



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

TEMA:

**“PERCEPCIÓN DEL TURISTA SOBRE EL SERVICIO DE
GUIANZA EN LA COMUNA SALANGUILLO PARROQUIA
COLONCHE CANTÓN SANTA ELENA”**

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTORA:

SRTA. JOSELIN CATHERINE MENDOZA MEJÍA

LA LIBERTAD – ECUADOR

OCTUBRE - 2017



TEMA:

**“PERCEPCIÓN DEL TURISTA SOBRE EL SERVICIO DE GUIANZA EN
LA COMUNA SALANGUILLO PARROQUIA COLONCHE CANTÓN
SANTA ELENA”**

AUTORA:

Mendoza Mejía Joselin Catherine

TUTOR:

Lcdo. Arnaldo Efrén Mendoza Tarabó, MSc.

Resumen

En la comuna Salanguillo existen atractivos turísticos naturales que son visitados de manera estacional por turistas nacionales y extranjeros, para mejorar su experiencia hacen uso de guías turísticos que existen en esta localidad, sin embargo se desconoce cómo este es percibido por el visitante, por lo tanto la presente investigación tiene como propósito principal identificar la percepción del turista sobre el servicio guiado de la comuna Salanguillo. Para cumplir con este el proceso metodológico se basó en la investigación exploratoria, con un enfoque cuali-cuantitativo, utilizando encuestas y entrevistas. Entre los principales resultados encontrados, se destaca que la percepción que tiene el turista sobre el servicio guiado donde las competencias laborales de los guías fueron buenas, corroborando estos resultados los propios guías al resaltar estos aspectos dentro de su labor.

Palabras clave: Turismo – Percepción del turista – Guianza – Guía

**THEME:**

**“ PERCEPTION OF THE TOURIST ON THE SERVICE OF GUIDANCE
IN THE COMMUNE SALANGUILLO PARISH COLONCHE CANTON
SANTA ELENA”**

AUTHOR:

Mendoza Mejía Joselin Catherine

TUTOR:

Lcdo. Arnaldo Efrén Mendoza Tarabó, MSc.

Summary

In the commune Salanguillo there are natural tourist attractions that are visited in a seasonal way by national and foreign tourists, to improve their experience they make use of tourist guides that exist in this locality, however it is not known how this one is perceived by the visitor, therefore The main purpose of the present investigation is to identify the perception of the tourist on the guided service of the commune of Salanguillo. To comply with this, the methodological process was based on exploratory research, with a qualitative-quantitative approach, using surveys and interviews. Among the main results found, it is highlighted that the perception of the tourist on the guided service where the labor competencies of the guides were good, corroborating these results the guides themselves highlighting these aspects within their work.

Keywords: Tourism - Perception of the tourist – Guiding - Guide

La Libertad, octubre 16 del 2017

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, **“DESEMPEÑO LABORAL DE LOS GUÍAS TURÍSTICOS Y LA PERCEPCIÓN DEL TURISTA SOBRE EL SERVICIO DE GUIANZA EN LA COMUNA SALANGUILLO, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA”**, elaborado por la Srta. Joselin Catherine Mendoza Mejía, egresada de la Carrera de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración en Turismo, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final de trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

**Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
TUTOR**

La libertad, octubre 16 del 2017

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el título de **“DESEMPEÑO LABORAL DE LOS GUÍAS TURÍSTICOS Y LA PERCEPCIÓN DEL TURISTA SOBRE EL SERVICIO DE GUIANZA EN LA COMUNA SALANGUILLO, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA”**, elaborado por **MENDOZA MEJÍA JOSELIN CATHERINE** declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica, educativa, empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la facultad de **Ciencias Administrativas** carrera **Hotelería y Turismo** pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,

.....

Mendoza Mejía Joselin Catherine

C. C. No.: 092286416-0

DEDICATORIA

Dedico este trabajo:

A Dios quien es la guía de mi vida, por darme cuanto necesito para seguir progresando en mi vida personal y profesional, pues sin Él nada hubiera sido posible.

