD Municipal Guano.

4. Parroquia Valparaíso **h) Loma de Yanarumi**

En la parte alta de la parroquia a 4.158 metros sobre el nivel del mar se encuentra un mágico mirador natural, donde se puede observar especies típicas del páramo como la paja, la chiquirahua y el mortiño, además se puede apreciar una hermosa vista panorámica del volcán Tungurahua, Cotopaxi, Sangay, el nevado Altar y Chimborazo, como también los centros poblados más cercanos a la ciudad de Riobamba.

Imagen 8 *Loma de Yanarumi*



Fuente: Sitio web Guano Turismo.

5. Parroquia La Providencia **i) Piedra de Santiago Rumi**

Es una roca volcánica de 6 metros de ancho aproximadamente y 20 de largo, alrededor de ésta invade una leyenda muy conocida entre sus pobladores, el cual es muy creyente debido a que en la roca se encuentra impregnada la huella del zapato del patrón Santiago hacendado del lugar, una herradura y excremento animal, hallazgos que han perdurado a través del tiempo.

Imagen 9 *Piedra de Santiago Rumi*



Fuente: GAD parroquial La Providencia.

j) Cueva del Rey Pepino

La cueva es de roca volcánica que tiene 3 metros de alto y 30 de profundidad, se encuentra ubicada a 3.053 metros sobre el nivel del mar, para ascender al cerro hay que realizar una caminata de una hora y treinta minutos aproximadamente, durante el recorrido se puede observar especies de flora endémica del lugar, dentro de la cueva existe la presencia de murciélagos. La cueva se presta para actividades como es el senderismo, downhill y observación de flora y fauna.

Imagen 10 *Cueva del Rey Pepino*



Fuente: Wikiloc por Renato Lara.

6. Parroquia Guanando

k) Mirador de los Arrayanes

Se encuentra ubicado en el sector de los Arrayanes a 3.580 metros sobre el nivel del mar, para su ascenso se lo realiza caminando, desde allí se puede observar y dimensionar la población de la parroquia Guanando, acompañado de sus hermosos cultivos, el cual debido

a su variedad de pisos climáticos cultivan diversos productos, existen árboles frutales de (duraznos, chirimoyas, limones, guabas, aguacates, etc.), también se distingue sus grandes potreros de ganado lechero.

Imagen 11 *Mirador de los Arrayanes*



Fuente: GAD Municipal Guano.

3) Sección actividades

Existen diferentes actividades que se pueden realizar en el cantón Guano vinculadas especialmente con el turismo rural de la zona, estos espacios se encuentran alejados del ruido de la ciudad, en el puedes encontrar paz y tranquilidad y conectar contigo mismo. A continuación, te presentamos algunas opciones que puedes hacer si visitas Guano.

a. Montañismo

Esta actividad comprende el ascenso y descenso de montañas, tiene una dificultad entre media y alta, puedes disfrutar de la belleza y tranquilidad de hermosos paisajes, para realizar este tipo de actividad se requiere de motivación y fuerza en los músculos de las piernas.

Imagen 12 *Montañismo*



Fuente: Montañista Raúl Tenemaza.

b. Senderismo

El senderismo consiste en realizar recorridos por zonas rurales o de montaña, durante el recorrido puedes respirar aire puro, deleitarte de impresionantes senderos, valles y pequeños pueblitos, puede realizarse de forma individual y grupal.

Imagen 13 *Senderismo*



Fuente: Montañista Raúl Tenemaza.

c. Cicloturismo

Esta modalidad de turismo consiste en realizar diferentes rutas utilizando una bicicleta como medio de movilidad, una actividad física en la que se combina el ejercicio con la recreación, durante el recorrido visitas destinos rurales, rutas de montaña de gran altura, valles, pueblos, lagos y bosques.

Imagen 14 *Cicloturismo*



Fuente: Tripadvisor.

d. Camping

Es una actividad que se realiza en espacios de terrenos destinados para pernoctar, ya sea en carpas o tiendas de campaña, con el fin de vivir una experiencia única y disfrutar de la naturaleza que lo rodea, alejados del ruido y la cotidianidad de la vida diaria.

Imagen 15 *Camping*



Fuente: Montañista Raúl Tenemaza.

e. Cabalgata

Es una actividad ideal para convivir con la naturaleza, en el que se puede disfrutar de los alrededores sin la necesidad de hacer mayor esfuerzo, por lo que el animal (caballo) realiza todo el esfuerzo lo que ayuda a tener un mejor panorama de ríos, montañas, especies de flora, fauna, etc.

Imagen 16 *Cabalgata*



Fuente: Ecuador Eco tours.

f. Canyoning

Es una actividad de aventura entre una mezcla de adrenalina y naturaleza en el que se realiza el descenso de barrancos, cascadas o cañones de gran altura, esta actividad requiere de una cuerda fija para la seguridad de quienes lo practican, traje apropiado para el descenso, gran entusiasmo y ganas de vivir una nueva aventura.

Imagen 17 *Canyoning*



Fuente: Tripadvisor.

g. Ecoturismo

El ecoturismo es una actividad de turismo en la que se puede deleitar totalmente de un entorno natural, el fin es disfrutar, estudiar y apreciar la naturaleza en su máximo esplendor, la contemplación de cuidar y salvaguardar el medio ambiente es muy importante en esta actividad, se trata de ininterrumpir en lo más mínimo la paz y tranquilidad del sitio.

Imagen 18 *Ecoturismo*



Fuente: Facebook Cordtuch – Turismo comunitario de Chimborazo.

h. Agroturismo

Es una actividad en la que se puede conocer y disfrutar aspectos de la cultura local, se destaca mucho el aprender, convivir y apreciar las prácticas tradicionales de cultivo, la cosecha y procesamiento de productos propios de la zona, como también el pastoreo de rebaños y ordeño de vacas y cabras, al mismo tiempo que obtienes un aprendizaje vivencial y productivo.

Imagen 19 *Agroturismo*



Fuente: Secretaria de Gestión de riesgos.

4) Sección productos

Guano como Capital Artesanal del Ecuador posee entre su gran arsenal de productos realizados en distintos materiales, la gran mayoría desarrollados desde la ruralidad del cantón Guano, productos hechos por manos artesanas que utilizan técnicas artesanales milenarias que han sido producidas por siglos.

Entre su gran variedad de productos hay alfombras, ponchos, artículos de cuero, piedra, carrizo, cabuya y totora que a continuación te presentamos:

a. Alfombras de Guano

La elaboración de alfombras sin duda es un hito histórico del cantón Guano, tanto que han sido nombradas patrimonio cultural del Ecuador, las cuales son confeccionadas manualmente con lana teñida de borrego o alpaca, otros lo realizan con lana sintética. Las alfombras guaneñas por su gran calidad en cuanto a diseño y confección tienen inclusive renombre internacional.

Sin duda, la elaboración de alfombras es un trabajo impresionante que se debe apreciar, conservar y enseñar a las futuras generaciones como es su elaboración para que el legado nunca se pierda y no sea reemplazado las manos artesanas por grandes máquinas de tejer.

Imagen 20 *Alfombras de Guano*



Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

b. Artículos de cuero

La elaboración de artículos de cuero es una gran tradición que se transmite de generación en generación realizados en su gran mayoría en casas de artesanos que realmente quedan muy pocos, entre la gran gama de artículos hay calzado, chompas, sombreros, cinturones, monederos y carteras a precios accesibles. Dicha actividad debería ser apreciada y valorada un poco más, ya que quedan muy pocos sitios donde se sigue utilizando y realizando manualmente artículos de la antigüedad, cuando no existían las grandes maquinarias que hoy en día conocemos.

Imagen 21 *Artículos de cuero*



Fuente: Revista Líderes.

c. Producción textil

Entre las grandes habilidades de los artesanos del cantón Guano está la confección y producción textil, los cuales elaboran diferentes prendas de vestir como chompas, guantes y sacos de lana hilados a mano, calentadores, sábanas bordadas, mantas, gorros, entre otros artículos. Los hilares para su elaboración provienen mayormente de las zonas rurales donde la asociación de mujeres indígenas se encarga de la confección de la lana, donde cortan y tiñen la misma de sus propios rebaños. En la parroquia La Providencia mantienen viva la tradición de la confección de ponchos de lana, los cuales ofrecen talleres para turistas en la que a través del aprendizaje vivencial conocen y viven la experiencia de su elaboración.

Imagen 22 *Producción textil*



Fuente: Sitio web Guano Turismo.

d. Artículos de piedra

El trabajo en piedra es realizado por los Picapedreros de San Pablo de la parroquia rural de San Andrés, donde mantienen viva la tradición de la elaboración de artículos en piedra, cuyas técnicas artesanales y conocimientos han sido transmitidos de generación en generación, para su elaboración utilizan martillos y cierras trabajando en diferentes clases de piedra, especialmente la piedra blanca debido a su porosidad, la gran habilidad de los artesanos a través del cortado, pulido y modelado de piedra esculpen magníficas esculturas y artículos decorativos, también elaboran grandes piletas, morteros, asadores, personajes tallados y todo al gusto del cliente.

Imagen 23 *Artículos de piedra*



Fuente: Revista digital El Universo.

e. Artesanías de totora y carrizo

Algunas familias de San Gerardo parroquia rural de Guano mantienen viva la tradición en el oficio de la elaboración de artículos elaborados con totora, el cual es una planta acuática que crece en terrenos pantanosos, son de tallos gruesos y firmes. Los artesanos que se dedican a la confección de las famosas esteras de San Gerardo y otros artículos como aventadores, canastas, paneras y atractivos adornos, realizan un proceso de cosecha y secado para obtener la materia prima, la cual durante su elaboración requiere de dos instrumentos: una piedra aplanada y una estaca de madera. Las fibras de la totora son muy resistentes y pueden durar hasta más de 20 años.

Imagen 24 *Artesanías de totora y carrizo*



Fuente: Revista digital El Heraldo.

f. Artículos en cabuya

Otra de las técnicas ancestrales que mantiene viva la tradición de Guano como capital artesanal es la elaboración de artesanías a base de fibras de cabuya, mismo que es realizado por manos artesanas desde la ruralidad de San Gerardo, los cuales se dedican a la artesanía manual, una tradición de la cultura Puruhá que se dio durante la colonia, los cuales trabajaban en la realización de sogas, cabrestos, jáquinas, alpargates, cinchas y mantas para el embalaje de diferentes productos para mantenerlos frescos. A pesar de que esta es una tradición que se viene manteniendo desde hace muchos años atrás, son pocas las familias que la conservan generalmente son realizadas por mujeres y niños que hilan las fibras de cabuya a mano y las tiñen con pinturas naturales.

Imagen 25 *Artículos en cabuya*



Fuente: Revista digital El Heraldo.

5) Sección noticias

En esta sección se presenta noticias actualizadas del cantón Guano debido a que se encuentra vinculado directamente a información del día, noticias que son suministradas por el personal del municipio de Guano. La página web anexa es: <https://municipiodeguano.gob.ec/wpguano/index.php/category/noticias/>

C. Portal web de turismo rural

Una vez organizada la información recopilada para el portal web, la cual fue dividida en cinco secciones, se describió el contenido con datos relevantes acerca del turismo rural, el cantón Guano, atractivos rurales, actividades y productos elaborados desde la ruralidad de Guano a fin de contribuir con la difusión y promoción de este tipo de turismo.

1) Sección Inicio

Imagen 26 *Inicio del portal web.*



Fuente: Plataforma web WIX
Elaboración: Barragán, J. (2024)

2) Sección atractivos rurales

Imagen 27 Atractivos rurales.



Fuente: Plataforma web WIX
Elaboración: Barragán, J. (2024)

3) Sección actividades

Imagen 28 Actividades rurales.



Fuente: Plataforma web WIX
Elaboración: Barragán, J. (2024)

4) Sección productos

Imagen 29 Productos rurales.



Fuente: Plataforma web WIX
Elaboración: Barragán, J. (2024)

5) Sección noticias

Imagen 30 Noticias.



Fuente: Plataforma web WIX

Elaboración: Barragán, J. (2024)

D. Redes sociales

Una vez desarrollado el portal web es necesario que su contenido sea expuesto en diferentes canales de difusión para poder llegar al turista e influir en el momento de su visita. Para ello es importante conocer los medios de comunicación que más se utilizan hoy en día.

En la actualidad los medios de comunicación tradicionales como el periódico, la radio y la televisión han quedado en el pasado, debido a la modernización las redes sociales se han convertido en el medio más usado para realizar cualquier tipo de publicidad y promoción. La ayuda de crear promoción por medios de las redes sociales es significativa, pues tiene un gran alcance hacia una gran cantidad de personas con gustos iguales, pero también diferentes. Para generar publicidad y promoción a través de redes sociales es importante elegir las plataformas adecuadas que ayudaran a difundir nuestro contenido.

Existen varias plataformas de redes sociales, sin embargo, la difusión y promoción de un portal web de turismo rural necesita de redes que tengan un mayor alcance hacia turistas tanto nacionales como internacionales el cual es nuestro objetivo. La ventaja de publicar información por medio de estos sitios es que es totalmente gratis, además de que tienen la facilidad de elegir a nuestro público a través de la segmentación de mercado y por medio de algoritmos. Las redes sociales más utilizadas a nivel nacional e internacional y que ayudaran a dar ese realce al portal web de turismo rural para llegar a turistas y visitantes se detallan a continuación:

1. TikTok

Hoy en día es la red social popular más utilizada por millones de personas, esta aplicación permite publicar videos cortos pero interesantes lo que la hace atractiva, su simplicidad de uso logra que cualquier tipo de generación pueda visualizarla y utilizarla. La publicación de un video atractivo bajo el esquema de hashtags logra mediante el algoritmo de tiktok llegar al tipo de público que se está buscando transmitir cierta información, lo cual facilita la búsqueda e interacción con nuestro mercado.

2. Facebook

Es la red social más antigua utilizada a nivel mundial, la cual se trata de una red muy interesante en la que se puede compartir varios tipos de formatos como videos, fotos y textos, permitiendo interactuar a sus usuarios a través de la publicación de información en esta aplicación, las personas pueden compartir la información publicada en sus perfiles, acción que resulta significativa pues ayuda a despertar la curiosidad e interés en los demás usuarios.

3. Instagram

Es una de las plataformas visuales más influyentes entre jóvenes y adultos gracias a su facilidad de uso, en él se pueden publicar fotos y videos atractivos con la particularidad de añadir etiquetas y hashtags, lo cual es importante al momento de clasificar el tipo de contenido, búsquedas y segmentos de mercado. A través de la publicación de campañas de anuncios por medio de historias, publicaciones y reels se logra difundir cualquier tipo de información a diferentes tipos de público.

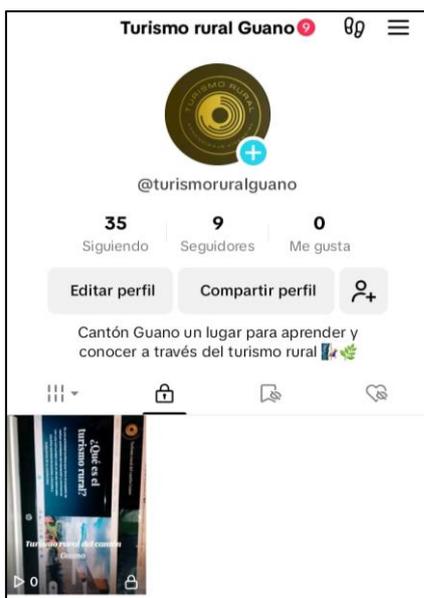
E. Difusión y promoción

El último paso por seguir para dar a conocer el turismo rural del cantón Guano es proporcionar la información sobre el portal web mediante las redes sociales más utilizadas tanto a nivel nacional como internacional, para lo cual se ha elegido las aplicaciones de TikTok, Facebook e Instagram. La intención es despertar el interés y motivación de los turistas y visitantes, a la vez que se contribuye a la difusión y promoción del turismo general del cantón Guano.

Publicación de información a través de:

1. TikTok

Imagen 31 Difusión por TikTok.



Fuente: Plataforma web WIX

Elaboración: Barragán, J. (2024)

2. Facebook

Imagen 32 Difusión por Facebook.



Fuente: Plataforma web WIX

Elaboración: Barragán, J. (2024)

3. Instagram

Imagen 33 Difusión por Instagram.



Fuente: Plataforma web WIX

Elaboración: Barragán, J. (2024)

7. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, S., & Sánchez, V. (2016). Percepción de los turistas mexicanos sobre la imagen turística de Mazatlán, ante un escenario de inseguridad. *Teoría y Praxis*, 20, 155-186. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456149892007>
- Alfonso, R., García, N., & Rodríguez, A. (2017). Promoción turística en una herramienta web para el Cantón Bolívar, Ecuador. *ECA Sinergia*, 8(1), 61-74. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v8i1.785
- Alves, C. A., & Barcellos, R. (2019). Hospitalidad, emociones y experiencias en los servicios turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28(2), 290-311. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180760431003>
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica* (6ª Edición). Editorial Episteme, C.A.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing* (Decimoprimer edición). Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera edición). Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). Introducción a la Metodología de la investigación científica. *Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*.
- Calderón, S. R. (2009, mayo 8). Estudios del Turismo: Conceptos de patrimonio, atractivo turístico y recurso turístico. *Estudios del Turismo*. <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>
- Camarena, D. M., & Sandoval, S. A. (2016). Etnocentrismo y comida típica regional: Una caracterización de las preferencias y consumo de la población urbana de Sonora. *Razón y Palabra*, 94, 513-526.
- Carrillo-Vargas, A. I., Ávalos-de la Cruz, D. A., Juárez-Sánchez, J. P., Aguilar, L. A., & García, C. G. (2021). Turismo Rural y Turismo de Naturaleza en la Región de las Grandes Montañas de Veracruz. *Rosa dos Ventos*, 13(3), 662-681. <https://www.redalyc.org/journal/4735/473569971003/>
- Chuquizala-Kohls, T. L., & Jaramillo-Moreno, B. C. (2017). Plan de promoción turística para el cantón San Lorenzo del Pailón, provincia de Esmeraldas. *Siembra*, 4(1), 121-130. <https://doi.org/10.29166/siembra.v4i1.506>
- Expósito, M. E. (2009). *Conceptos básicos de los servicios y productos turísticos* [Efdeportes]. <https://efdeportes.com/efd139/servicios-y-productos-turisticos.htm>
- Fagundes, P. de M., Gonçalves, R., Machado, A. C., & Souza, M. (2020). Turismo rural. Propuesta de una estructura de análisis integrando estrategias de diversificación y conocimiento. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29(1), 72-95. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180762690005>
- Fernandes, F., Barbosa, R., & Lima, L. (2019). La promoción turística de Cabo Verde en el mercado portugués. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(Esp.3), 509-526. <https://www.redalyc.org/journal/881/88165935003/>