A mi madre, Sra. María Mejía Olivares, quien ha sido mi motor fundamental para seguir adelante con mis estudios, que con su esfuerzo, humildad, valentía y amor supo apoyarme dándome la oportunidad de conocerme a mí misma y saber que con esfuerzo y dedicación nada es imposible.

A todas las personas que intervinieron con sus palabras de aliento y consejos para la conquista de este ideal, a ellos dedico este trabajo.

Joselin Mendoza Mejía.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por brindarme sabiduría, fuerza, intelecto y capacidad para cumplir mi meta trazada.

A mi madre por siempre confiar en mí y sin escatimar esfuerzos me ha apoyado para que hoy mi sueño se vea realizado.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Linda Núñez Guale, MBA
DECANA DE FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DIRECTOR DE CARRERA
HOTELERÍA Y TURISMO

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
PROFESOR TUTOR

Ing. Jhony Yumisaca Tuquina, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Brenda Reyes Tomalá, MSc.
SECRETARIA GENERAL

ÍNDICE

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR	IV
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
TRIBUNAL DE GRADO	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XIII
ÍNDICE DE ANEXOS	XIV
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	7
MARCO TEÓRICO	7
1.1. REVISIÓN DE LA LITERATURA	7
1.2. DESARROLLO DE LAS TEORÍAS Y CONCEPTOS	10
1.2.1 Percepción del turista	10
1.2.1.1 Estímulos del turista.....	11
1.2.1.3 El sentido del olfato	12
1.2.1.4 El sentido del tacto	13
1.2.1.5 El sentido auditivo	13
1.2.1.6 El sentido del gusto	14
1.2.1.7 Experiencia del turista.....	14
1.2.1.8 Emociones del turista	16
1.2.1.9 Satisfacción de las necesidades	17
1.2.1.10 Deseos del turista	19

1.2.2 Guianza	19
1.2.2.1 Competencia general del guía local	20
1.2.2.2 Conocimiento del guía	22
1.2.2.3 Actitud de los guías	22
1.2.2.4 Habilidades del guía	23
1.3. FUNDAMENTOS SOCIALES Y LEGALES	24
1.3.1 Fundamentos Sociales	24
1.3.1.1 Aspectos geográficos	24
1.3.1.2 Aspectos históricos	25
1.3.1.3 Aspectos demográficos	26
1.3.1.4 Aspectos económicos.	28
1.3.1.5 Aspectos turísticos	28
1.3.2 Fundamentos legales.	30
Constitución de la República del Ecuador.	30
Trabajo y seguridad social	30
Ley de Turismo.	30
CAPÍTULO II	33
MATERIALES Y MÉTODOS.....	33
2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	33
2.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	33
2.2.1 Método Analítico – Sintético	33
2.2.2 Método Inductivo – Deductivo	33
2.2.3 Método Cual-cuantitativo	33
2.3 DISEÑO DE MUESTREO	33
Población y muestra	33

2.4	DISEÑO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	35
2.4.1	Encuesta	36
2.4.2	Entrevista.....	36
	CAPÍTULO III.....	33
	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	33
3.1	ANÁLISIS DE DATOS.....	33
3.1.1.	Análisis de la entrevista	33
3.1.2.	Análisis de la encuesta a turistas.....	40
3.2.	LIMITACIONES	55
3.3.	DISCUSIÓN	57
	CONCLUSIONES	60
	RECOMENDACIONES	61
	BIBLIOGRAFÍA	61
	ANEXOS	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población de estudio	34
Tabla 3 Muestra guías locales	36
Tabla 4 Presupuesto	87
Tabla 5 Presupuesto general.....	87

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Mapa de ubicación geográfica	24
Gráfico 2 Edad	40
Gráfico 3 Género.....	41
Gráfico 4 Lugar de procedencia.....	42
Gráfico 5 Estado civil.....	43
Gráfico 6 Nivel de Instrucción.....	44
Gráfico 7 Motivo de visita	45
Gráfico 8 Servicio de guía.....	46
Gráfico 9 Puntualidad del guía.....	47
Gráfico 10 Rendimiento percibido.....	48
Gráfico 11 Nivel de emoción	49
Gráfico 12 Entusiasmo del guía	50
Gráfico 13 Conocimiento del guía	51
Gráfico 14 Nivel de interrelación.....	52
Gráfico 15 Actitud del guía.....	53
Gráfico 16 Nivel de desempeño.....	54

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Matriz de consistencia.....	69
ANEXO 2 Matriz de Operacionalización de los resultados.....	73
ANEXO 3 Formatos de instrumentos de recolección de datos.....	75
ANEXO 4 Aspectos legales	79
ANEXO 5 Evidencias fotográficas de recolección de información mediante entrevista	80
ANEXO 6 Evidencias fotográficas de recolección de información mediante encuesta.....	80
ANEXO 7 Evidencias fotográficas de la comunidad.....	82
ANEXO 8 Evidencias fotográficas de atractivos.....	84

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo se titula “Percepción del turista sobre el servicio de guianza en la comuna Salanguillo parroquia Colonche cantón Santa Elena”.

El mundo actual sigue una economía global que tiene gran impacto en la industria de los viajes, el turista actual vive la aventura, siente curiosidad hacia lo desconocido y anhela conocer nuevos destinos, explorar nuevas culturas y conocer de la diversidad de flora y fauna es por ello que existe la necesidad de contratar a una persona preparada para que los guíe.

En los últimos años la afluencia turística se ha caracterizado por los grandes desplazamientos cuyo motivo en general es vacacionar y durante su estancia realizar distintas actividades como caminatas, visitas a museos, recorridos de senderos, visitas a ferias, entre otras.

En Ecuador se realiza la actividad de guianza debido a que es un país pluricultural y biodiverso que motiva a ser visitado y explorado logrando cautivar a turistas de otros países ya sea por curiosidad o por el servicio que ofrece.

Específicamente el interés por ofertar servicios de calidad está presente en los servidores turísticos, ya que de esto depende el retorno y la recomendación que puede realizar un visitante a familiares y amigos para que conozca un destino, sin embargo esto no discrepa ni aparta al servicio de guianza, que se lleva a cabo dentro del territorio del país, y que es imprescindible para el desarrollo del turismo en las localidades donde se ejecuta.

Los guías de los destinos turísticos son personas preparadas para realizar esta actividad siempre ofreciendo un servicio de calidad para el pronto retorno del visitante.

En la provincia de Santa Elena se ofrece el servicio de guianza en diferentes comunidades, efectuado por guías nativos, los cuales realizan los diversos recorridos y demuestran sus conocimientos de manera empírica y basados en su experiencia al visitante que llega a sus localidades, a pesar de aquello no se conoce el desempeño laboral y más aún la percepción del turista, elementos que de no tratarse podrían generar aspectos negativos para el desarrollo del turismo en la provincia.

Salanguillo se encuentra localizado en la provincia de Santa Elena Parroquia Colonche cerca de la comuna Manantial de Guangala, la misma está ubicado en la parte norte de la Ruta del Spondylus.

En la comuna Salanguillo se generan actividades turísticas relacionadas con la naturaleza y aventura ya que presenta una gran diversidad de flora y fauna, además de sus otros atractivos naturales que llaman la atención de los turistas nacionales y extranjeros, sin embargo, posee falencias en el servicio de guianza debido a que no cuentan con capacitaciones continuas, además que por la afluencia de turistas personas locales que no tienen experiencia realizan el servicio de manera empírica lo cual afecta la percepción que tiene el turista sobre la guianza.

La demanda turística es creciente ya que en los últimos dos años ha recibido gran cantidad de turistas, la afluencia de visitantes que tiene la comuna se da más en temporada alta y en esa época los días con mayor frecuencia son los fines de semana.