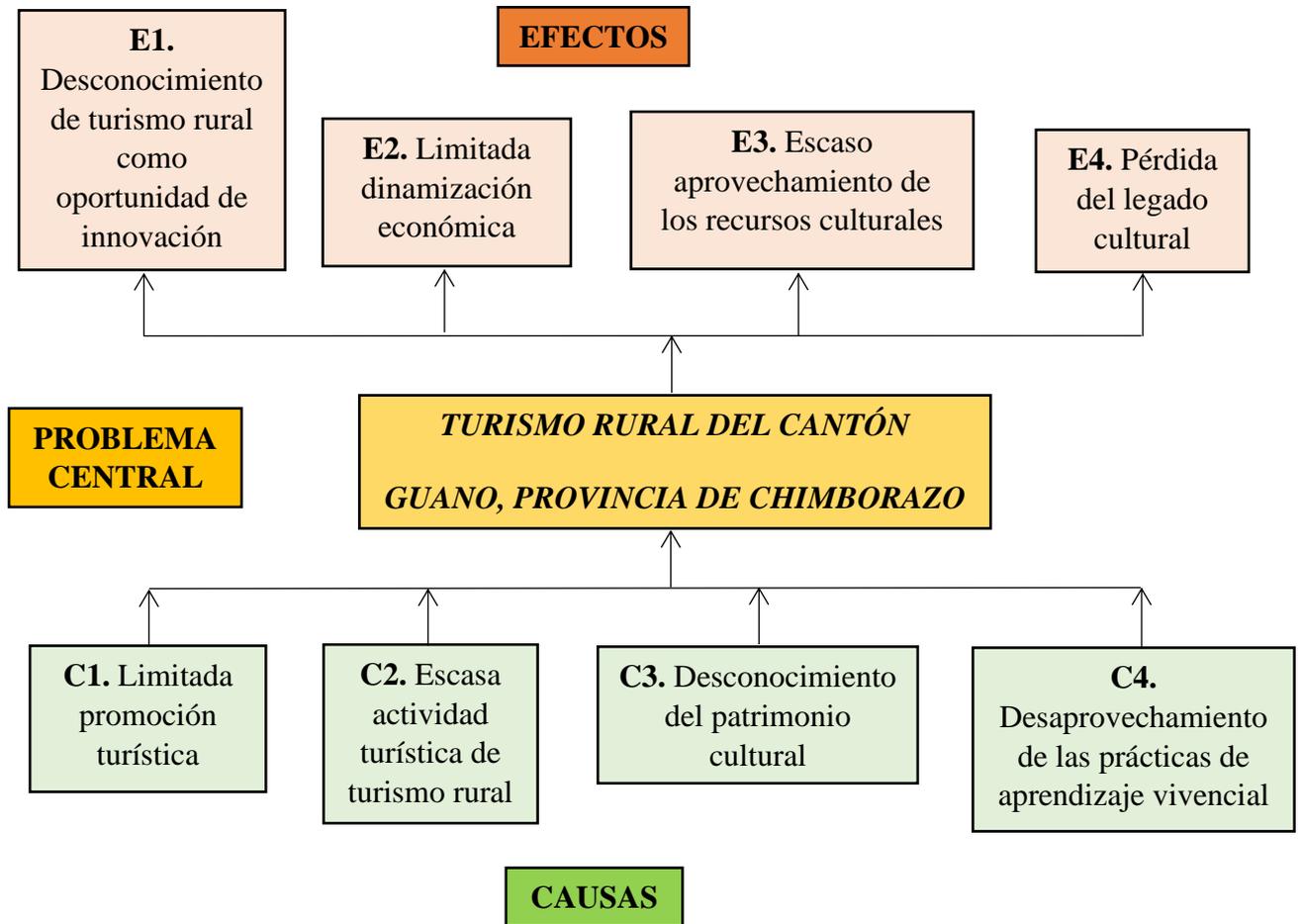
- Flores, J. E. (2016). Estrategias para mejorar el proceso de reclutamiento y selección de personal en la Dirección de teleinformática de la gobernación del estado Mérida. *Sapienza Organizacional*, N° 5, 79-102.
- Fontal-Merillas, O., & Marín-Cepeda, S. (2018). Nudos Patrimoniales. Análisis de los vínculos de las personas con el patrimonio personal. *Arte, Individuo y Sociedad*, 30(3), 483-500. <https://doi.org/10.5209/ARIS.57754>
- Gómez-Vázquez, R., & Canales-García, R. A. (2020). Propuesta metodológica para el turismo rural desde la prospectiva y quinta hélice. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, Vol. 30(Núm. 56), 2-22.
- González, J. C. (2018). La actividad turística como fenómeno complejo. Una visión Alternativa. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, Vol. 10(N° 16), Article 16. <http://ojs.sociologia-alas.org/index.php/CyC/article/view/58>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edición). McGraw-Hill Education.
- Huertas López, T. E., Cuétara Sánchez, L. M., Jiménez Valero, B., & Pil Segovia, E. (2020). El aprovechamiento sostenible del turismo rural de Ecuador. Caso de estudio: Cantón Mocha, Provincia de Tungurahua de Ecuador. *Revista Espacios*, Vol. 41(N° 07), 6.
- Macías, M. V., Fernández, R. I., & Munguía, A. (2021). Evaluación potencial del turismo rural en el municipio de Santa Elena, Yucatán. *Península*, 16(2), 99-120. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1870-57662021000200099&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Maldonado - Alcudia, M. C., & Maldonado - Alcudia, C. M. (2019). Empresas cooperativas en la actividad turística sustentable en México. *InterSedes*, Vol. 20(N°41), 38-49. <https://doi.org/10.15517/isucr.v20i41.38780>
- Martínez, V., & Blanco, R. (2013). Hacia una gestión sostenible de las actividades turísticas en los espacios rurales y naturales. *Revista Internacional de Organizaciones*, 10, Article 10. <https://doi.org/10.17345/rio10.131-155>
- Mercado, K. E., Pérez, C. B., Castro, L. A., & Macias, A. (2019). Estudio Cualitativo sobre el Comportamiento del Consumidor en las Compras en Línea. *Información tecnológica*, 30(1), 109-120. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000100109>
- Minda, J. C., Ortíz, D., & Palomeque, T. (2021). Promoción turística a través de las TICs en el Cantón Antonio Ante Provincia de Imbabura. *Tierra Infinita*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.32645/26028131.1092>
- Moral, M., Fernández-Alles, M., & Sánchez, M. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Revista ESPACIOS*, 40(01). <https://www.revistaespacios.com/a19v40n01/19400103.html>
- Moreno, E., Amoedo, A., & Martínez-Costa, P. (2017). Usos y preferencias del consumo de radio y audio online en España: Tendencias y desafíos para atender a los públicos de internet. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23, 1319-1336. <https://doi.org/10.5209/ESMP.58047>
- Mosti, P. A., & Sallies, J. L. (2016). Las imágenes inducidas de Tierra del Fuego (Argentina). Cambios y permanencias en el contenido de la promoción turística

- oficial (1990-2012). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(4), 859-874. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88146706006>
- Muriel, D. (2016). El modelo patrimonial: El patrimonio cultural como emergencia tardomoderna. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 14(núm. 1), 181-192. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88143642013>
- Navarro, M., Vazquez, V., Van't, A., & Reyes Agüero, J. A. (2019). Participación comunitaria y turismo alternativo en zonas indígenas en el contexto mexicano: Cuatro estudios de caso. *El Periplo Sustentable*, 36, 7-33. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i36.9081>
- Obombo, K., Velarde, M., & Universidad de Occidente (México). (2019). El ecoturismo en las reservas de la biósfera: Prácticas y actitudes hacia la conservación. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 17(Nº1), 97-112. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.007>
- OMT. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858>
- Orellana, D. M., & Sánchez, M. C. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa. *Revista de Investigación Educativa*, 24(1), 205-222. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=283321886011>
- Ortiz, H. T., & Villarreal, L. Z. (2021). Presentación: Turismo Rural En México. *Rosa dos Ventos*, 13(3), 811-815. <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i3p812>
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 28(3), 507-513.
- Perret, R. (2016). *El secreto de la motivación*. El Autor.
- Ramos, M. (2016). Aprendizaje vivencial. *Revista Educarnos*. <https://revistaeducarnos.com/aprendizaje-vivencial/>
- Reiner, L., Cruz, B. A., & Orozco, C. (2019). La participación comunitaria como eje de la atención primaria de la salud. *Edumecentro*, 11(1), 218-233.
- Sánchez-Reyes, J. B., & Barraza-Barraza, L. (2015). Percepciones Sobre Liderazgo. *Ra Ximhai*, 11(4), 161-170. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46142596010>
- Sola-Morales, S. (2017). La importancia de la tradición en los procesos identitarios. *Ars Brevis*, 207-223. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87525/338625-487869-1-SM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Terrones, A. L. (2018). Pensamiento dominante, educación y medios de comunicación. *Sophia: colección de Filosofía de la Educación*, 24, 313-336. <https://doi.org/10.17163/soph.n24.2018.10>
- Thompson, I. (2005). *Definición de Producto*. Promonegocios. <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
- Vitalich, P. A. (2008). El sentido histórico, en el Nietzsche, la historia y la genealogía de Michel Foucault. *XV Jornadas de Investigación y Cuarto Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires*, 532-535. <https://www.academica.org/000-032/75>

8. ANEXOS

Anexo 1

Árbol de problemas



Elaboración: Barragán, J. (2023)

Anexo 2

Encuesta Variable Independiente - Turismo rural



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

Encuesta para los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano

Formulario N° _____
/____/____/____/

Fecha de la encuesta:

Encuestador: Jennifer Yajaira Barragán Sánchez

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recolectar datos para la obtención de información referente a la percepción del turismo rural del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

CONFIDENCIALIDAD

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.

INSTRUCCIONES

- La encuesta tiene una sola respuesta por pregunta.
- Marcar con una (X) la respuesta que considere a su criterio.
- Dar respuesta a los indicadores en escala de valoración según su nivel de importancia:
1= Sin importancia 2= Poco importante 3= Medianamente importante
4= Importante 5=Muy importante

I. INFORMACIÓN GENERAL

a) Sexo	Masculino				Femenino			
b) Edad en (años)	18 a 27		28 a 37		38 a 47		48 en adelante	
c) Nivel de instrucción	Primaria		Secundaria		Universitario		Postgrado	

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	ÍTEMS	PARÁMETRO				
		1	2	3	4	5
	ESCALA DE VALORACIÓN	Sin importancia	Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy importante
ACTIVIDAD TURÍSTICA						
1	¿Considera importante la actividad turística que se desarrolla en el cantón Guano?					
2	¿Considera que la motivación del turista es un factor importante para realizar turismo rural?					
3	¿Considera importante crear algún tipo de promoción que promueva la motivación del turista para conocer el patrimonio cultural del cantón Guano?					
4	¿Considera importante la satisfacción del cliente obtenido por los servicios turísticos consumidos?					
5	¿Considera importante realizar una evaluación de satisfacción al cliente a través de una encuesta hacia los turistas?					
6	¿Considera importante crear actividades turísticas que permitan una vinculación y relación con el sector rural del cantón?					
7	¿Considera importante el fomentar vínculos y relaciones a través del turismo rural?					
PATRIMONIO CULTURAL						
8	¿Considera importante que los turistas conozcan el patrimonio cultural del cantón Guano?					
9	¿Considera importante compartir las tradiciones presentes en las comunidades rurales del cantón Guano?					
10	¿Considera importante que se promuevan eventos sociales sobre las costumbres y tradiciones del cantón Guano?					
11	¿Considera importante desarrollar una revitalización cultural del sentido histórico del cantón Guano?					
12	¿Considera importante empoderar el sentido histórico del cantón revitalizando aspectos culturales como la herencia artesanal, los restos arqueológicos, la gastronomía típica o el personaje “el último hielero”?					

13	¿Considera importante que se apliquen prácticas de conservación y preservación del patrimonio cultural material e inmaterial del sector rural del cantón Guano?					
APRENDIZAJE VIVENCIAL						
14	¿Considera importante que haya un aprendizaje vivencial en la experiencia de visita del turista?					
15	¿Considera importante que el turista viva experiencias de la cotidianidad de los habitantes del sector rural?					
16	¿Considera importante incorporar los conocimientos patrimoniales relacionados a los pueblos mágicos en las experiencias turísticas ofertadas?					
17	¿Considera que la participación comunitaria es importante para la prestación de los servicios turísticos?					
18	¿Considera importante la participación comunitaria para promover la generación de conocimiento acerca de las habilidades y técnicas ancestrales para mantener y transmitir a las generaciones futuras?					
19	¿Considera importante que la comunidad adquiera y comparta aprendizajes vivenciales a través del turismo rural?					
20	¿Considera importante que la comunidad se involucre en proyectos de turismo rural?					
TOTAL						

SUGERENCIAS:

.....

.....

¡Muchas gracias por su atención y colaboración!

Anexo 3

Encuesta Variable Dependiente - Promoción turística



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

Encuesta para turistas que visitan el cantón Guano

Formulario N° _____
/_____/_____/_____/

Fecha de la encuesta:

Encuestador: Jennifer Yajaira Barragán Sánchez

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recolectar datos para la obtención de información sobre la percepción de la promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

CONFIDENCIALIDAD

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.

INSTRUCCIONES

- La encuesta tiene una sola respuesta por pregunta.
- Marcar con una (X) los ítems que correspondan a su criterio.
- Dar respuesta a los indicadores en escala de valoración de:
1= Sin importancia 2= Poco importante 3= Medianamente importante
4= Importante 5=Muy importante

I. INFORMACIÓN GENERAL

a) Sexo	Masculino				Femenino		
b) Edad en años	18 - 27		28 - 37		38 - 47		48 en adelante
c) Nivel de instrucción	Primaria		Secundaria		Universitario		Postgrado
d) Indique su procedencia	<i>Nacionales</i>		Provincia:				
	<i>Internacionales</i>		País:				

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	ÍTEMS	PARÁMETRO				
		1	2	3	4	5
	ESCALA DE VALORACIÓN	Sin importancia	Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy importante
PRODUCTO TURÍSTICO						
1	¿Considera un factor importante la calidad del producto turístico ofertado en el cantón Guano?					
2	¿Considera importante que se realice una promoción y difusión de los actuales atractivos turísticos del cantón Guano?					
3	¿Considera importante mantener y conservar los actuales atractivos turísticos del cantón?					
4	¿Considera importante que se realice una promoción y difusión de los servicios turísticos presentes en el cantón Guano?					
5	¿Considera importante mejorar la atención al cliente de los prestadores de servicios turísticos del cantón?					
6	¿Considera importante que se realice una promoción y difusión de las actividades turísticas que se realizan en el cantón Guano?					
7	¿Considera importante que se deba implementar actividades turísticas como camping, cicloturismo, escalada, senderismo, entre otras actividades?					
CONSUMIDORES						
8	¿Considera importante generar información a partir del gusto y preferencia del consumidor - turista?					
9	¿Considera que la compra y consumo de los productos locales comercializados en el cantón Guano son importantes para el desarrollo de la actividad turística rural?					
10	¿Considera importante que los productos de uso y consumo ofertados en el cantón mantengan presente esa identidad cultural que los caracteriza?					
11	¿Considera importante que se identifiquen los procesos de selección que usted utiliza para escoger destinos turísticos?					

12	¿Considera importante optimizar la recolección de información sobre las preferencias de consumo de los diferentes productos que ofrece el cantón Guano?					
13	¿Considera importante tomar en cuenta sus gustos y preferencias de consumo (color, diseño y textura, para generar un producto turístico)?					
IMAGEN TURÍSTICA						
14	¿Considera importante mejorar la imagen turística que proyecta el cantón Guano hacia el visitante?					
15	¿Considera importante mejorar la percepción que tiene el visitante sobre el turismo rural que se realiza en el cantón Guano?					
16	¿Considera importante mejorar la percepción que tiene el visitante sobre la promoción turística que se realiza en el cantón Guano?					
17	¿Considera importante que el cantón Guano se proyecte como un destino turístico seguro?					
18	¿Considera importante que el destino turístico Guano promocioe el turismo rural?					
19	¿Considera importante que la difusión del turismo rural del cantón Guano se realice a través de medios de comunicación tradicionales y digitales?					
20	¿Considera importante que las autoridades promocionen constantemente el turismo del cantón a través de los medios de comunicación?					
	TOTAL					

III. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

C.1 ¿Cómo percibe usted la imagen turística que proyecta el cantón Guano?

- a) Excelente ()
- b) Muy bueno ()
- c) Bueno ()
- d) Regular ()
- e) Malo ()

C.2 ¿Estaría usted dispuesto a recomendar a más personas visitar el cantón Guano?

- a) Si ()
- b) No ()

C.3 ¿Percibe usted al cantón Guano como un destino turístico económico?

- a) Si ()
- b) No ()

C.4 ¿Cómo percibe usted la seguridad turística que brinda el cantón Guano a sus turistas?

- a) Excelente ()
- b) Muy bueno ()
- c) Bueno ()
- d) Regular ()
- e) Malo ()

SUGERENCIAS:

.....

.....

.....

¡Muchas gracias por su atención y colaboración!

Anexo 4

Tablas de Evaluación de expertos - Variable Independiente (Turismo rural)



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: **Dr. José Álvarez Román PhD**

Título/grado:

Ph.D.....	(x)
Doctor.....	()
Magister.....	()

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 2023-02-28

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Turismo rural y promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Turismo rural”**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre “Oferta Turística”

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

Sugerencias: _____

JOSE
MEDARDO
ALVAREZ
ROMAN

Firmado digitalmente
por JOSE MEDARDO
ALVAREZ ROMAN
Fecha: 2023.02.28
12:47:30 -05'00'

Firma del experto
PhD. José Álvarez Román



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

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Quintana Puga Danilo Paúl

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(x)

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 24/02/2023

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Turismo rural y promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

El instrumento de medición pertenece a la variable: Turismo rural

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas de Gestión.

N	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?			
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?			
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	X		
Total:		11		

SUGERENCIAS:



Firma del Experto

Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Lascano Vera Fanny Marylin

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magister.....	(x)

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 24/02/2023

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Turismo rural y promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

El instrumento de medición pertenece a la variable: Turismo rural

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas de Gestión.

N	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	X		
Total:		11		

SUGERENCIAS:

.....

.....



Firmado electrónicamente por:
FANNY MARYLIN
LASCANO VERA

Firma del Experto

Mgs. Fanny Marylin Lascano Vera

Anexo 5

Tablas de Evaluación de expertos - Variable Dependiente (Promoción Turística)



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: **Dr. José Álvarez Román PhD**

Título/grado:

Ph.D.....	(X)
Doctor.....	()
Magister.....	()

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 2023-02-28

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Turismo rural y promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Promoción turística”**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre “Oferta Turística”

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

Sugerencias: _____

JOSE
MEDARDO
ALVAREZ
ROMAN

Firmado digitalmente
por JOSE MEDARDO
ALVAREZ ROMAN
Fecha: 2023.02.28
12:46:39 -05'00'

Firma del experto
PhD. José Álvarez Román



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

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Quintana Puga Danilo Paúl

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(x)

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 24/02/2023

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Turismo rural y promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

El instrumento de medición pertenece a la variable: Promoción turística
Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas de Gestión.

N	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	X		
Total:		11		

SUGERENCIAS:



Firmado electrónicamente por:
DANILO PAUL
QUINTANA PUGA

Firma del Experto

Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Lascano Vera Fanny Marylin

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(x)

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 24/02/2023

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Turismo rural y promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

El instrumento de medición pertenece a la variable: Promoción turística

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas de Gestión.

N	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	SI		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	SI		
3	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	SI		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	SI		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	SI		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	SI		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	SI		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	SI		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	SI		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	SI		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	SI		
Total:		11		

SUGERENCIAS: Sin sugerencias

.....



Firma del Experto

Mgs. Fanny Marylin Lascano Vera

Anexo 6

Resultados de las encuestas aplicadas – Variable Independiente

Los resultados recolectados para la obtención de la siguiente información se llevaron a cabo bajo la percepción de los prestadores de servicios turísticos que ofertan turismo rural en el cantón Guano, provincia de Chimborazo. La encuesta aplicada fue de carácter anónimo.

Información General

a) Sexo

Tabla 7

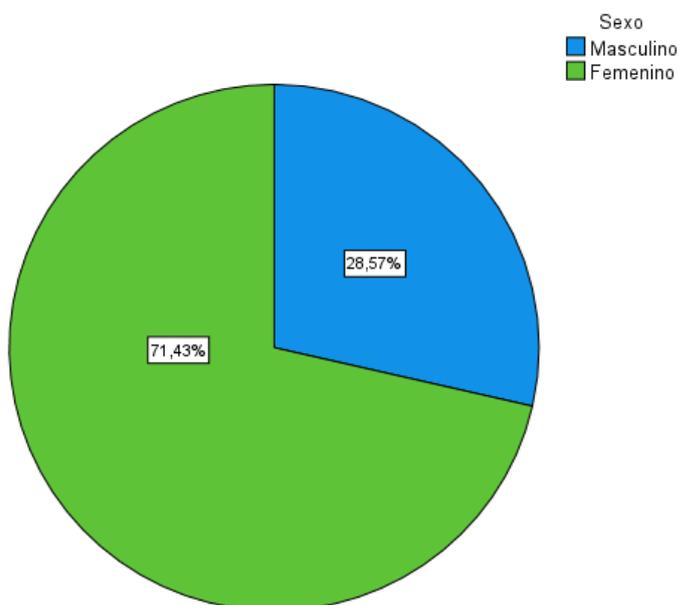
Sexo - servidores turísticos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	2	28,6	28,6	28,6
	Femenino	5	71,4	71,4	100
	Total	7	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 34 *Sexo - servidores turísticos.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

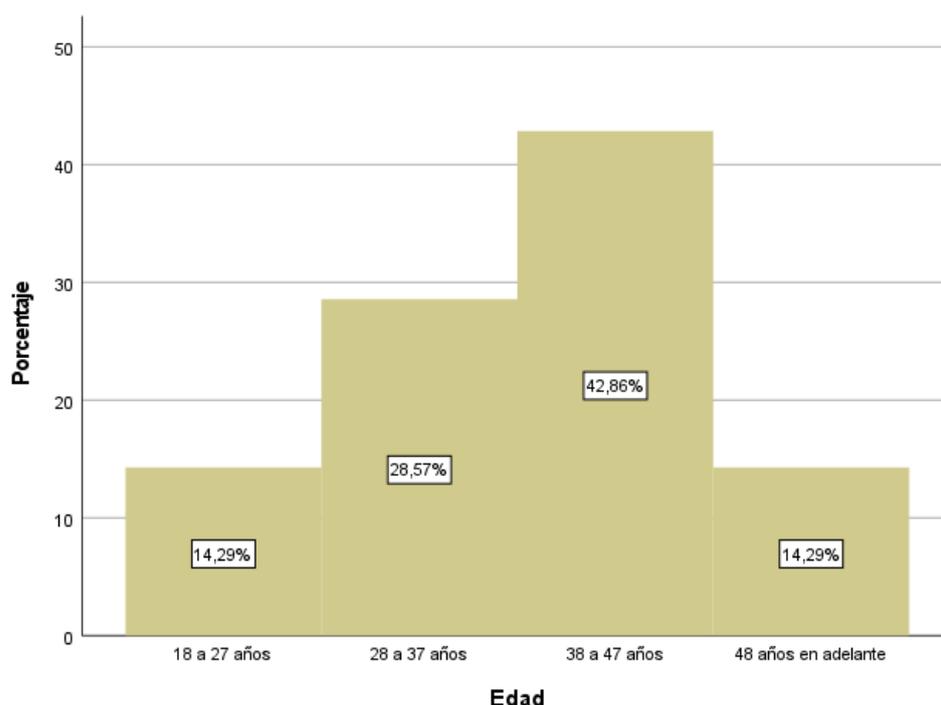
Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 71,43% corresponde al sexo femenino y el 28,57% al sexo masculino. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas son de sexo femenino.

b) Edad

Tabla 8*Edad – servidores turísticos.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 – 27	1	14,3	14,3
	28 - 37	2	28,6	42,9
	38 - 47	3	42,9	85,7
	48 en adelante	1	14,3	100
	Total	7	100	100