La mayoría se traslada hacia esta comunidad en transporte privado y por lo general en camionetas por la dificultad del camino, sin embargo, el transporte público también pasa por la localidad pero solo en dos horarios debido al estado de su red vial y la poca afluencia de personas quienes deciden hacer trasbordo en moto para llegar a la comunidad más cercana cuyo nombre es Manantial de Guangala, donde el bus de la cooperativa del mismo nombre realiza su recorrido cada 20 minutos.

A pesar de estos aspectos se sigue generando la actividad turística en esta comunidad y la presencia de los guías turísticos es indispensable ya que estos se requieren para llevar a cabo los recorridos a los visitantes.

No obstante, la demanda que tiene actualmente corre el riesgo de disminuir y por ende estaría propensa a salir del mercado turístico lo cual no es viable para la población. Por tal razón es necesario diseñar estrategias de satisfacción para mejorar la percepción de los turistas en cuanto al servicio de guianza en la comuna Salanguillo.

El actual trabajo de investigación se delimita de la siguiente manera:

CAMPO: Turístico.

ÁREA: Oferta turística.

ASPECTO: Desarrollo turístico.

En relación al estudio se establecen otras variables que tienen relación con la percepción que tiene el turista sobre estos, en este sentido se desconoce cuáles son las competencias con la que cuenta el guía.

Otro problema latente es la escasa preparación o capacitación que tienen los guías, quienes no actualizan sus conocimientos, debido a la nula gestión de las autoridades locales y gubernamentales, generando consigo que se perciban aspectos negativos por parte de las diferentes segmentos de turistas, quienes tienen exigencias variadas.

Para el presente trabajo se formuló el problema;

¿Cómo mejorar la percepción del turista sobre el servicio de guianza en la comuna Salanguillo?

Además se planteó el objetivo con sus respectivas tareas científicas;

Diseñar estrategias de satisfacción para mejorar la percepción de los turistas en cuanto al servicio de guianza en la comuna Salanguillo.

- Evaluación del servicio de guianza en la comuna Salanguillo.
- Identificar la percepción del turista al recibir el servicio de guianza en la comuna Salanguillo.
- Diseño de estrategias de satisfacción para mejorar la percepción del turista.

La presente investigación se consideró la idea a defender la cual corresponde a;
El desarrollo de estrategias aplicadas en la satisfacción del servicio de guianza mejora la percepción del turista.

El proyecto se justifica con un estudio que permitirá conseguir datos reales, específicos y actualizados del desempeño de los guías, además tiene importancia para la comunidad ya que se busca que se convierta en un sitio optativo para disfrutar, experimentar y conocer cada uno de sus atractivos.

Por lo tanto, la necesidad de este trabajo se enfoca en el desempeño laboral de los guías turísticos y la percepción que tiene el turista en cuanto al servicio de guianza que se oferta en el lugar, dando a conocer información de la actual oferta turística la cual será puesta en valor para determinar la satisfacción de los turistas con el consumo de los servicios, de tal modo que ambas partes se benefician y a su vez se crea fuentes de trabajo directos e indirectos.

Manifiesta su importancia, ya que se prevé determinar el valor de los servicios turísticos y su incidencia en el desarrollo de la actividad como preámbulo de las estructuras sociales y económicas, también será viable para su oportuno aprovechamiento de recursos.

Conlleva también una utilidad metodológica ya que es necesario aplicar diferentes métodos y técnicas para obtener resultados veraces que contribuyan a la investigación pudiendo este ser empleado o referenciado en otros proyectos similares que realice la comunidad científica en relación o con respecto a esta temática.

Esta investigación tiene una gran notabilidad ya que el turismo en la actualidad tiene como tendencia los sitios rurales y sus diversas modalidades de turismo, la cual diversifica la oferta turística, de la misma manera tributa como un aporte científico y profesional en el lugar de estudio como en la provincia en general.

Este proyecto también se justifica por la eficacia que tiene el mismo, ya que los resultados que se obtengan permitirán conocer si el desempeño laboral de los guías es realizado de manera eficiente o deficiente y cómo estos aportan o disminuyen la satisfacción del turista cuando este los percibe, los mismos que pueden servir para realizar propuestas de mejora al servicio de guianza del destino, así mismo esta investigación puede servir como punto de partida para llevar a cabo otras investigaciones y propuestas que ayuden a fomentar el desarrollo de la oferta y por ende el desarrollo del turismo de la comunidad.