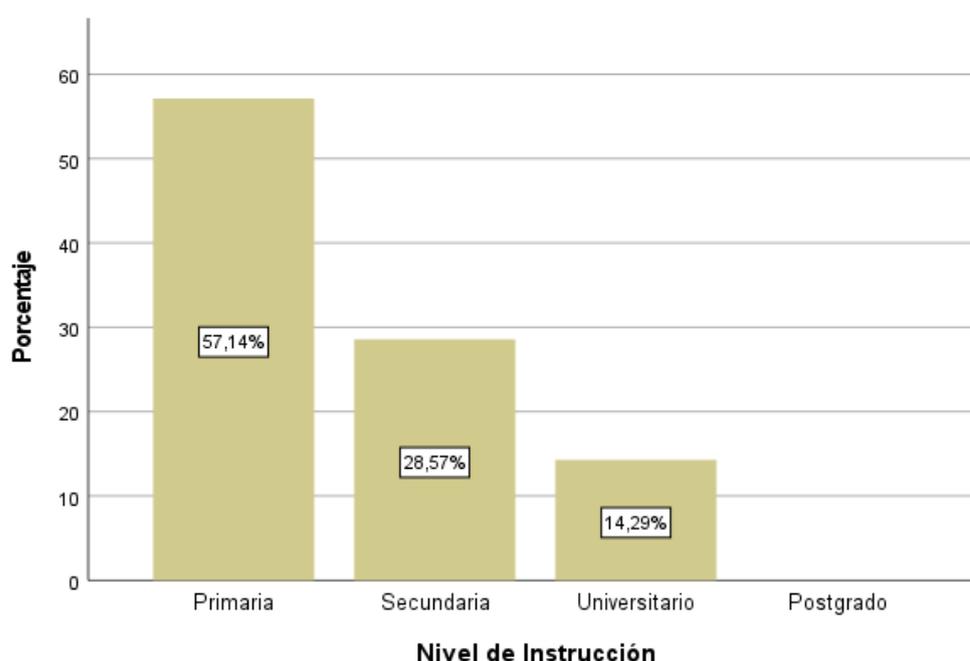
Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 35** *Edad – servidores turísticos.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 14,19% tienen una edad de 18 a 27 años, seguido del 28,57% que tienen una edad de 28 a 37 años, mientras que el 42,86% tienen una edad de 38 a 47 años y el 14,19% tienen una edad de 48 años en adelante. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas rondan una edad de 38 a 47 años.

c) Nivel de instrucción

Tabla 9*Nivel de instrucción - servidores turísticos.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	4	57,1	57,1	57,1
	Secundaria	2	28,6	28,6	85,7
	Universitario	1	14,3	14,3	100
	Postgrado	0	0	0	0
	Total	7	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 36** *Nivel de instrucción - servidores turísticos.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

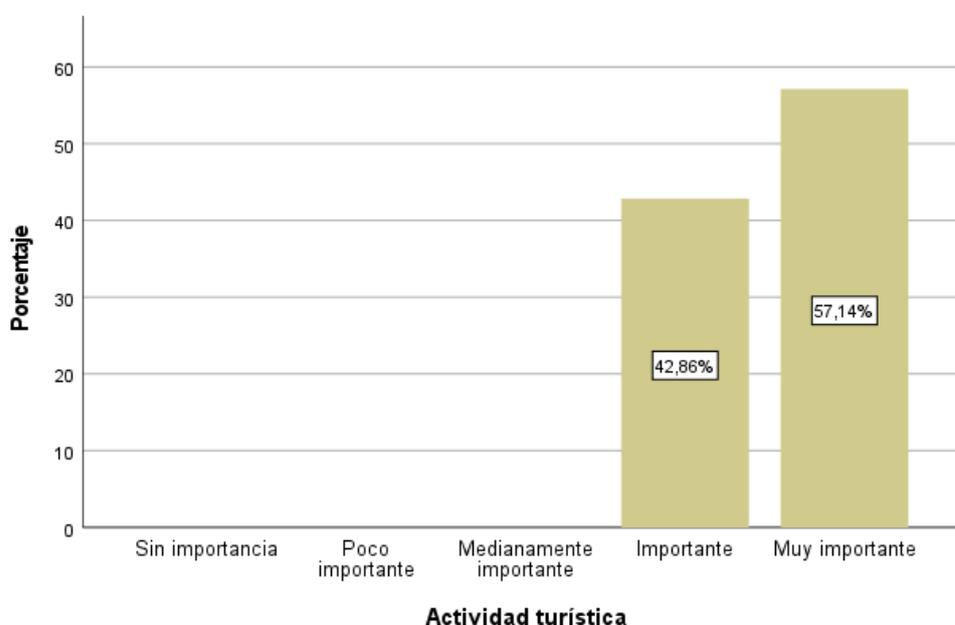
Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 57,14% de las personas tienen un nivel de estudio primaria, seguido del 28,57% que han alcanzado un nivel de estudio secundaria y el 14,29% tienen un nivel de estudio universitario. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas tienen un nivel de estudio primaria.

Información específica

1. **¿Considera importante la actividad turística que se desarrolla en el cantón Guano?**

Tabla 10*Actividad turística.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	0	0	0
	Poco importante	0	0	0
	Medianamente importante	0	0	0
	Importante	3	42,9	42,9
	Muy importante	4	57,1	100
	Total	7	100	100

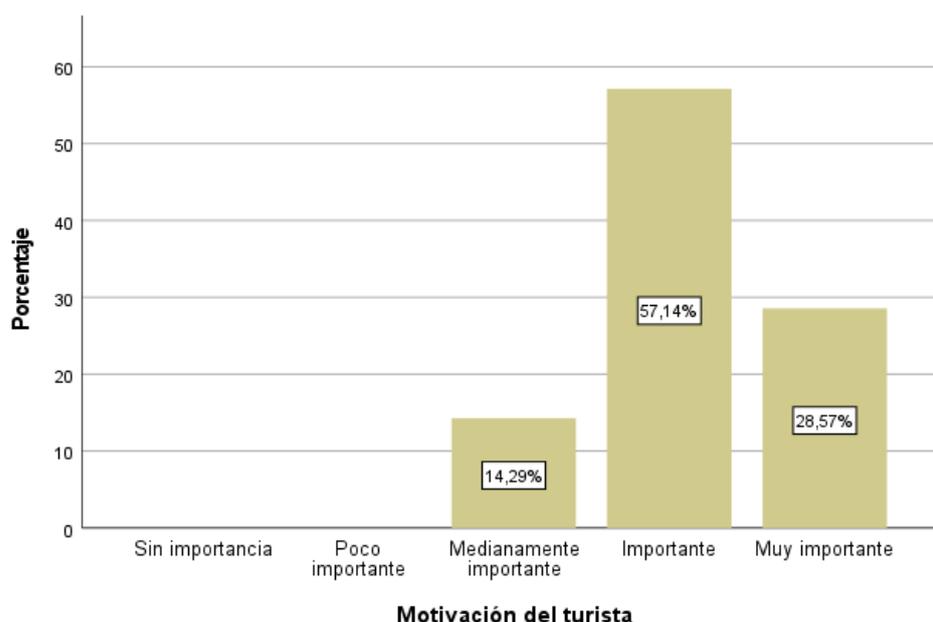
Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 37** *Actividad turística.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 57,14% de las personas califican la actividad turística de Guano como muy importante y el 42,86% lo califican como importante. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la actividad turística que se desarrolla en el cantón Guano es muy importante.

2. ¿Considera que la motivación del turista es un factor importante para realizar turismo rural?

Tabla 11*Motivación del turista.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	0	0	0	0
	Poco importante	0	0	0	0
	Medianamente importante	1	14,3	14,3	14,3
	Importante	4	57,1	57,1	71,4
	Muy importante	2	28,6	28,6	100
	Total	7	100	100	

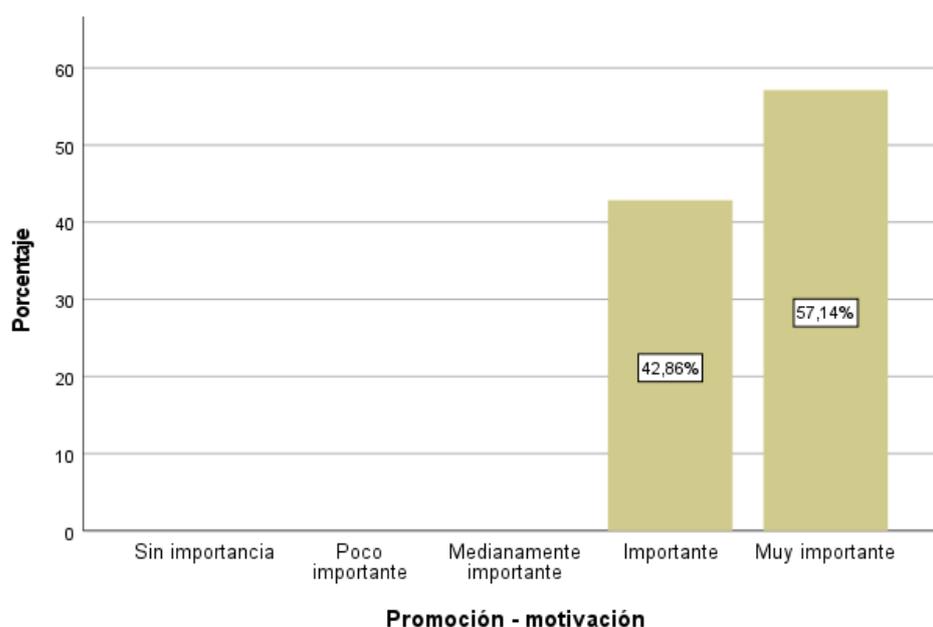
Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 38** *Motivación del turista.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 28,57% de las personas califican la motivación del turista como muy importante, el 57,14% como importante y el 14,29% como medianamente importante. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la motivación del turista es un factor importante para realizar turismo rural.

3. ¿Considera importante crear algún tipo de promoción turística que promueva la motivación del turista para conocer el patrimonio cultural del cantón Guano?

Tabla 12*Promoción – motivación.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	0	0	0	0
	Poco importante	0	0	0	0
	Medianamente importante	0	0	0	0
	Importante	3	42,9	42,9	42,9
	Muy importante	4	57,1	57,1	100
	Total	7	100	100	

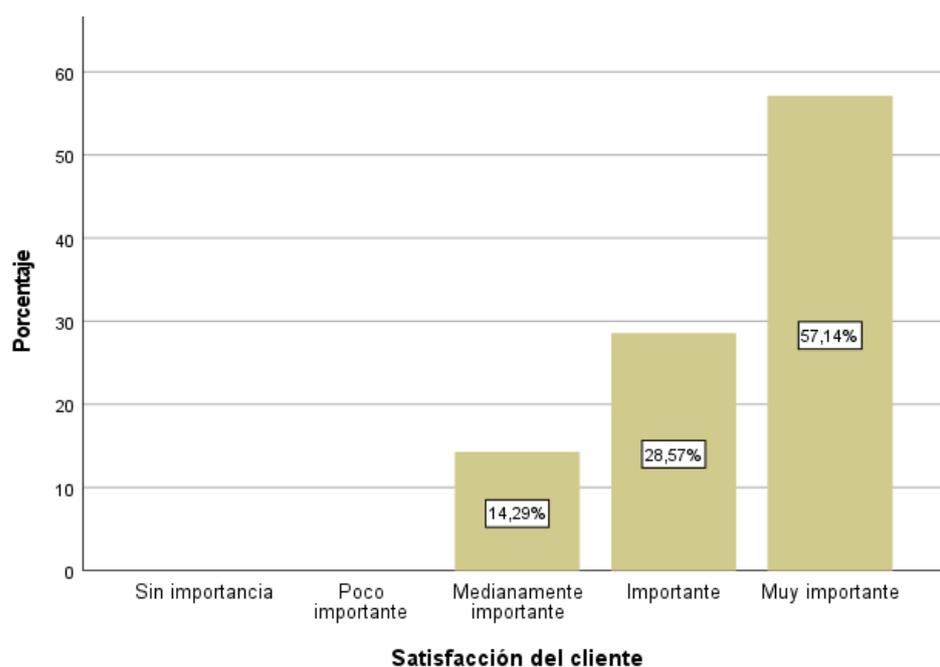
Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 39** *Promoción – motivación.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 57,14% de las personas califican como muy importante el aprovechar la promoción turística para generar motivación en el turista y el 42,86% lo calificaron como importante. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que es muy importante crear algún tipo de promoción turística para promover la motivación del turista y de esa forma dar a conocer el patrimonio cultural del cantón.

4. ¿Considera importante la satisfacción del cliente obtenido por los servicios turísticos consumidos?

Tabla 13*Satisfacción del cliente.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	0	0	0	0
	Poco importante	0	0	0	0
	Medianamente importante	1	14,3	14,3	14,3
	Importante	2	28,6	28,6	42,9
	Muy importante	4	57,1	57,1	100
	Total	7	100	100	

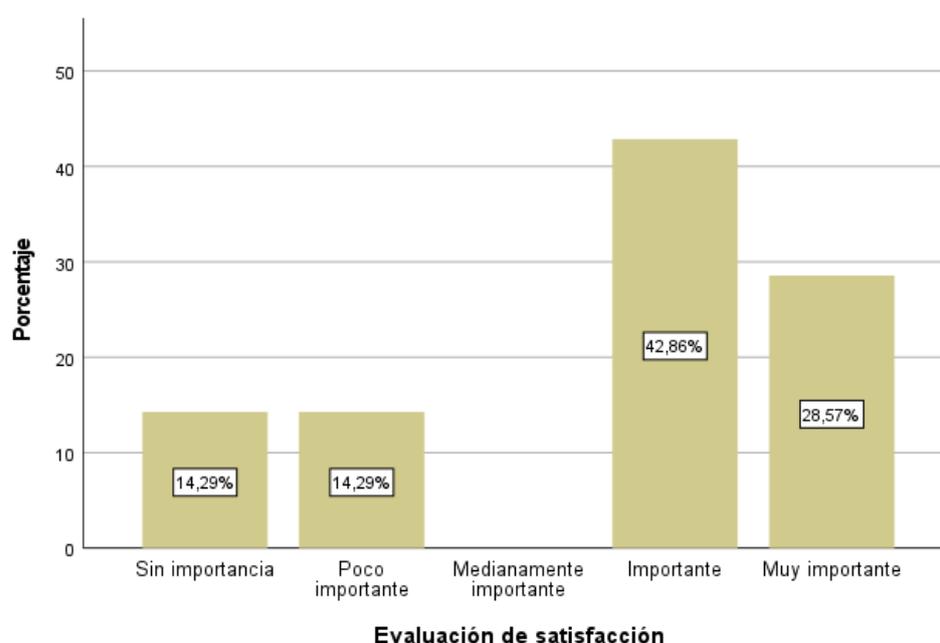
Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 40** *Satisfacción del cliente.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 57,14% de las personas califican la satisfacción del cliente como muy importante, el 28,57% como importante y el 14,29% lo califican como medianamente importante. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la satisfacción del cliente obtenido por los servicios turísticos consumidos es un factor muy importante.

5. ¿Considera importante realizar una evaluación de satisfacción al cliente a través de una encuesta a los turistas?

Tabla 14*Evaluación de satisfacción.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	1	14,3	14,3
	Poco importante	1	14,3	28,6
	Medianamente importante	0	0	0
	Importante	3	42,9	71,4
	Muy importante	2	28,6	100
	Total	7	100	100

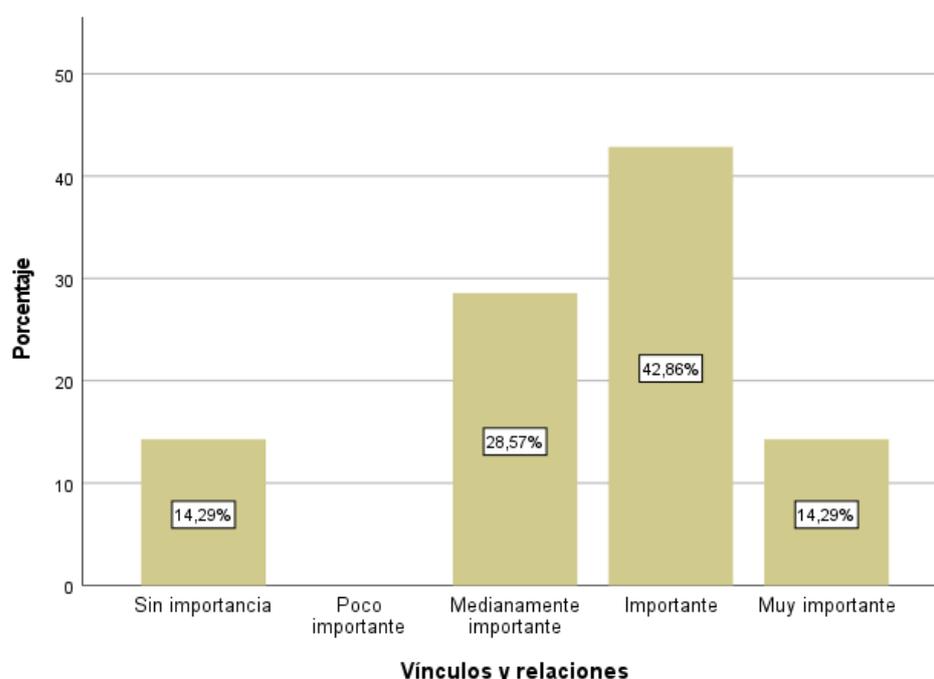
Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 41** *Evaluación de satisfacción.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 28,57% de las personas califican como muy importante el realizar una evaluación de satisfacción al cliente, el 42,86% como importante, el 14,29% como poco importante y otro 14,29% lo califican como sin importancia. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que es importante aplicar una encuesta a los turistas con el fin de evaluar la satisfacción del cliente.

6. ¿Considera importante crear actividades turísticas que permitan una vinculación y relación con el sector rural del cantón?

Tabla 15*Vínculos y relaciones.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	1	14,3	14,3	14,3
	Poco importante	0	0	0	0
	Medianamente importante	2	28,6	28,6	42,9
	Importante	3	42,9	42,9	85,7
	Muy importante	1	14,3	14,3	100
	Total	7	100	100	

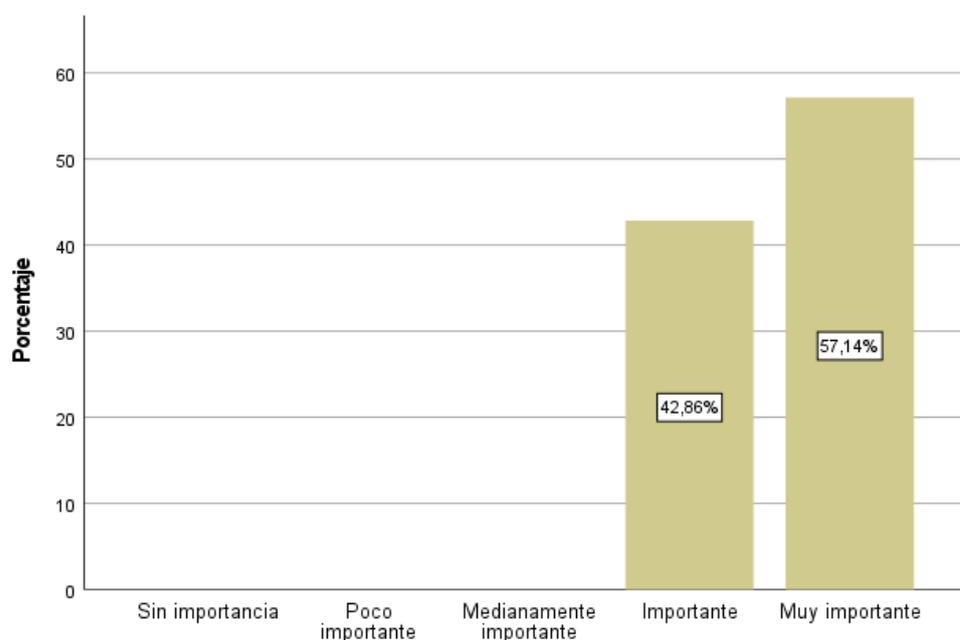
Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 42** *Vínculos y relaciones.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 14,29% de las personas califican como muy importante crear actividades turísticas, el 42,86% lo califican como importante, el 28,57% como medianamente importante y el 14,29% como sin importancia. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que es importante crear actividades turísticas los cuales contribuyan a tener una vinculación y relación con el sector rural del cantón.

7. ¿Considera importante el fomentar vínculos y relaciones a través del turismo rural?

Tabla 16*Fomentación - Vínculos y relaciones.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	0	0	0	0
Medianamente importante	0	0	0	0
Importante	3	42,9	42,9	42,9
Válido Muy importante	4	57,1	57,1	100
Total	7	100	100	

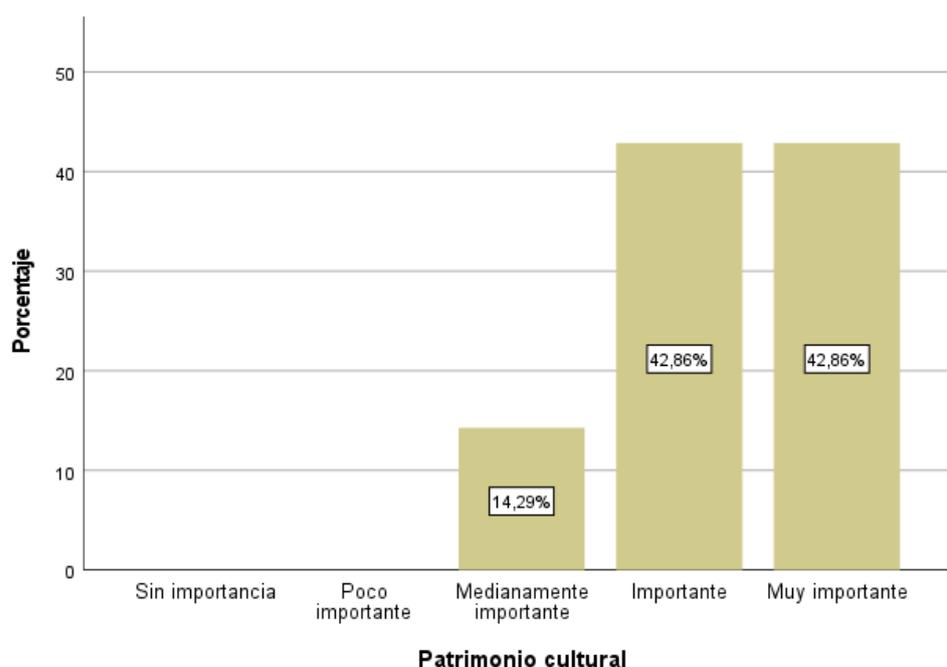
Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 43** *Fomentación - Vínculos y relaciones.***Fomentación - Vínculos y relaciones****Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se puede observar que el 57,14% de las personas califican el fomentar vínculos y relaciones como muy importante y el 42,86% lo califican como importante. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que fomentar vínculos y relaciones a través del turismo rural es muy importante.