La presente investigación está estructurada por los siguientes capítulos;

En el capítulo I se efectúa la revisión de la literatura de diferentes autores que han realizado estudios similares al que se plantea: desempeño laboral y percepción del turista, con el fin de tener otra perspectiva en relación al tema planteado, de la misma manera se ha acudido a la revisión bibliográfica para determinar el desarrollo de las teorías y conceptos de las variables y sus indicadores complementándolo con ideas y deducciones, además de los aspectos sociales y legales que complementan la investigación.

Por consiguiente en el capítulo II, se establecen los tipos, métodos y técnicas que se utilizaron en la investigación, asimismo con el diseño de muestreo el cual permitió obtener la población y la muestra general para la aplicación de los instrumentos mediante una recolección de datos.

Finalizando con el capítulo III, se realiza el pertinente procedimiento de análisis de la encuesta y entrevistas planteadas para la obtención de la información, asimismo se describen las limitaciones que se suscitaron durante la investigación, luego se

determinan los resultados más relevantes del tema de estudio como lo es el desempeño laboral que tienen los guías y cuál es la percepción del turista al respecto, finalizando con las conclusiones y recomendaciones que son las que responden a los objetivos general y específicos y a su vez se da un aporte a la comunidad científica.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Se ha llevado a cabo la revisión, análisis y evaluación de varias investigaciones realizadas en países como México y Ecuador, lo cual ha permitido ampliar la información referente al turismo en cuanto a las competencias del guía en el servicio guiado.

El trabajo de Muñoz, Carrera & Inostroza (2009) en su investigación realizada en la Amazonia acerca del nivel de satisfacción de los servicios guiados busca evaluar las diversas competencias laborales de los guías mediante las áreas transversales, duras y blandas relacionadas a la actitud, basándose en una investigación cualitativa y cuantitativa donde se determina que la formación de los guías debe realizarse a través de un proceso formal que garantice la calidad procedente de sus conocimientos, destrezas y habilidades.

Los autores Zárraga, Corona & Molina (2010) en la investigación realizada en la ciudad de México titulada las competencias de los guías de turistas, tuvieron como objeto de estudio analizar las competencias y el desempeño laboral basado en una discusión genérica, específica y básica, es decir, en conocimientos, actitudes y habilidades.

Mediante una investigación descriptiva se determina que los guías son organizados, con actitud de servicio y compromiso y con mayor interacción, además que es necesario desarrollar un modelo de formación y capacitación en relación a la calidad y competitividad para beneficio de los interesados y así el turista se sienta atraído por el destino pero no solo por sus atractivos sino también por el servicio brindado.

Una investigación realizada por los autores Pedraza, Amaya & Conde (2010) en su investigación realizada en Maracaibo acerca del desempeño laboral con el propósito de determinar el desempeño y la relación con la estabilidad personal mediante sistemas y procesos de evaluación que permitan corregir las fallas y limitaciones, se desarrolla a través de un estudio descriptivo, no experimental, evidencia que éste constituye un elemento primordial para el funcionamiento de cualquier entidad u organización, de tal manera que debe aportar beneficios a la empresa como a los trabajadores para así garantizar el cumplimiento de los objetivos.

Por otro lado la investigación acerca de percepciones de avituristas enfocado al desempeño de los guías especializados, realizado por Tirira (2015) en la Reserva de Biosfera Yasuní , busca evaluar el desempeño desde una perspectiva de sostenibilidad mediante el cambio de roles, basado en un estudio cualitativo y cuantitativo donde se determina que el guía debe estar capacitado para manejar grupos de personas, capaz de transmitir información efectiva, planificar y organizar actividades, asimismo que contribuyan a la conservación de lugares donde se realiza la actividad turística, mejorando así la calidad de las experiencias y el nivel de participación de los turistas.