8. ¿Considera importante que los turistas conozcan el patrimonio cultural del cantón Guano?

Tabla 17*Patrimonio cultural.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	0	0	0	0
	Poco importante	0	0	0	0
	Medianamente importante	1	14,3	14,3	14,3
	Importante	3	42,9	42,9	57,1
	Muy importante	3	42,9	42,9	100
	Total	7	100	100	

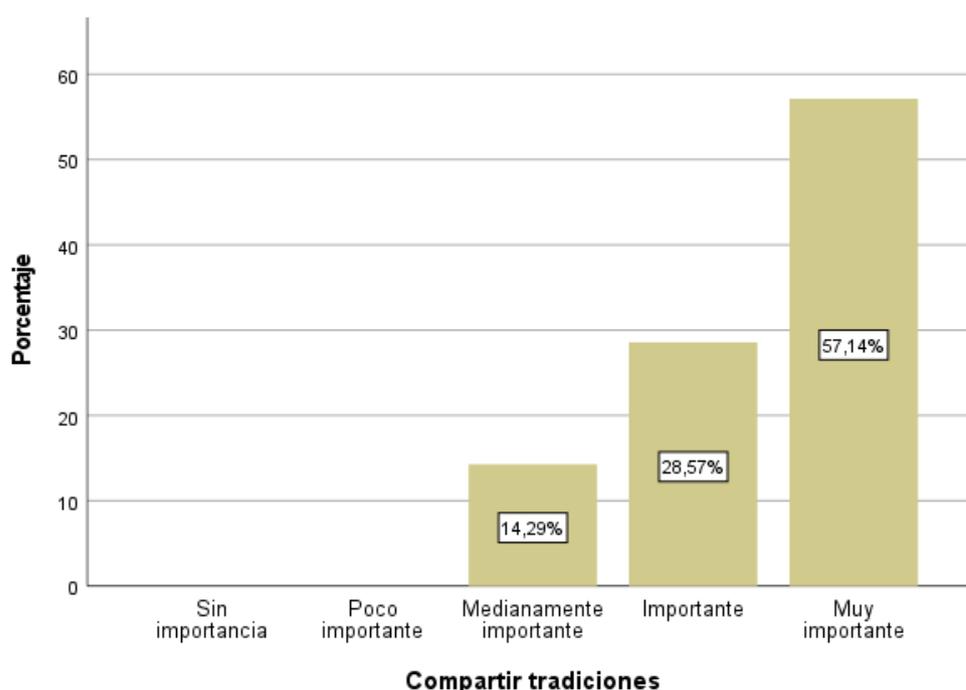
Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 44** *Patrimonio cultural.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 42,86% de las personas califican como muy importante que los turistas conozcan el patrimonio cultural, otro 42,86% lo califican como importante y el 14,29% como medianamente importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran importante que los turistas conozcan el patrimonio cultural latente del cantón Guano.

9. ¿Considera importante compartir las tradiciones presentes en las comunidades rurales del cantón Guano?

Tabla 18*Compartir tradiciones.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	0	0	0	0
	Poco importante	0	0	0	0
	Medianamente importante	1	14,3	14,3	14,3
	Importante	2	28,6	28,6	42,9
	Muy importante	4	57,1	57,1	100
	Total	7	100	100	

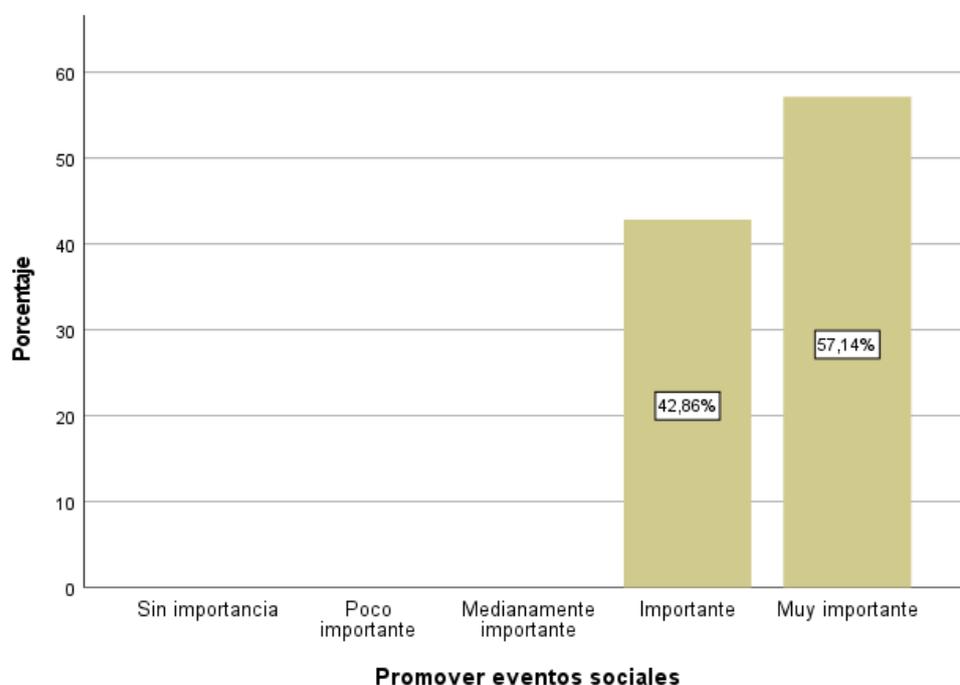
Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 45** *Compartir tradiciones.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 57,14% de las personas califican como muy importante compartir las tradiciones, el 28,57% como importante y el 14,29% lo califica como medianamente importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que compartir las tradiciones presentes en las comunidades rurales del cantón Guano es muy importante, debido a que en ellas se encuentra la mayor parte del conocimiento ancestral e identidad cultural.

10. ¿Considera importante que se promuevan eventos sociales sobre las costumbres y tradiciones del cantón Guano?

Tabla 19*Promover eventos sociales.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	0	0	0	0
Medianamente importante	0	0	0	0
Importante	3	42,9	42,9	42,9
Válido Muy importante	4	57,1	57,1	100
Total	7	100	100	

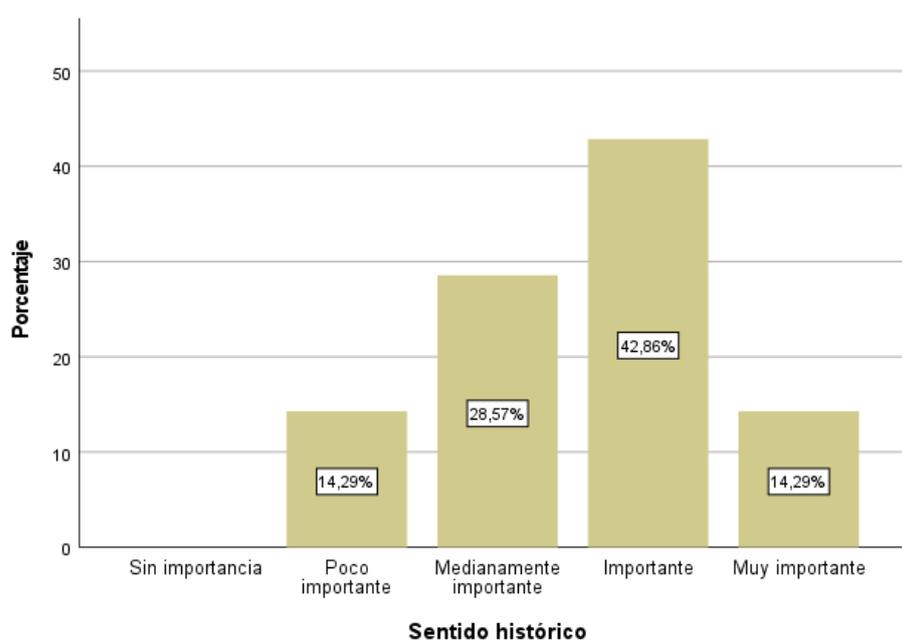
Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 46** *Promover eventos sociales.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 57,14% de las personas califican como muy importante promover eventos sociales y el 42,86% lo califican como importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran muy importante promover eventos sociales sobre las costumbres y tradiciones del cantón Guano, debido a que ellas son el vivo testimonio del pasado y presente del cantón.

11. ¿Considera importante desarrollar una revitalización cultural del sentido histórico del cantón Guano?

Tabla 20*Sentido histórico.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	0	0	0
	Poco importante	1	14,3	14,3
	Medianamente importante	2	28,6	28,6
	Importante	3	42,9	85,7
	Muy importante	1	14,3	100
	Total	7	100	100

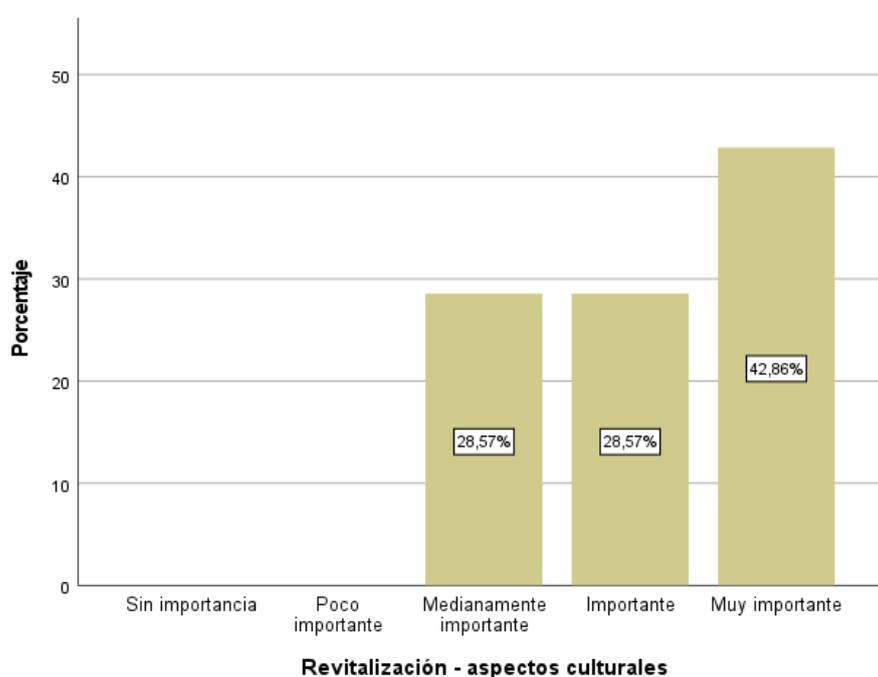
Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 47** *Sentido histórico.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 14,29% de las personas califican el sentido histórico como muy importante, el 42,86% como importante, el 28,57% lo califican como medianamente importante y el 14,29% como poco importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran importante desarrollar una revitalización cultural del sentido histórico del cantón Guano, esto ayudaría a comprender el modo de vida y convivencia de los antepasados.

12. ¿Considera importante empoderar el sentido histórico del cantón revitalizando aspectos culturales como la herencia artesanal, los restos arqueológicos, la gastronomía típica o el personaje “el último hielero”?

Tabla 21*Revitalización – aspectos culturales.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Sin importancia	0	0	0	0
	Poco importante	0	0	0	0
	Medianamente importante	2	28,6	28,6	28,6
Válido	Importante	2	28,6	28,6	57,1
	Muy importante	3	42,9	42,9	100
	Total	7	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 48** *Revitalización – aspectos culturales.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 42,86% de las personas califican como muy importante la revitalización de los aspectos culturales, el 28,57% lo califican como importante y otro 28,57% como medianamente importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran muy importante el empoderamiento del sentido histórico del cantón Guano, en el cual se revitalice los aspectos culturales que resaltan al cantón, tales como la herencia artesanal, los restos arqueológicos, su gastronomía o como también el personaje conocido como el último hielero.

13. ¿Considera importante que se apliquen prácticas de conservación y preservación del patrimonio cultural material e inmaterial del sector rural del cantón Guano?

Tabla 22

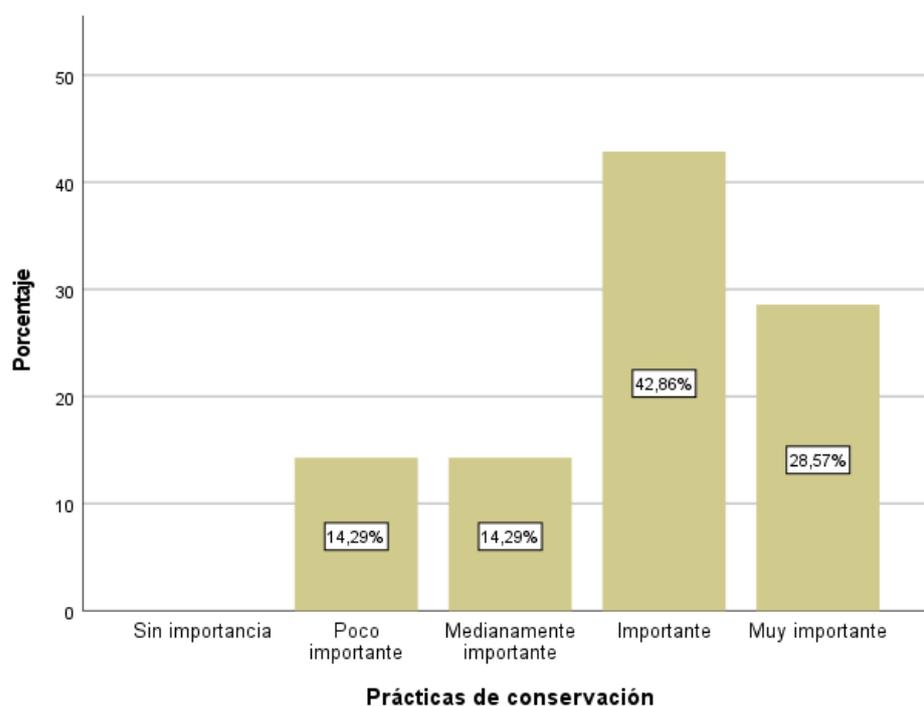
Prácticas de conservación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	0	0	0	0
	Poco importante	1	14,3	14,3	14,3
	Medianamente importante	1	14,3	14,3	28,6
	Importante	3	42,9	42,9	71,4
	Muy importante	2	28,6	28,6	100
	Total	7	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 49 *Prácticas de conservación.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 28,57% de las personas califican las prácticas de conservación como muy importante, mientras que el 42,86% como importante, el 14,29% lo califican como medianamente importante y otro 14,29% como poco importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran importante aplicar prácticas de conservación y preservación para el patrimonio cultural tanto material como inmaterial del sector rural del cantón Guano.

14. ¿Considera importante que haya un aprendizaje vivencial en la experiencia de visita del turista?

Tabla 23

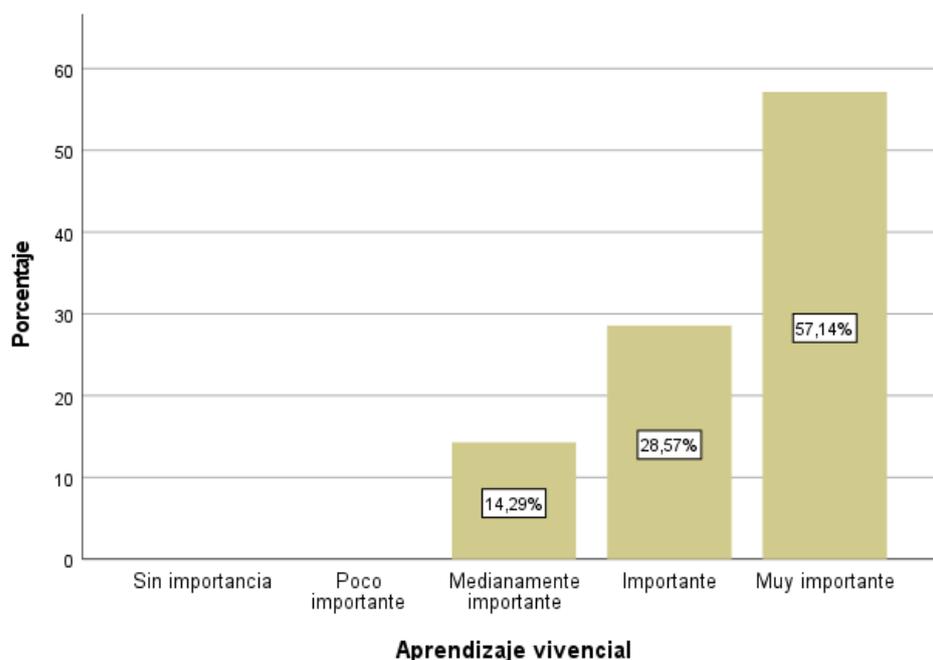
Aprendizaje vivencial.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	0	0	0	0
Medianamente importante	1	14,3	14,3	14,3
Válido Importante	2	28,6	28,6	42,9
Muy importante	4	57,1	57,1	100
Total	7	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 50 *Aprendizaje vivencial.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 57,14% califican el aprendizaje vivencial como muy importante, el 28,57% como importante y el 14,29% lo califican como medianamente importante. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran muy importante la existencia de un aprendizaje vivencial en la experiencia de visita del turista, con el fin de que el visitante pueda conocer y palpar de manera más cercana las prácticas, tradiciones, costumbres y demás actividades que se desarrollan en el cantón.

15. ¿Considera importante que el turista viva experiencias de la cotidianidad de los habitantes del sector rural?

Tabla 24

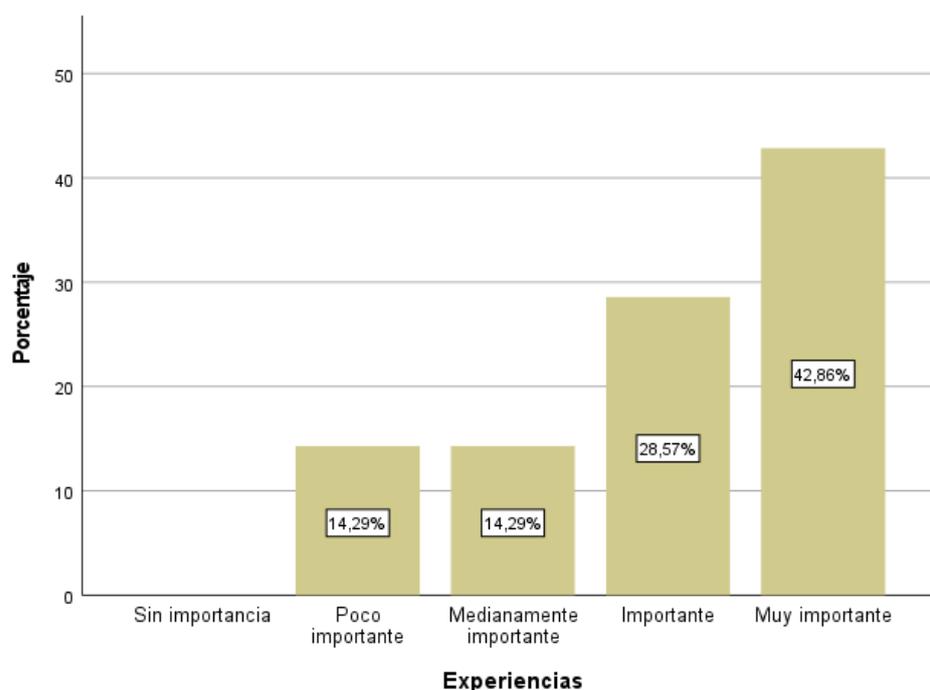
Experiencias.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	0	0	0	0
	Poco importante	1	14,3	14,3	14,3
	Medianamente importante	1	14,3	14,3	28,6
	Importante	2	28,6	28,6	57,1
	Muy importante	3	42,9	42,9	100
	Total	7	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 51 *Experiencias.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 42,86% considera muy importante que el turista viva experiencias de la cotidianidad de los habitantes, el 28,57% como importante, el 14,29% lo califica como medianamente importante y otro 14,29% como poco importante. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran muy importante que el turista viva nuevas experiencias a través de la cotidianidad de los habitantes del sector rural, permitiendo que el

visitante adquiera conocimiento de las actividades cotidianas que se realizan durante su estadía.

16. ¿Considera importante incorporar los conocimientos patrimoniales relacionados a los pueblos mágicos en las experiencias turísticas ofertadas?

Tabla 25

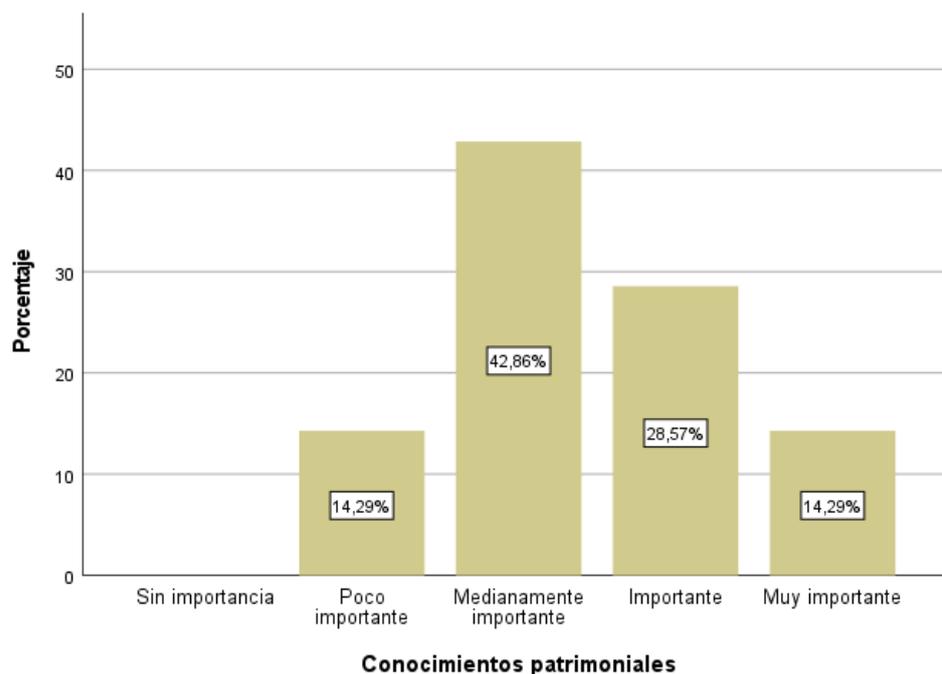
Conocimientos patrimoniales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	0	0	0	0
	Poco importante	1	14,3	14,3	14,3
	Medianamente importante	3	42,9	42,9	57,1
	Importante	2	28,6	28,6	85,7
	Muy importante	1	14,3	14,3	100
	Total	7	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 52 *Conocimientos patrimoniales.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 14,29% califican la incorporación de conocimientos patrimoniales como muy importante, el 28,57% como importante, el 42,86% lo califican como medianamente importante y el 14,29% como poco importante. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran que es medianamente importante incorporar los

conocimientos patrimoniales con relación a los pueblos mágicos en la experiencia turística que oferta Guano.

17. ¿Considera que la participación comunitaria es importante para la prestación de los servicios turísticos?

Tabla 26

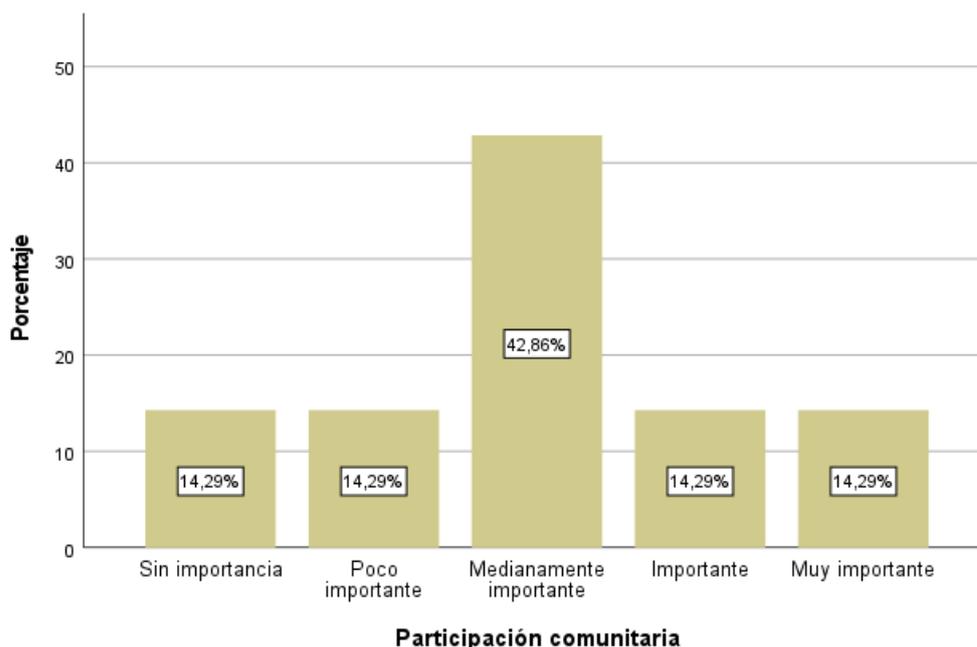
Participación comunitaria.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	1	14,3	14,3	14,3
	Poco importante	1	14,3	14,3	28,6
	Medianamente importante	3	42,9	42,9	71,4
	Importante	1	14,3	14,3	85,7
	Muy importante	1	14,3	14,3	100
	Total	7	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 53 *Participación comunitaria.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 14,29% califican la participación comunitaria como muy importante, el 14,29% como importante, mientras que el 42,86% como medianamente importante, el 14,29% lo califican como poco importante y otro 14,29% como sin importancia. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran que la

participación comunitaria es medianamente importante para la prestación de los servicios turísticos.

18. ¿Considera importante la participación comunitaria para promover la generación de conocimiento acerca de las habilidades y técnicas ancestrales para mantener y transmitir a las generaciones futuras?

Tabla 27

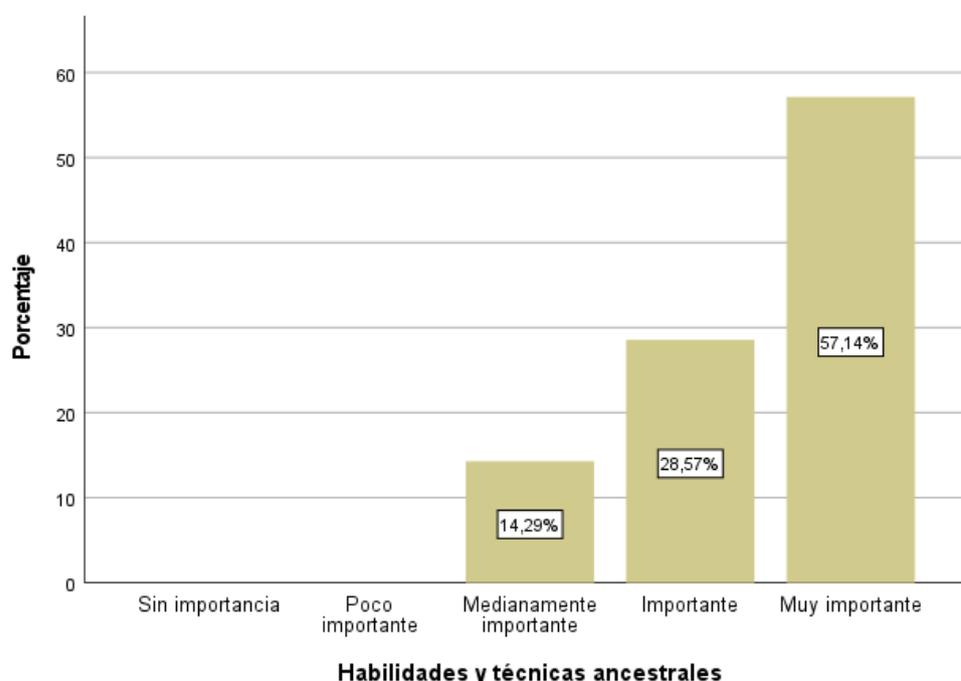
Habilidades y técnicas ancestrales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	0	0	0	0
Medianamente importante	1	14,3	14,3	14,3
Válido Importante	2	28,6	28,6	42,9
Muy importante	4	57,1	57,1	100
Total	7	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 54 *Habilidades y técnicas ancestrales.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 57,14% califican como muy importante la generación de conocimiento sobre las habilidades y técnicas artesanales, mientras que el 28,57% como importante y el 14,29% lo califican como medianamente importante. Se concluye que la

mayoría de las personas encuestadas consideran que la participación comunitaria es muy importante cuando de promover y generar conocimiento acerca de las habilidades y técnicas artesanales se trata, lo cual ayuda a mantener y transmitir a las generaciones futuras.

19. ¿Considera importante que la comunidad adquiera y comparta aprendizaje vivencial a través del turismo rural?

Tabla 28

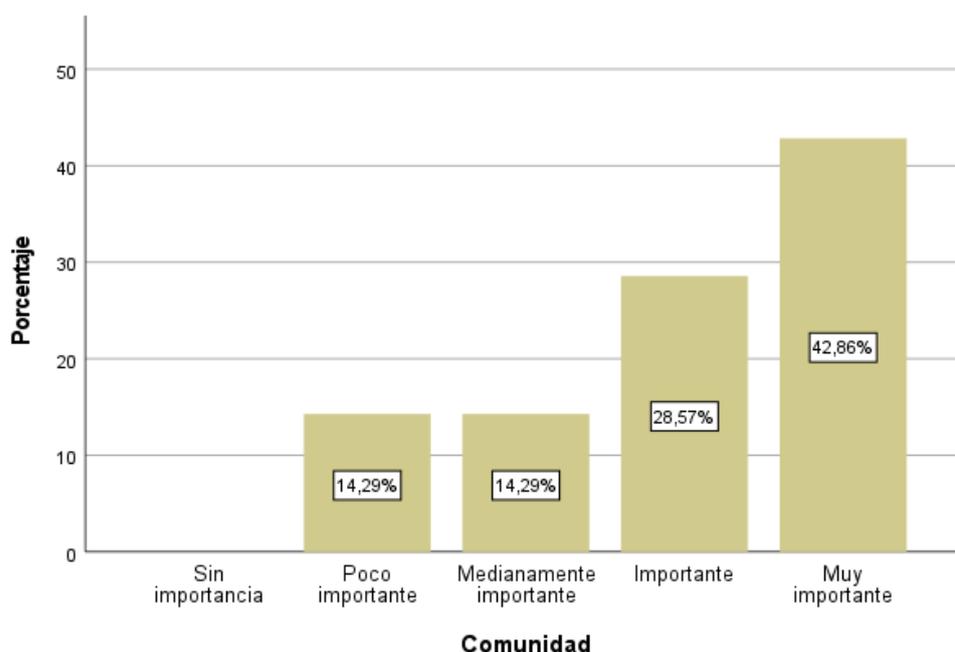
Comunidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	1	14,3	14,3	14,3
Medianamente importante	1	14,3	14,3	28,6
Importante	2	28,6	28,6	57,1
Muy importante	3	42,9	42,9	100
Total	7	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 55 *Comunidad.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 42,86% califican el adquirir y compartir aprendizajes vivenciales como muy importante, el 28,57% lo califican como importante, mientras que el 14,29% como medianamente importante y otro 14,29% como poco importante. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran muy importante la participación de la

comunidad, con el fin de adquirir y compartir aprendizajes vivenciales a través del turismo rural hacia los visitantes.

20. ¿Considera importante que la comunidad se involucre en proyectos de turismo rural?

Tabla 29

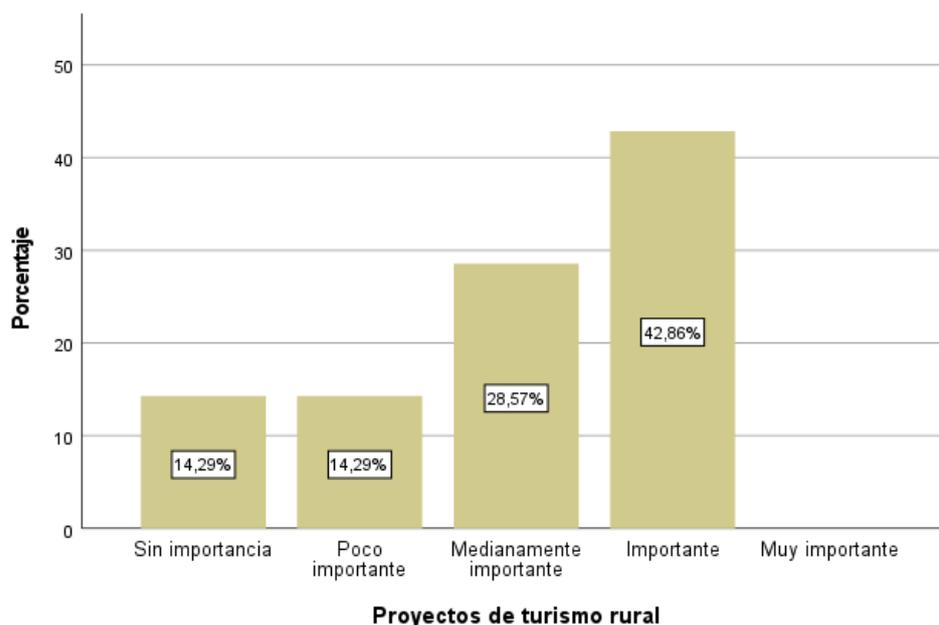
Proyectos de turismo rural.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	1	14,3	14,3	14,3
	Poco importante	1	14,3	14,3	28,6
	Medianamente importante	2	28,6	28,6	57,1
	Importante	3	42,9	42,9	100
	Total	7	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)+

Imagen 56 *Proyectos de turismo rural.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano, se observó que el 42,86% califican como importante la participación de la comunidad en proyectos de turismo rural, mientras que el 28,57% como medianamente importante, el 14,29% como poco importante y otro 14,29% lo califican como sin importancia. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran importante que la comunidad se involucre en proyectos de turismo rural, con el fin de rescatar el legado e identidad cultural de las comunidades presentes en el cantón.

Anexo 7

Resultados de las encuestas aplicadas – Variable Dependiente

Los datos recolectados para obtener la siguiente información se llevaron a cabo por medio de la percepción de los turistas y visitantes que acuden al cantón Guano, provincia de Chimborazo. La encuesta aplicada fue de carácter anónimo.

Información General

a) Sexo

Tabla 30

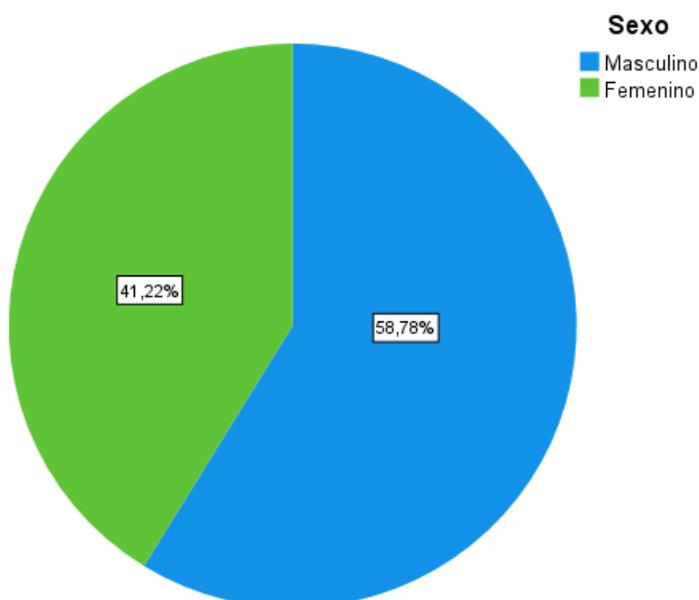
Sexo – turistas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	144	58,8	58,8	58,8
	Femenino	101	41,2	41,2	100
	Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 57 *Sexo – turistas.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

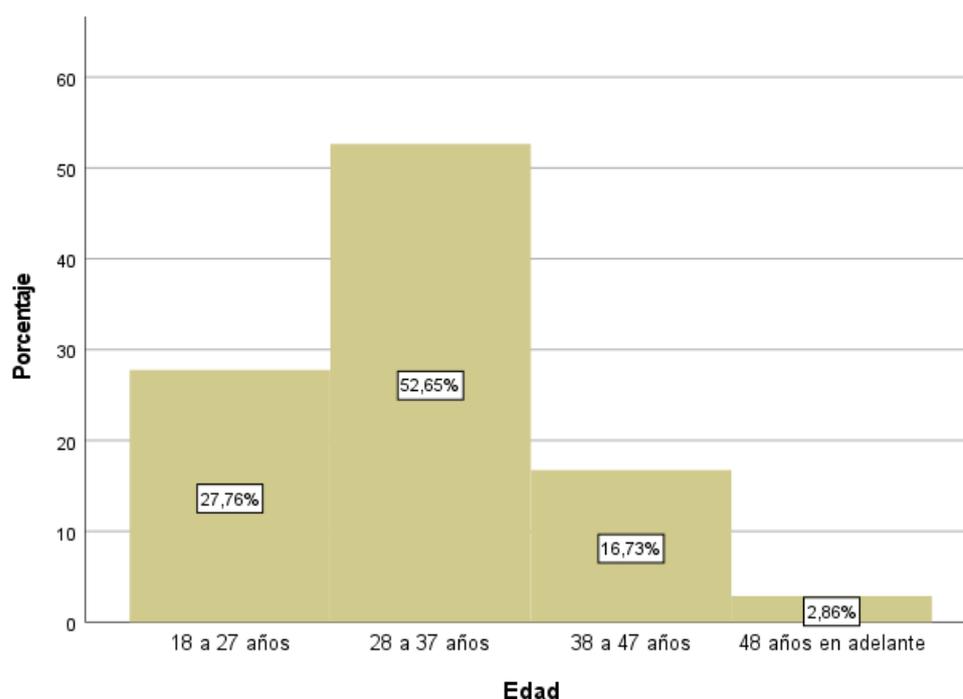
Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 58,78% corresponde al sexo masculino y el 41,22% al sexo femenino. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas son de sexo masculino.

b) Edad

Tabla 31*Edad – turistas.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 - 27	68	27,8	27,8
	28 - 37	129	52,7	80,4
	38 - 47	41	16,7	97,1
	48 en adelante	7	2,9	100
	Total	245	100	100

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)**Imagen 58** *Edad – turistas.***Fuente:** Sistema IBM SPSS Statistics 27**Elaboración:** Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 21,76% tienen una edad de 18 a 27 años, seguido del 52,65% que tienen una edad de 28 a 37 años, mientras que el 16,73% tienen una edad de 38 a 47 años y el 2,86% tienen una edad de 48 años en adelante. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas rondan una edad de 28 a 37 años.

c) Nivel de instrucción**Tabla 32***Nivel de instrucción – turistas.*

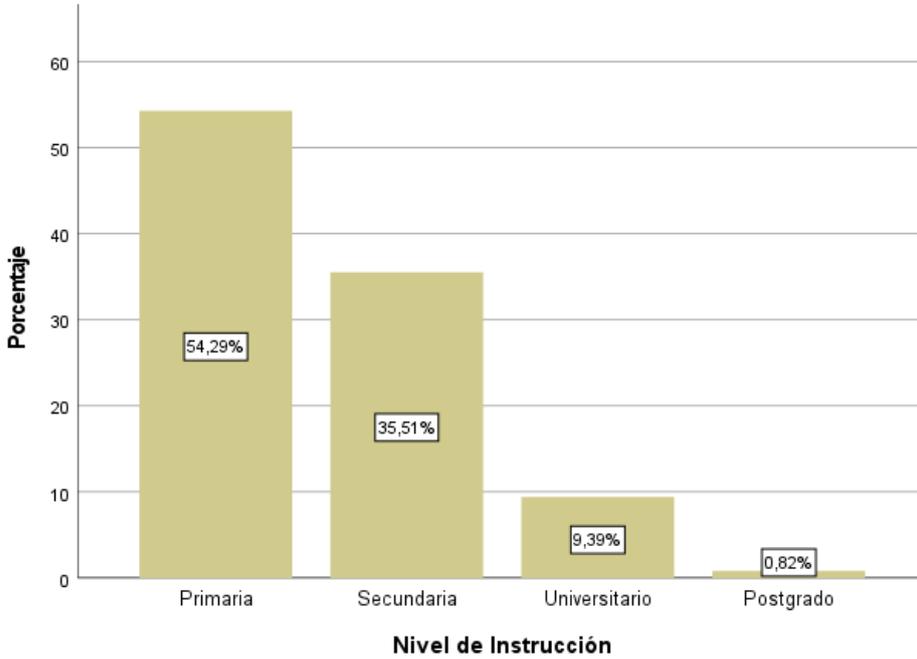
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

	Primaria	133	54,3	54,3	54,3
	Secundaria	87	35,5	35,5	89,8
Válido	Universitario	23	9,4	9,4	99,2
	Postgrado	2	,8	,8	100
	Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 59 Nivel de instrucción – turistas.



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 54,29% de las personas tienen un nivel de estudio primaria, seguido del 35,51% que han alcanzado un nivel de estudio secundaria, mientras que el 9,39% tienen un nivel de estudio universitario y el 0,82% de postgrado. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas tienen un nivel de estudio primaria.

d) Indique su procedencia

Tabla 33

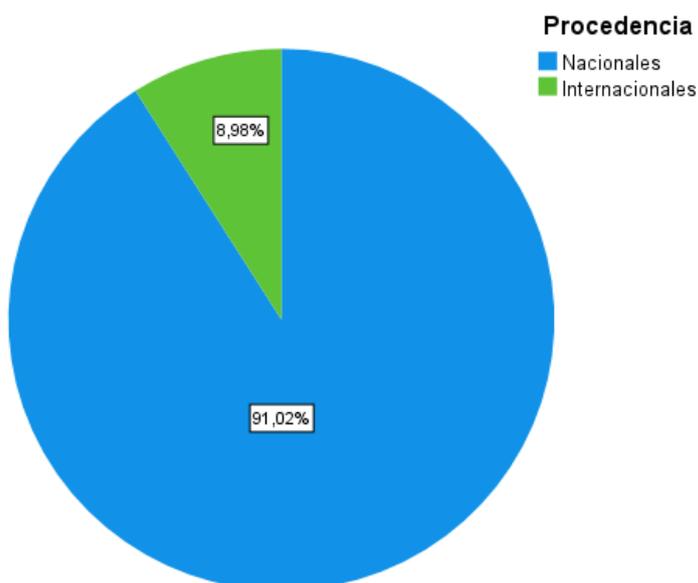
Procedencia – turistas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nacionales	223	91	91
	Internacionales	22	9	100
	Total	245	100	100

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 60 *Procedencia – turistas.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 91,02% son visitantes nacionales provenientes de provincias como Chimborazo, Tungurahua, Pichincha, Loja, Azuay, Guayas e Imbabura y el 8,98% son visitantes internacionales provenientes de países como Venezuela, Colombia, Perú y España. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas son visitantes nacionales de diferentes provincias de nuestro Ecuador, mayormente de Chimborazo, esto debido a la cercanía de la provincia con el cantón Guano.

Información específica

1. ¿Considera un factor importante la calidad del producto turístico ofertado en el cantón Guano?

Tabla 34

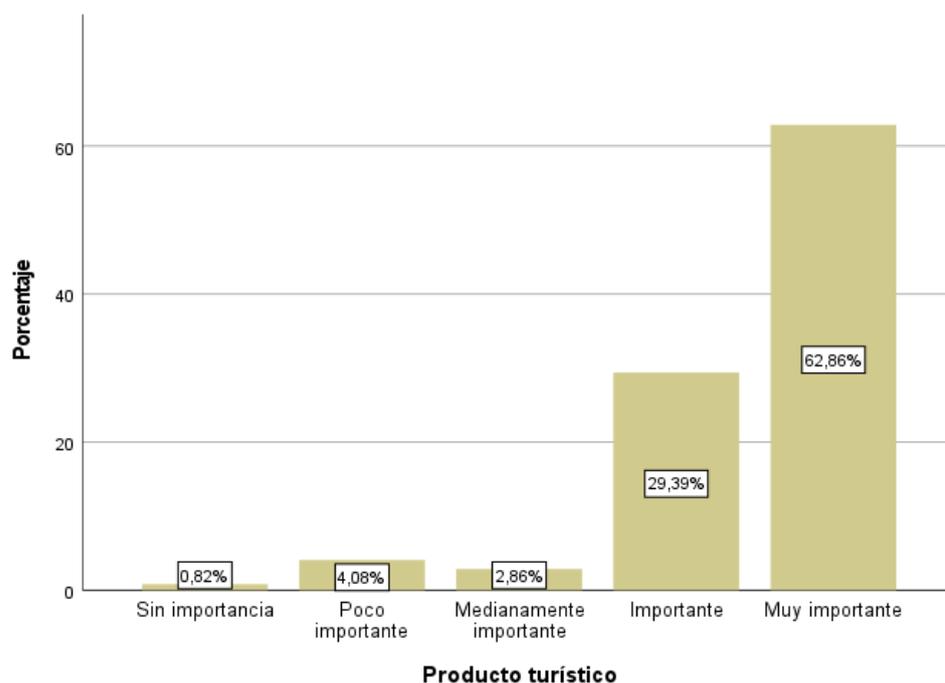
Producto turístico.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	2	0,8	0,8
	Poco importante	10	4,1	4,9
	Medianamente importante	7	2,9	7,8
	Importante	72	29,4	37,1
	Muy importante	154	62,9	100
	Total	245	100	100

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 61 *Producto turístico.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 62,86% califican la calidad del producto turístico como muy importante, el 29,39% como importante, mientras que el 2,86% como medianamente importante, el 4,08% lo califican como poco importante y el 0,82% como sin importancia. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la calidad del producto turístico ofertado en el cantón Guano es un factor muy importante y de ello dependerá el consumo del visitante.

2. ¿Considera importante la difusión de los actuales atractivos turísticos del cantón Guano?

Tabla 35

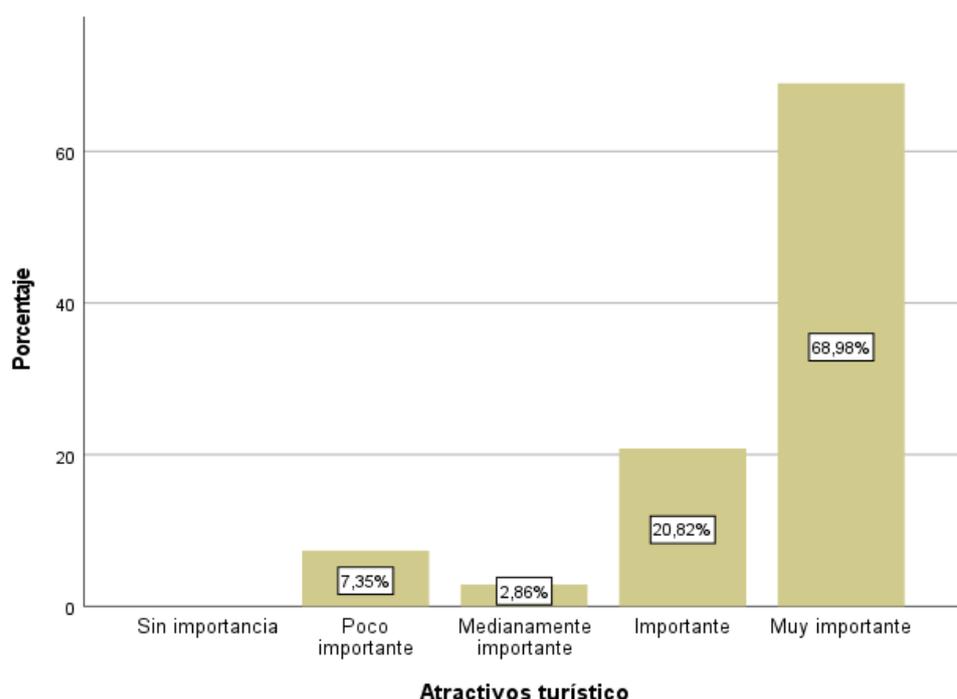
Atractivos turísticos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	0	0	0
	Poco importante	18	7,3	7,3
	Medianamente importante	7	2,9	10,2
	Importante	51	20,8	31
	Muy importante	169	69	100
	Total	245	100	100

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 62 *Atractivos turísticos.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 68,98% califican la difusión de los atractivos turísticos como muy importante, el 20,82% como importante, mientras que el 2,86% lo califican como medianamente importante y el 7,35% como sin importancia. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la difusión de los actuales atractivos turísticos del cantón es muy importante, debido a la gran riqueza cultural que estos proyectan.

3. ¿Considera importante el mantenimiento y conservación de los actuales atractivos turísticos del cantón?

Tabla 36

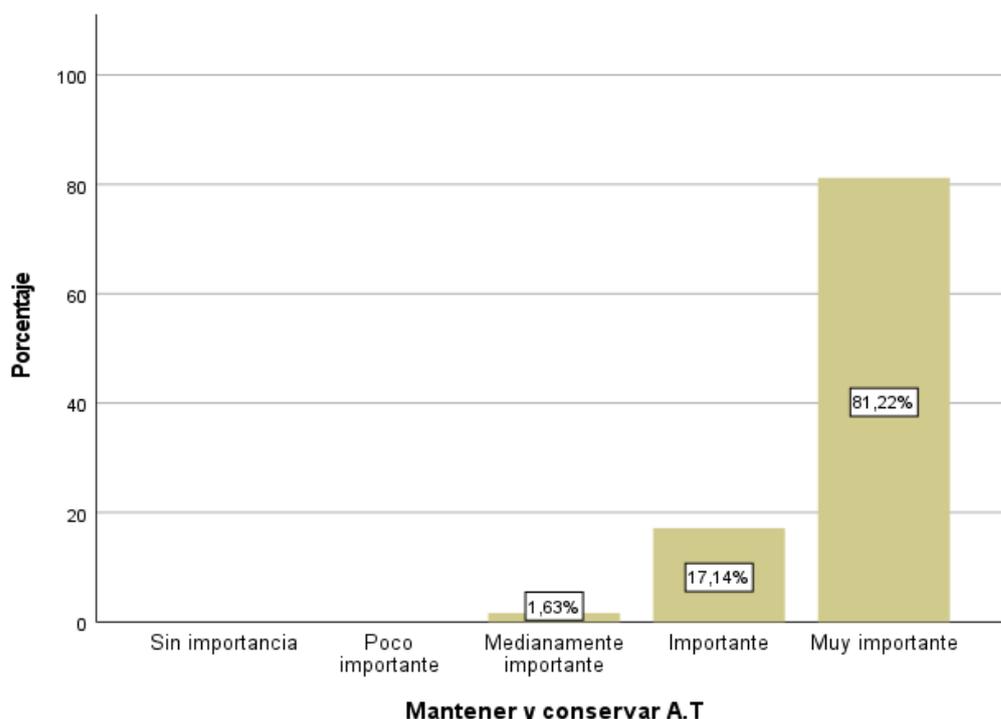
Mantener y conservar A.T.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	0	0	0	0
Medianamente importante	4	1,6	1,6	1,6
Válido Importante	42	17,1	17,1	18,8
Muy importante	199	81,2	81,2	100
Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 63 *Mantener y conservar A.T.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 81,22% califican como muy importante el mantener y conservar los atractivos turísticos, el 17,14% lo califican como importante y el 1,63% como medianamente importante. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran muy importante el mantenimiento y la conservación de los actuales atractivos turísticos del cantón Guano, con el fin de no perder el valor cultural de los mismos.

4. ¿Considera importante la difusión de los servicios turísticos presentes en el cantón Guano?

Tabla 37

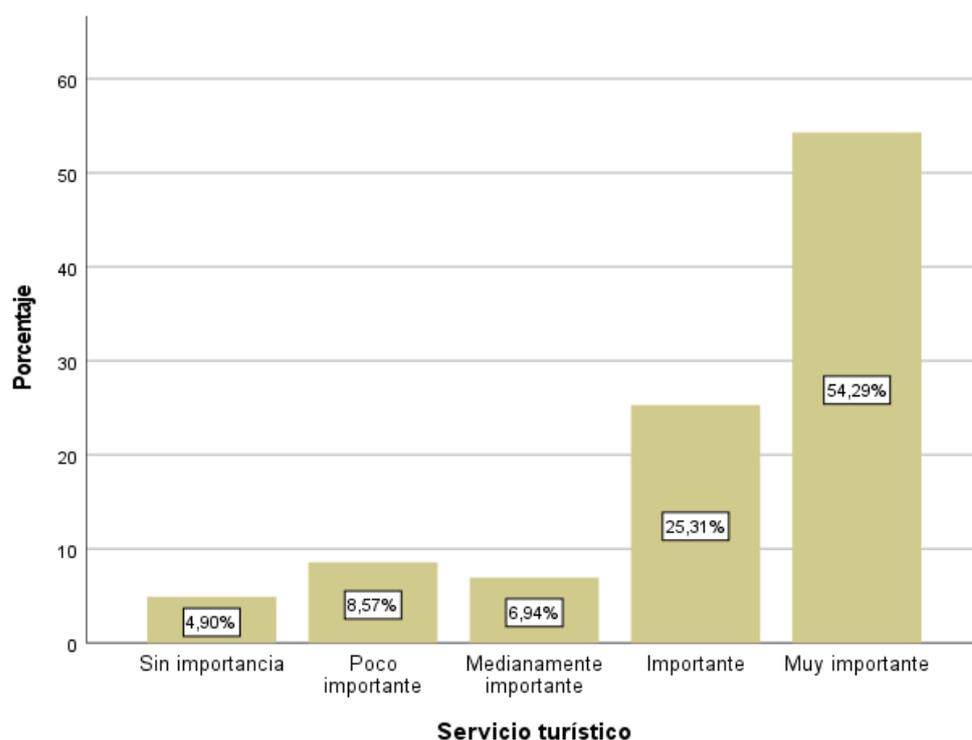
Servicios turísticos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	12	4,9	4,9
	Poco importante	21	8,6	13,5
	Medianamente importante	17	6,9	20,4
	Importante	62	25,3	45,7
	Muy importante	133	54,3	100
	Total	245	100	100

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 64 Servicios turísticos.



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 54,29% califican la difusión de los servicios turísticos como muy importante, el 25,31% como importante, mientras que el 6,94% como medianamente importante, el 8,57% como poco importante y el 4,90% lo califican como sin importancia. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran la difusión de los servicios turísticos presentes en el cantón Guano como muy importante.

5. ¿Considera importante mejorar la atención al cliente de los prestadores de servicios turísticos del cantón?

Tabla 38

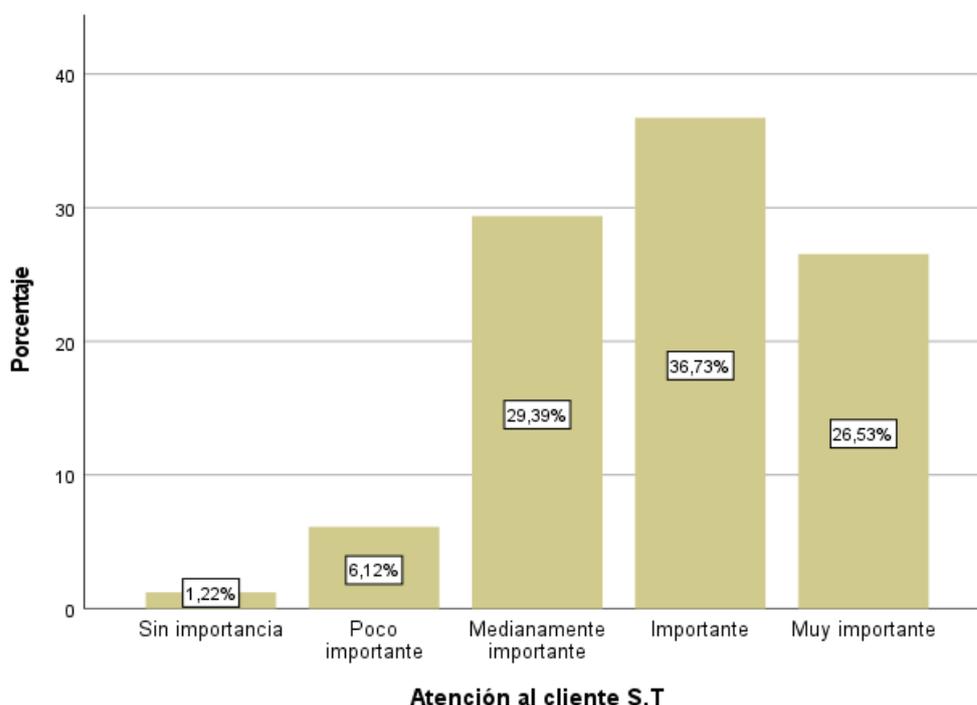
Atención al cliente S.T.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	3	1,2	1,2	1,2
Poco importante	15	6,1	6,1	7,3
Medianamente importante	72	29,4	29,4	36,7
Importante	90	36,7	36,7	73,5
Muy importante	65	26,5	26,5	100
Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 65 Atención al cliente S.T.



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 26,53% califican como muy importante mejorar la atención al cliente, el 36,73% como importante, mientras que el 29,39% lo califican como medianamente importante, el 6,12% como poco importante y el 1,22% como sin importancia. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran importante mejorar la atención al cliente con respecto a los prestadores de los servicios turísticos del cantón.

6. ¿Considera importante la difusión de las actividades turísticas que se realizan en el cantón Guano?

Tabla 39

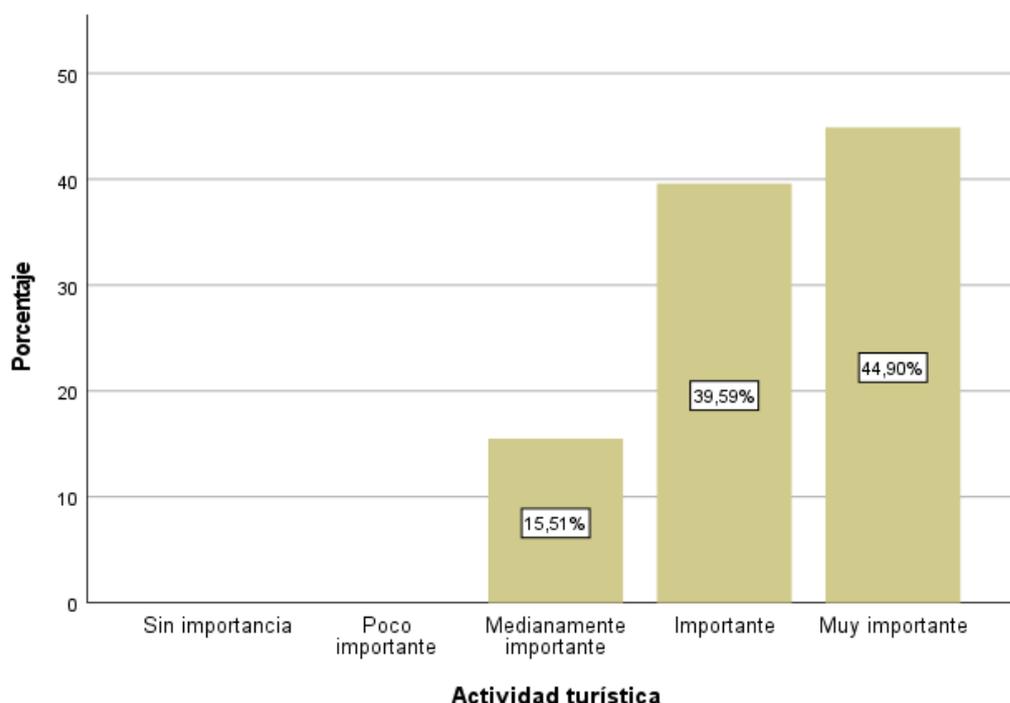
Actividad turística.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	0	0	0	0
Medianamente importante	38	15,5	15,5	15,5
Válido Importante	97	39,6	39,6	55,1
Muy importante	110	44,9	44,9	100
Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 66 *Actividad turística.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 44,90% califican como muy importante la difusión de las actividades turísticas, mientras que el 39,59% lo califican como importante y el 15,51% como medianamente importante. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la difusión de las actividades turísticas que se realizan en Guano es muy importante para que el visitante conozca y se interese en visitar el cantón.

7. ¿Considera importante que se deba implementar actividades turísticas como camping, cicloturismo, escalada, senderismo, entre otras?

Tabla 40

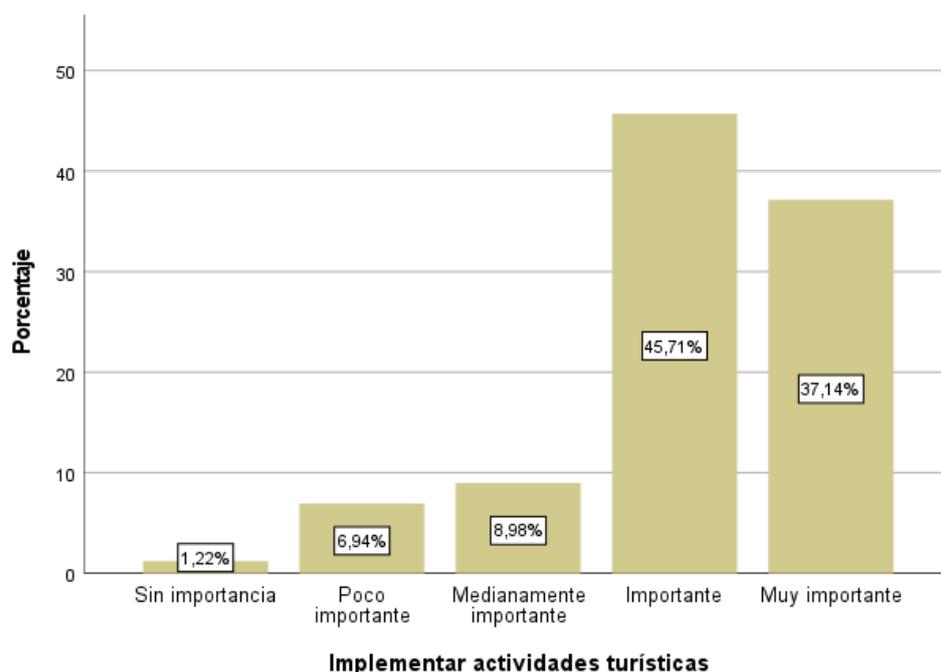
Implementar actividades turísticas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	3	1,2	1,2	1,2
Poco importante	17	6,9	6,9	8,2
Medianamente importante	22	9	9	17,1
Importante	112	45,7	45,7	62,9
Muy importante	91	37,1	37,1	100
Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 67 Implementar actividades turísticas.



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Guano, se puede observar que el 37,14% califican como muy importante el implementar actividades turísticas, mientras que el 45,71% lo califican como importante, el 8,98% como medianamente importante, el 6,94% como poco importante y el 1,22% como sin importancia. Por lo que, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran importante que se deba implementar actividades turísticas que llamen la atención del visitante, como camping, cicloturismo, escalada, senderismo, entre otras actividades.

8. ¿Considera importante generar información a partir del gusto y preferencia del consumidor-turista?

Tabla 41

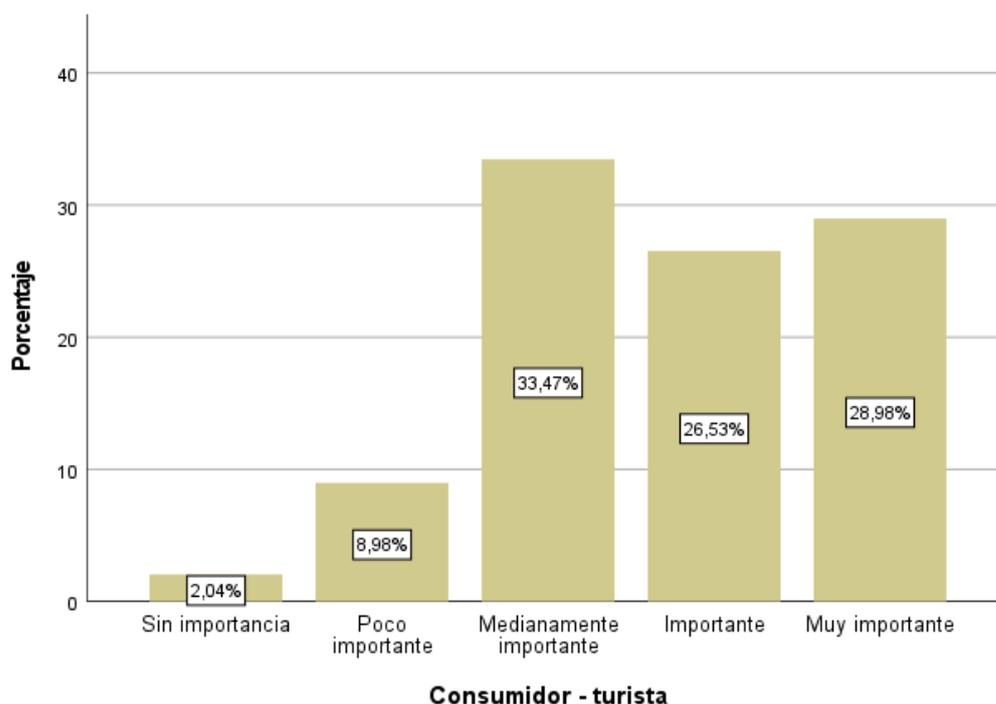
Consumidor – turista.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	5	2	2
	Poco importante	22	9	11
	Medianamente importante	82	33,5	44,5
	Importante	65	26,5	71
	Muy importante	71	29	100
	Total	245	100	100

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 68 Consumidor – turista.



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 28,98% de los visitantes califican como muy importante el generar información a través del consumidor, el 26,53% como importante, mientras que el 33,47% como medianamente importante, el 8,98% lo califican como poco importante y el 2,04% como sin importancia. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran medianamente importante generar información a partir de los gustos y preferencias del consumo-turista.

9. ¿Considera que la compra y consumo de los productos locales comercializados en el cantón Guano son importantes para el desarrollo de la actividad turística rural?

Tabla 42

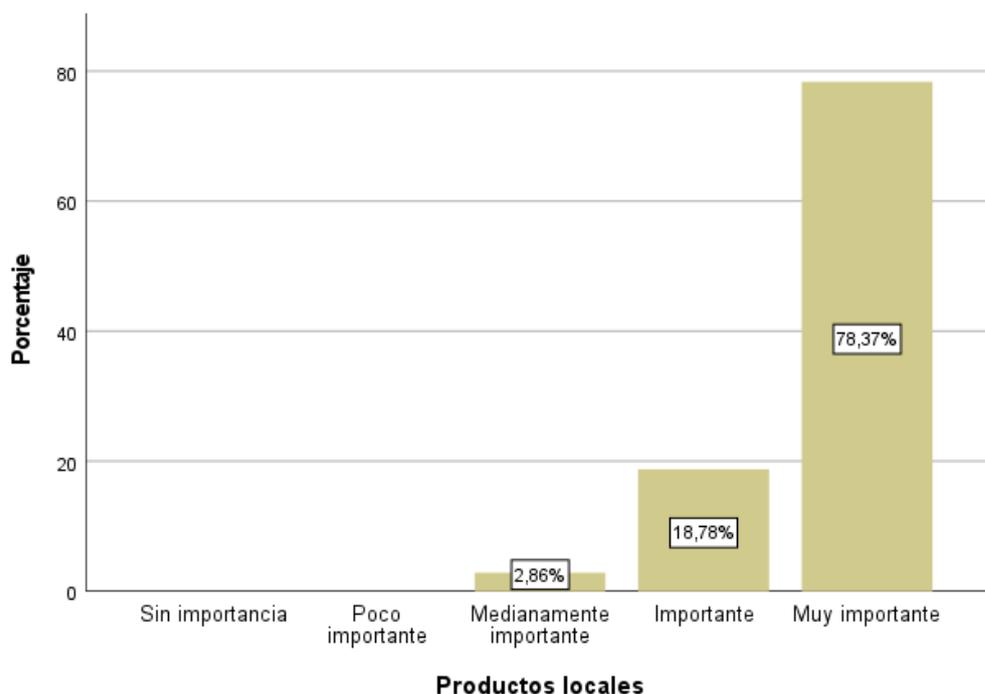
Productos locales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	0	0	0	0
Medianamente importante	7	2,9	2,9	2,9
Válido Importante	46	18,8	18,8	21,6
Muy importante	192	78,4	78,4	100
Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 69 *Productos locales.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 78,37% de los visitantes califican la comercialización para el desarrollo de la actividad turística rural como muy importante, mientras que el 18,78% como importante y el 2,86% lo califican como medianamente importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la compra y consumo de los productos locales comercializados en el cantón Guano son muy importantes para el desarrollo de la actividad turística rural.

10. ¿Considera importante que los productos de uso y consumo ofrecidos en el cantón mantengan presente esa identidad cultural que los caracteriza?

Tabla 43

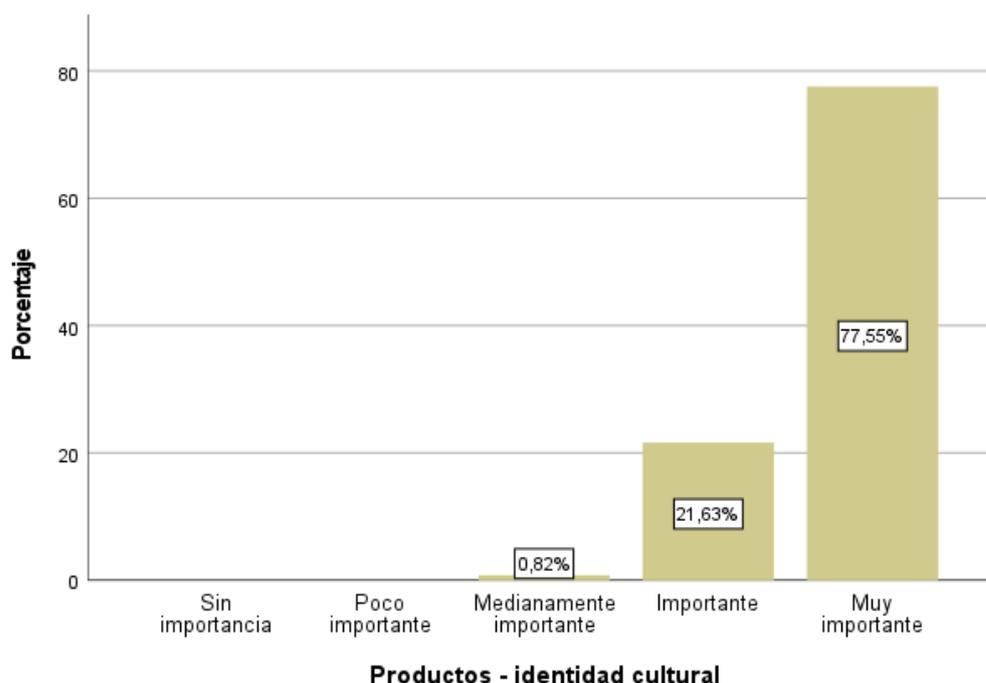
Productos - identidad cultural.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	0	0	0	0
Medianamente importante	2	0,8	0,8	0,8
Válido Importante	53	21,6	21,6	22,4
Válido Muy importante	190	77,6	77,6	100
Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 70 *Productos - identidad cultural.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 77,55% de los visitantes califican como muy importante que los productos mantengan su identidad cultural, el 21,63% lo califica como importante y el 0,82% como medianamente importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que los productos de uso y consumo que se ofrecen en el cantón Guano deben preservar esa identidad cultural que los caracteriza.

11. ¿Considera importante que se identifiquen los procesos de selección que usted utiliza para escoger destinos turísticos?

Tabla 44

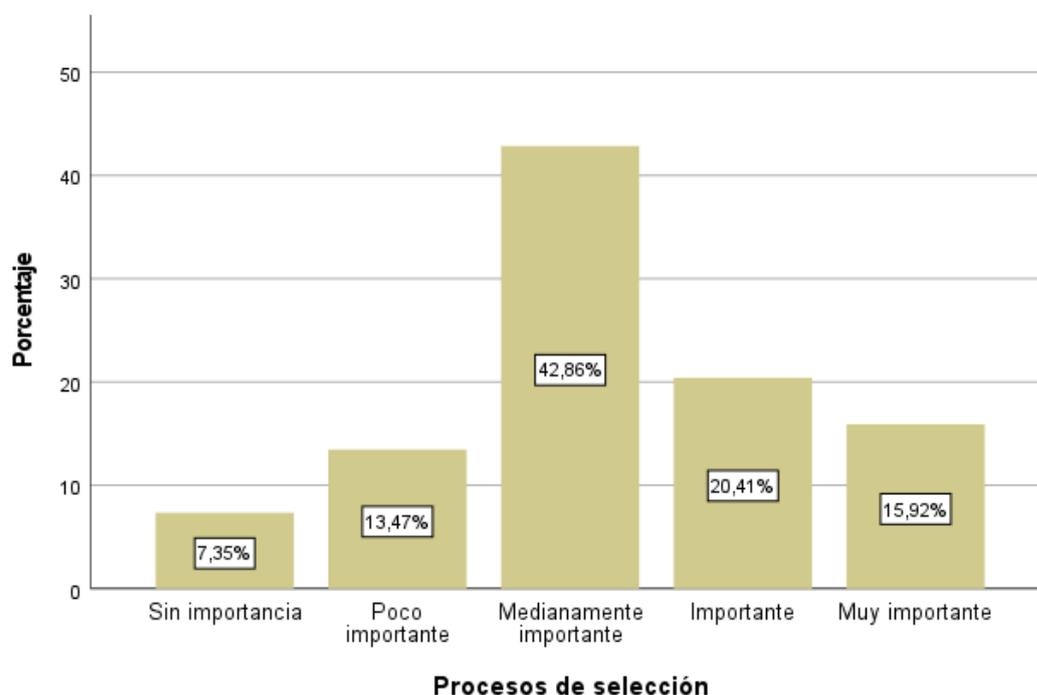
Procesos de selección.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	18	7,3	7,3
	Poco importante	33	13,5	20,8
	Medianamente importante	105	42,9	63,7
	Importante	50	20,4	84,1
	Muy importante	39	15,9	100
	Total	245	100	100

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 71 *Procesos de selección.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 15,92% de los visitantes califican que los procesos de selección son muy importantes, mientras que el 20,41% como importante, el 42,86% lo califican como medianamente importante, el 13,47% como poco importante y el 7,35% como sin importancia. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran medianamente importante identificar cuáles son los procesos de selección que los turistas utilizan para escoger destinos turísticos.

12. ¿Considera importante optimizar la recolección de información sobre las preferencias de consumo de los diferentes productos que ofrece el cantón Guano?

Tabla 45

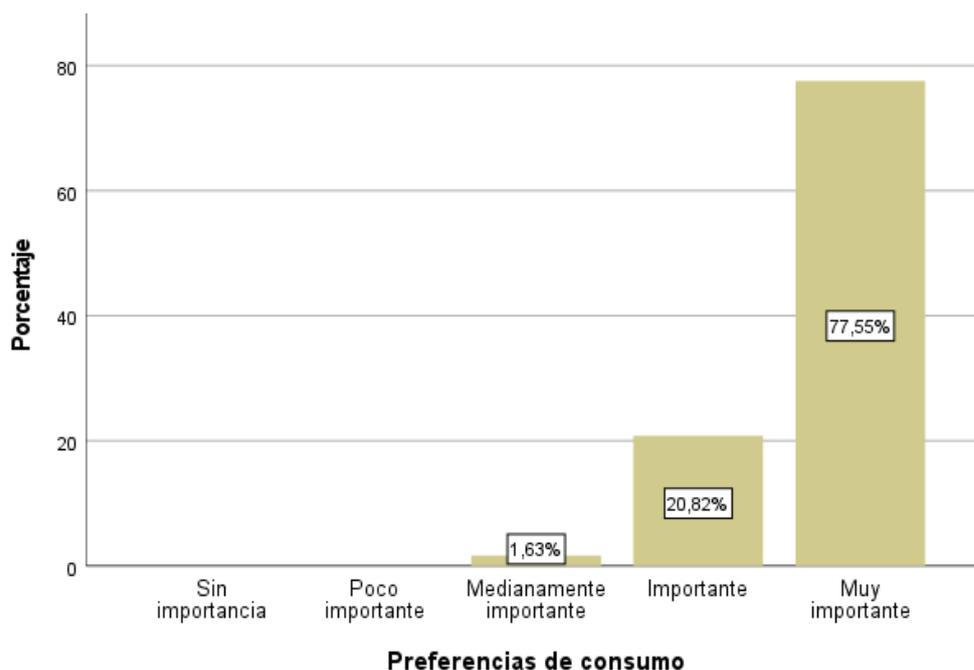
Preferencias de consumo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	0	0	0	0
Medianamente importante	4	1,6	1,6	1,6
Válido Importante	51	20,8	20,8	22,4
Muy importante	190	77,6	77,6	100
Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 72 *Preferencias de consumo.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 77,55% de los visitantes califican que optimizar la información de las preferencias de consumo es muy importante, mientras que el 20,82% lo califican como importante y el 1,63% como medianamente importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la optimización de la recolección de información acerca de las preferencias de consumo de los diferentes productos que ofrece el cantón Guano es muy importante.

13. ¿Considera importante el tomar en cuenta sus gustos y preferencias de consumo (color, diseño y textura) para generar nuevos productos?

Tabla 46

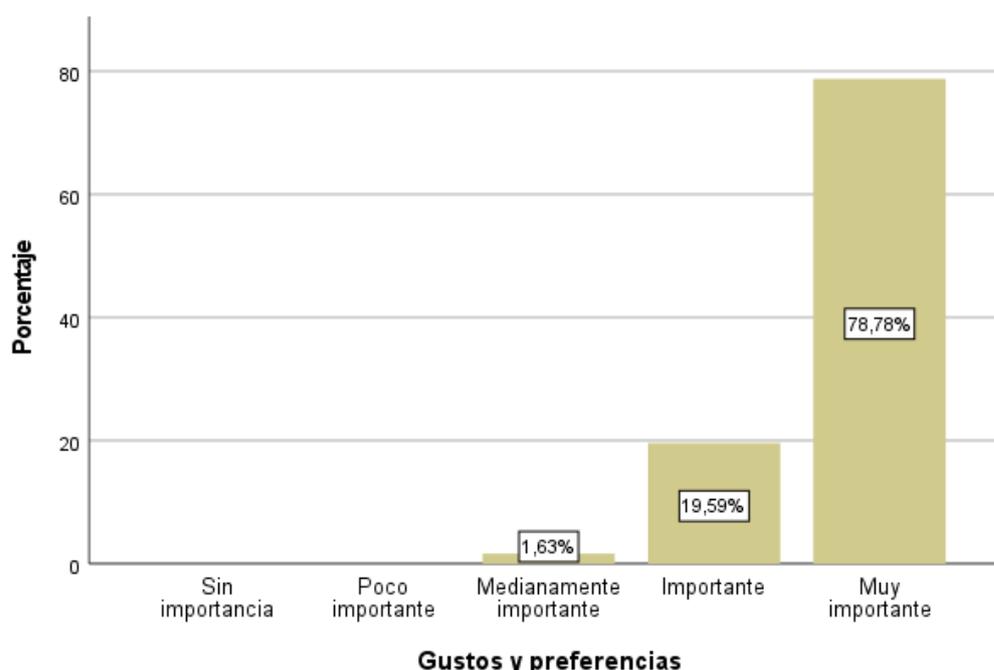
Gustos y preferencias.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	0	0	0	0
Medianamente importante	4	1,6	1,6	1,6
Válido Importante	48	19,6	19,6	21,2
Muy importante	193	78,8	78,8	100
Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 73 Gustos y preferencias.



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 78,78% de los visitantes califican que saber los gustos y preferencias de consumo es muy importante, mientras que el 19,59% lo califican como importante y el 1,63% como medianamente importante. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran muy importante tomar en cuenta los gustos y preferencias que ellos consumen tales como el color, el diseño y la textura, con el fin de generar nuevos productos para los visitantes.

14. ¿Considera importante mejorar la imagen turística que proyecta el cantón Guano hacia el visitante?

Tabla 47

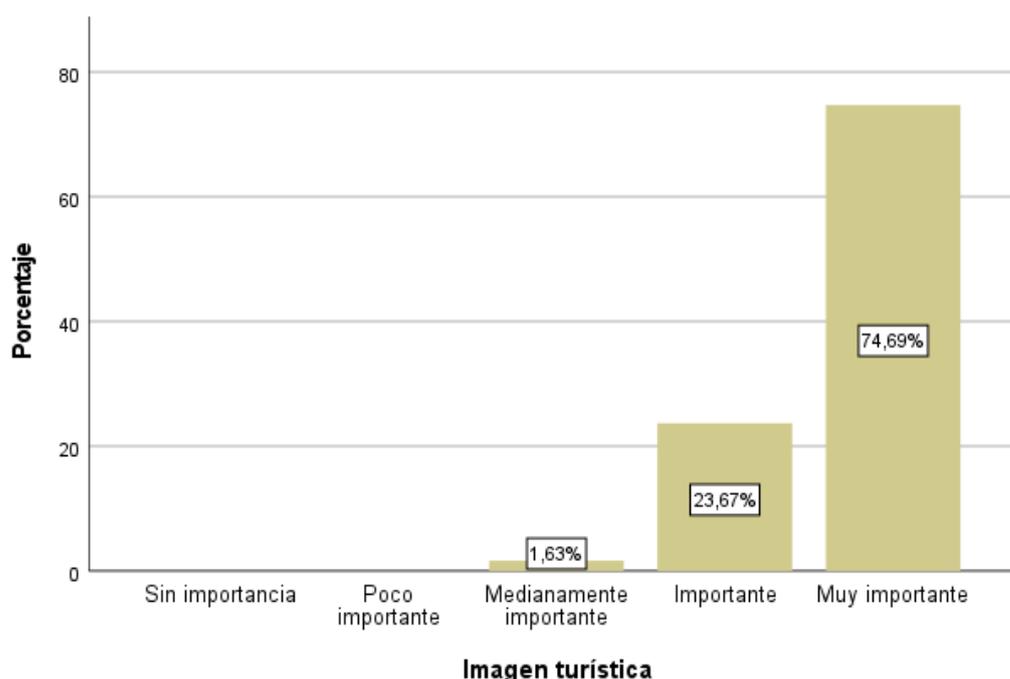
Imagen turística.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	0	0	0	0
Medianamente importante	4	1,6	1,6	1,6
Válido Importante	58	23,7	23,7	25,3
Muy importante	183	74,7	74,7	100
Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 74 *Imagen turística.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 74,69% consideran muy importante mejorar la imagen turística de Guano, mientras que el 23,67% lo califica como importante y el 1,63% como medianamente importante. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran muy importante mejorar la imagen turística que proyecta el cantón Guano hacia los visitantes, hacerlo más atractiva atraería a más turistas.

15. ¿Considera importante mejorar la percepción que tiene el turista sobre el turismo rural que se realiza en el cantón Guano?

Tabla 48

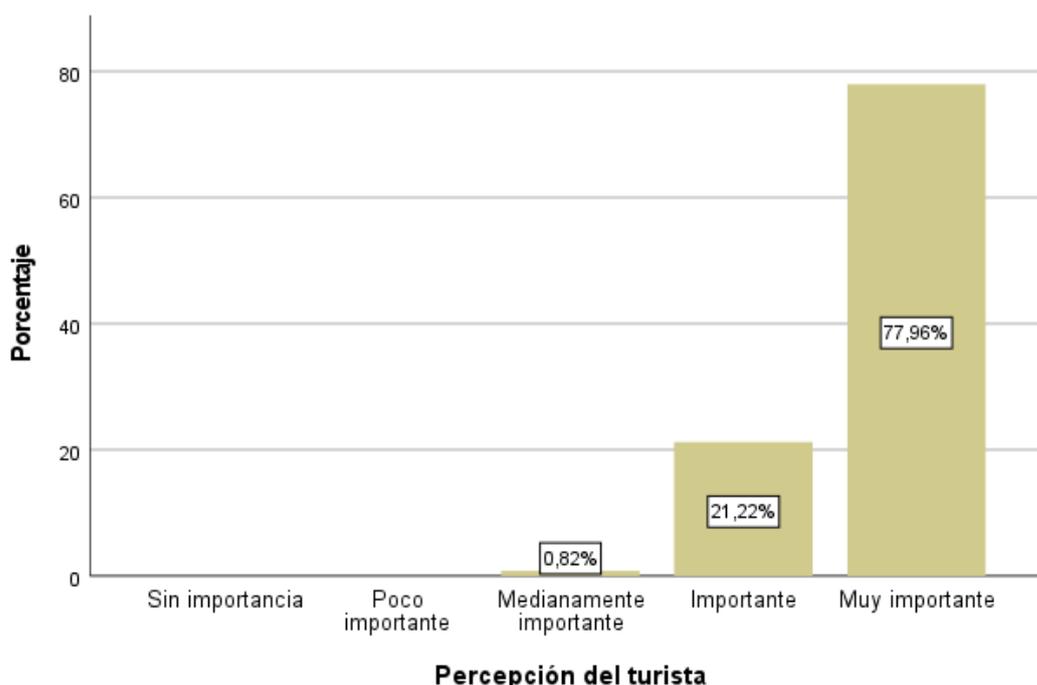
Percepción del turista.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	0	0	0	0
Medianamente importante	2	0,8	0,8	0,8
Válido Importante	52	21,2	21,2	22
Muy importante	191	78	78	100
Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 75 *Percepción del turista.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 77,96% considera muy importante mejorar la percepción que tiene el turista, mientras que el 21,22% lo califican como importante y el 0,82% como medianamente importante. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran muy importante el mejorar la percepción que tiene el turista acerca del turismo rural que se desarrolla en el cantón.

16. ¿Considera importante mejorar la percepción que tiene el turista sobre la promoción turística que se realiza en el cantón Guano?

Tabla 49

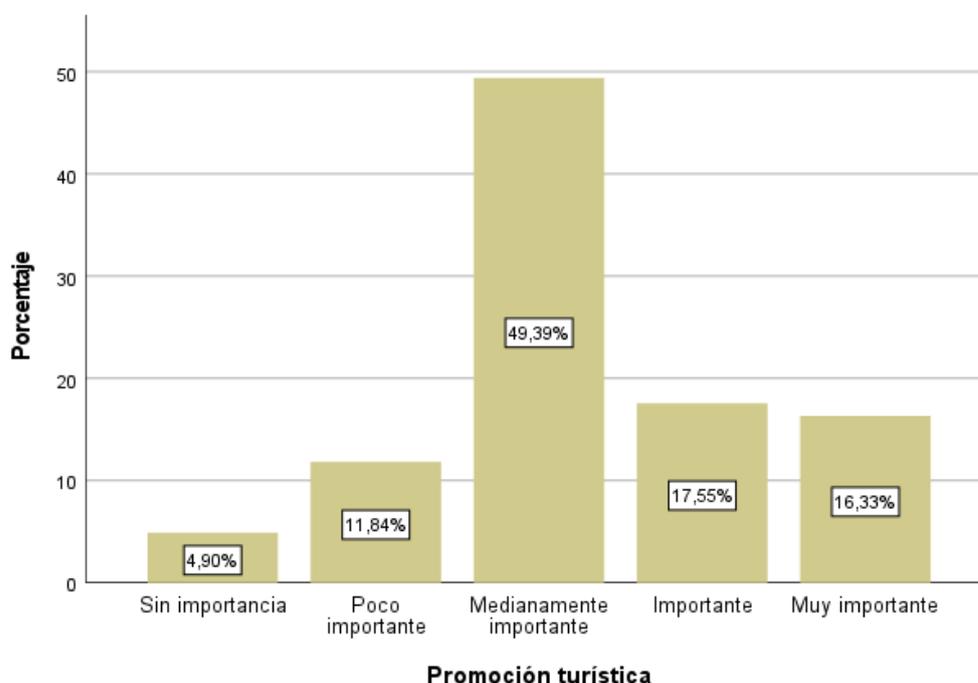
Promoción turística.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	12	4,9	4,9
	Poco importante	29	11,8	16,7
	Medianamente importante	121	49,4	66,1
	Importante	43	17,6	83,7
	Muy importante	40	16,3	100
	Total	245	100	100

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 76 Promoción turística.



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 16,33% considera muy importante mejorar la percepción del turista sobre la promoción turística, el 17,55% lo califica como importante, mientras que el 49,39% como medianamente importante, el 11,84% como poco importante y el 4,90% como sin importancia. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran medianamente importante mejorar la percepción que tiene el visitante sobre la promoción turística que se lleva a cabo en Guano.

17. ¿Considera importante que el cantón Guano se proyecte como un destino turístico seguro?

Tabla 50

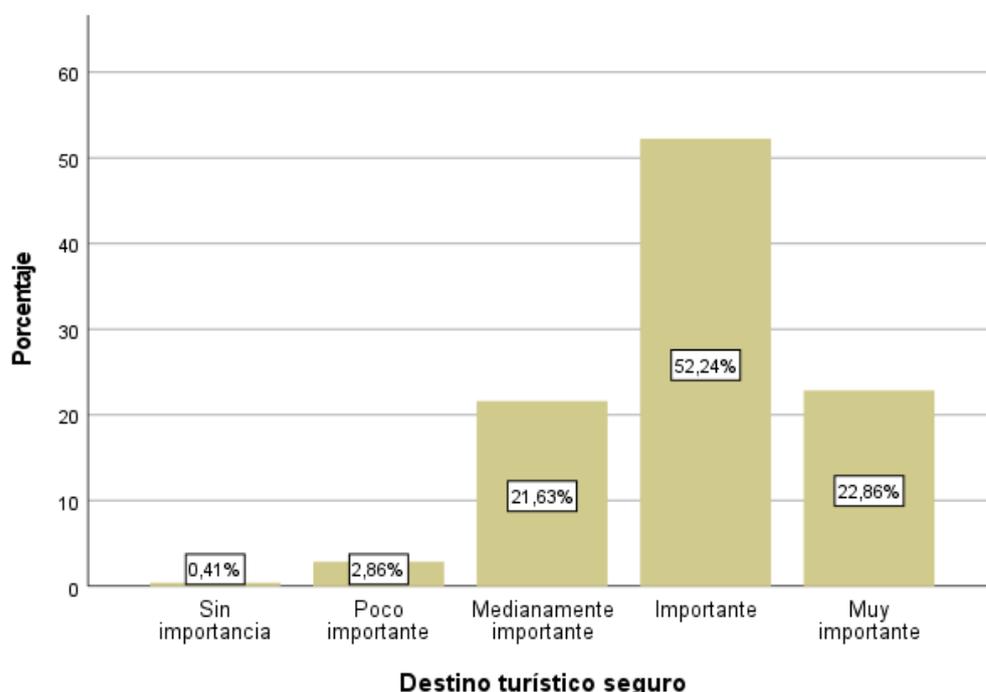
Destino turístico seguro.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	1	0,4	0,4
	Poco importante	7	2,9	3,3
	Medianamente importante	53	21,6	24,9
	Importante	128	52,2	77,1
	Muy importante	56	22,9	100
	Total	245	100	100

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 77 Destino turístico seguro.



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 22,86% considera muy importante que Guano se proyecte como un destino seguro, mientras que el 52,24% como importante, el 21,63% lo califica como medianamente importante, el 2,86% como poco importante y el 0,41% como sin importancia. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran que la proyección del cantón Guano sea visto como un destino turístico seguro, donde sea importante que el turista visite y se sienta seguro durante su estadía.

18. ¿Considera importante que el destino turístico Guano promocioe el turismo rural?

Tabla 51

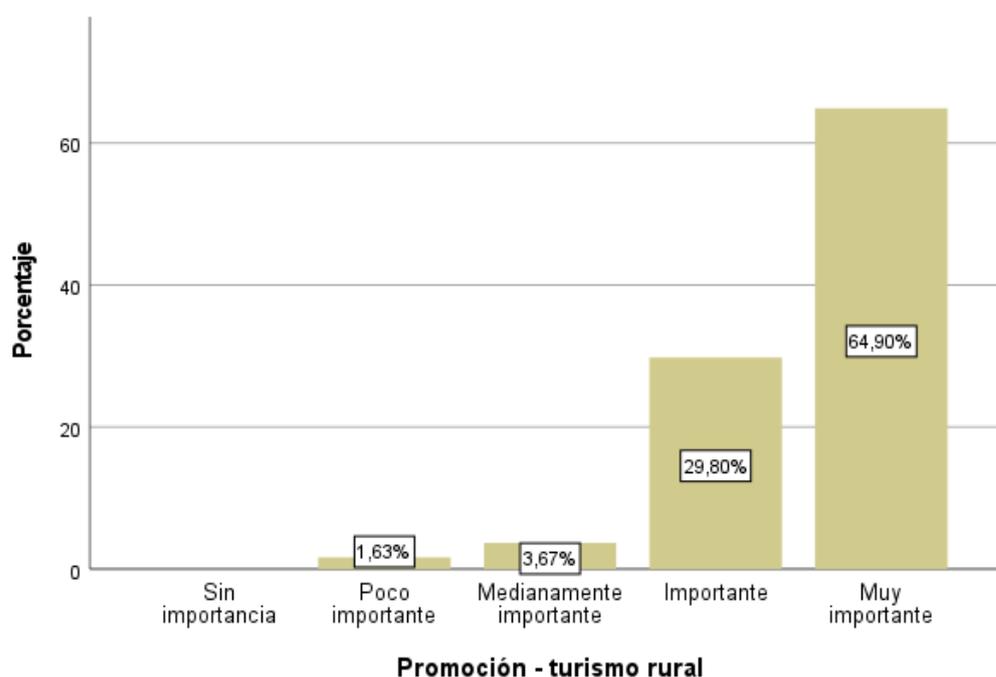
Promoción - turismo rural.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	4	1,6	1,6	1,6
Medianamente importante	9	3,7	3,7	5,3
Importante	73	29,8	29,8	35,1
Muy importante	159	64,9	64,9	100
Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 78 Promoción - turismo rural.



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 64,90% considera que la promoción del turismo rural es muy importante, mientras que el 29,80% lo califica como importante, el 3,67% como medianamente importante y el 1,63% como poco importante. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran muy importante que el destino turístico Guano promocioe el turismo rural del cantón, debido a que en ese tipo de turismo se demuestra el mayor valor patrimonial cultural e histórico juntamente con el aprendizaje vivencial.

19. ¿Considera importante que la difusión del turismo rural del cantón Guano se realice a través de medios de comunicación tradicionales y digitales?

Tabla 52

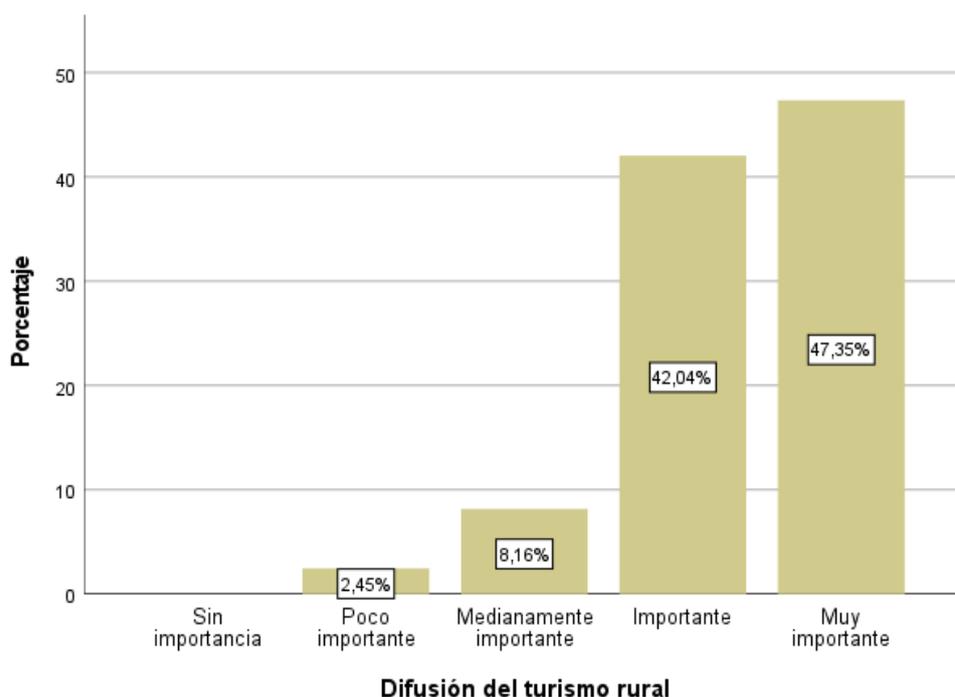
Difusión del turismo rural.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	0	0	0	0
Poco importante	6	2,4	2,4	2,4
Medianamente importante	20	8,2	8,2	10,6
Importante	103	42	42	52,7
Muy importante	116	47,3	47,3	100
Válido	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 79 *Difusión del turismo rural.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 47,35% considera muy importante la difusión del turismo rural, mientras que el 42,04% como importante, el 8,16% lo califica como medianamente importante y el 2,45% como poco importante. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran que la difusión del turismo rural del cantón es muy importante y este debe realizarse a través de medios de comunicación tanto tradicionales como digitales.

20. ¿Considera importante que las autoridades promocionen constantemente el turismo del cantón a través de los medios de comunicación?

Tabla 53

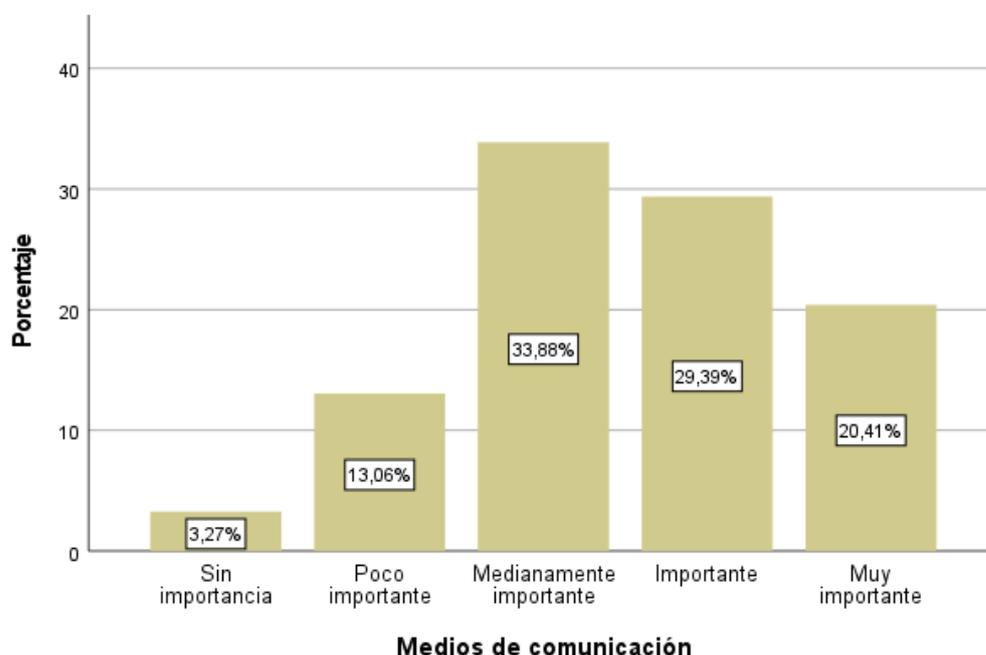
Medios de comunicación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin importancia	8	3,3	3,3	3,3
Poco importante	32	13,1	13,1	16,3
Medianamente importante	83	33,9	33,9	50,2
Importante	72	29,4	29,4	79,6
Muy importante	50	20,4	20,4	100
Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 80 Medios de comunicación.



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Mediante las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guano, se observó que el 20,41% considera muy importante que se utilice medios de comunicación para la promoción, mientras que el 29,39% como importante, el 33,88% lo califica como medianamente importante, el 13,06% como poco importante y el 3,27% como sin importancia. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas consideran medianamente importante que las autoridades promocionen de manera constante el turismo del cantón Guano por medios de comunicación.

Información complementaria

C.1 ¿Cómo percibe usted la imagen turística que proyecta el cantón Guano?

Tabla 54

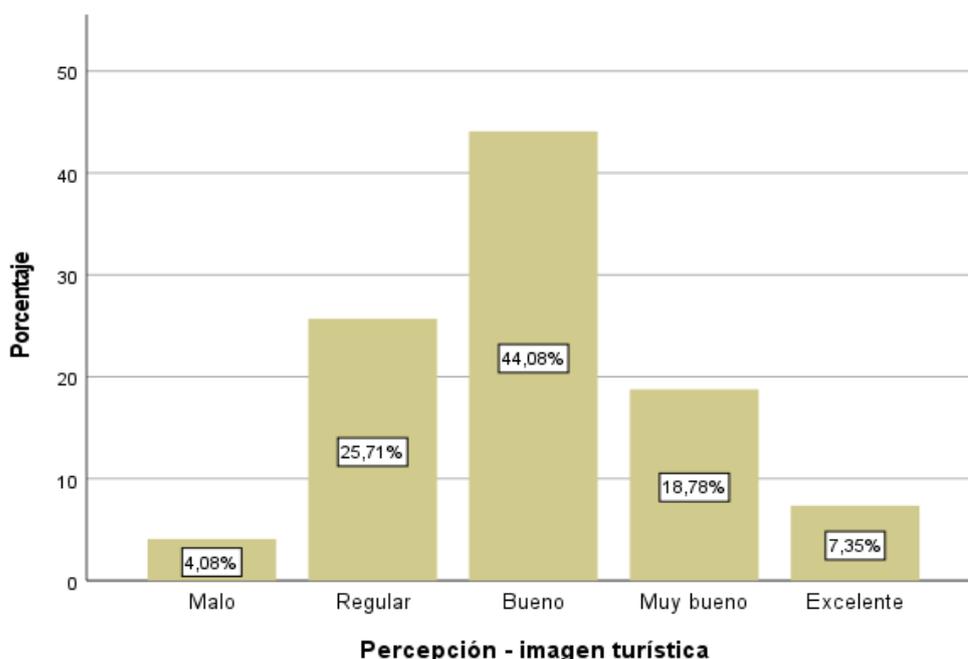
Percepción - imagen turística.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	10	4,1	4,1
	Regular	63	25,7	29,8
	Bueno	108	44,1	73,9
	Muy bueno	46	18,8	92,7
	Excelente	18	7,3	100
Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 81 *Percepción - imagen turística.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 7,35% de los visitantes perciben la imagen turística del cantón Guano como excelente, mientras que el 18,78% como muy bueno, seguido del 44,08% como bueno, el 25,71% lo percibe como regular y el 4,08% como malo. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas perciben una buena imagen turística del cantón Guano.

C.2 ¿Estaría usted dispuesto a recomendar a más personas visitar el cantón Guano?

Tabla 55

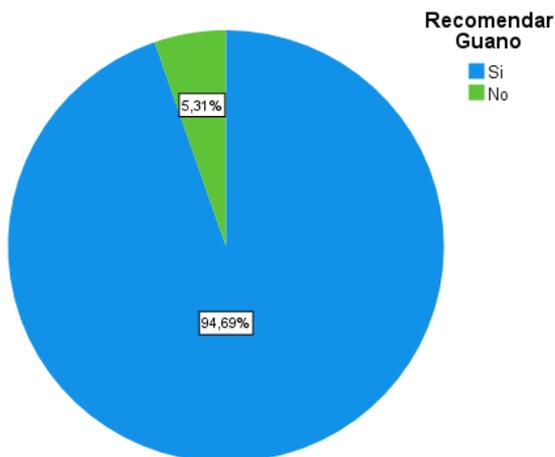
Recomendar Guano.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	232	94,7	94,7	94,7
	No	13	5,3	5,3	100
	Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 82 *Recomendar Guano.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 94,69% de los visitantes recomiendan visitar Guano, mientras que el 5,31% no lo recomiendan. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas estarían dispuestos a recomendar a más personas visitar el cantón Guano.

C.3 ¿Percibe usted al cantón Guano como un destino turístico económico?

Tabla 56

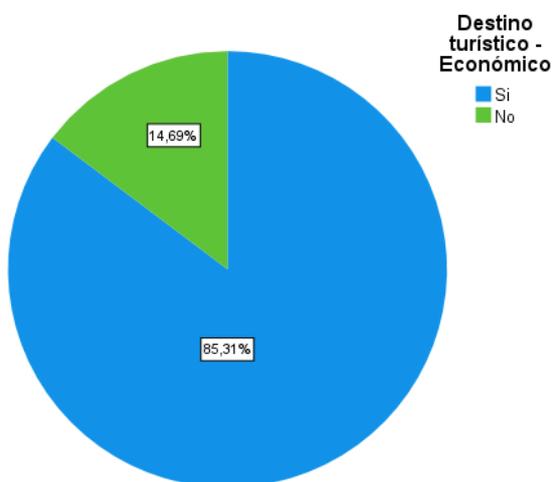
Destino turístico - Económico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	209	85,3	85,3	85,3
	No	36	14,7	14,7	100
	Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 83 *Destino turístico - Económico.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 85,31% de los visitantes perciben a Guano como un destino turístico económico, mientras que el 14,69% no lo perciben de la misma manera. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas perciben al cantón Guano como un destino turístico económico, razón por la cual muchos turistas deciden visitar y disfrutar de su estadía.

C.4 ¿Cómo percibe usted la seguridad turística que brinda el cantón Guano a sus turistas?

Tabla 57

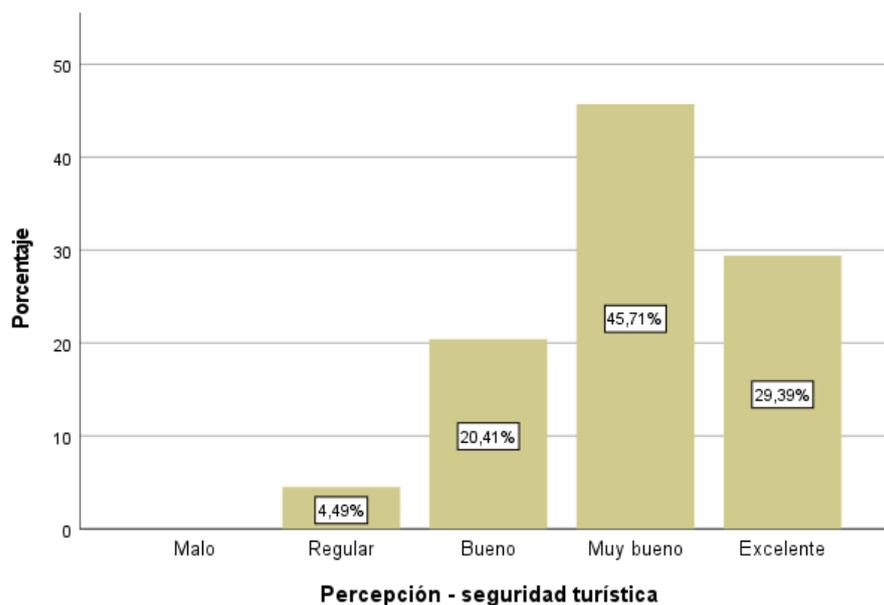
Percepción - seguridad turística.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	11	4,5	4,5	4,5
	Bueno	50	20,4	20,4	24,9
	Muy bueno	112	45,7	45,7	70,6
	Excelente	72	29,4	29,4	100
	Total	245	100	100	

Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Imagen 84 *Percepción - seguridad turística.*



Fuente: Sistema IBM SPSS Statistics 27

Elaboración: Barragán, J. (2024)

Según los resultados de las encuestas aplicadas, se puede observar que el 29,39% de los visitantes perciben la seguridad turística del cantón Guano como excelente, mientras que el 45,71% como muy bueno, seguido del 20,41% que lo percibe como bueno y el 4,49% como regular. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas perciben la seguridad turística que brinda el cantón Guano a sus visitantes como muy buena.