Referente a la siguiente variable denominada percepción del turista se han tomado en cuenta varias investigaciones de países como: México, Perú, Venezuela y Panamá.

Una investigación realizada por los autores Márquez & Sánchez (2007) realizada en la ciudad de México denominada “La percepción de los turistas” con el objeto de examinar el ambiente en que se desarrolla y se promueve la actividad turística se basa en procesos y dimensiones mediante un estudio de campo donde se determina que los turistas son un componente importante en el mercado turístico y que la percepción sobre el lugar donde se desarrolla la actividad es bueno, pero que es primordial que se desarrollen programas que contribuyan a la sostenibilidad del turismo.

Los autores Moreno & Coromoto (2009) en un estudio acerca de las expectativas y percepciones del turista realizado en el estado de Mérida, determinan la calidad del servicio desde el punto de vista del visitante mediante los parámetros de estadía, gasto y experiencia, así también a través de una investigación exploratoria descriptiva se evidencia que el servicio es dinámico y satisfactorio, además la oferta es capaz de satisfacer a la demanda, de esta forma es necesario diseñar estrategias para mantener la adaptabilidad y flexibilidad de la actividad turística dentro de un destino.

Por otro lado el autor Sánchez (2012) en una investigación titulada la percepción del visitante con el objeto de analizar la calidad del servicio turístico brindado por los guías de turistas a través de las fortalezas y debilidades en dicha prestación cuyo trabajo se realizó en Mazatlán, México; plantea un estudio exploratorio – descriptivo que determina que el servicio siempre va a tener un enfoque directamente con el turista, y que de ésta depende la imagen de donde se adquiere el producto; además que está ligado a las expectativas y el nivel de confianza que reciban, sin embargo es necesario crear esfuerzos en la dinámica de brindar información con el fin de potencializar la calidad del servicio y lograr que el turista que visita el destino quiera regresar al mismo en otra ocasión; logrando captar siempre su atención.

Los autores Alzamora, Herrera, Fong, Portillo, Wong, Baruco, Melhado, Ruiz, Del Cid, Justiniani, Córdoba, Andiñ & Pazmiño, E. (2014), en una investigación realizada en la ciudad de Cuenca acerca de la percepción del turista buscan evaluar los factores en la prestación de un buen servicio y el entendimiento de las necesidades de los clientes, señalando que mediante un estudio descriptivo transversal se evidencia que los servicios percibidos son buenos pero que se denota la poca capacitación por parte de las personas que brindan el servicio, siendo necesario tomar acciones para regenerar la infraestructura del lugar y ofrecer una mejor experiencia al turista; realizando estas acciones se logrará captar visitantes que deseen conocer el destino y sus atractivos.

1.2. DESARROLLO DE LAS TEORÍAS Y CONCEPTOS

1.2.1 Percepción del turista

La percepción del turista referente a los lugares que visita está basada mediante las experiencias o estímulos que el destino cree en la mente de la persona, sin embargo la percepción permite seleccionar, organizar e interpretar las sensaciones, para Vargas (1994: 48) la percepción es:

“El proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización.”

Por otro lado los autores Smith y Kosslyn (2008) mencionan acerca de la percepción como una manera de interpretar la información que en ocasiones es confusa, insuficiente o apabullante, a la emisión del conocimiento, las creencias, las metas y las expectativas.

Para Sánchez (2010) la percepción del turismo no es un proceso lineal del estímulo y respuesta de un sujeto pasivo, si no que al contrario es una serie de procesos en constante interacción, donde el turista y la sociedad tienen un papel muy activo en la conformación de percepciones particulares a cada grupo social.

Este mismo autor Sánchez (2010) en relación a la percepción sobre el turismo menciona que esta puede asimilarse conscientemente o de forma subliminar, provocando que los turistas tiendan a organizar la percepción como una totalidad unificada de una manera que cualquier estímulo, por sencillo que sea, es percibido o interpretado por el individuo en función de su totalidad.

El proceso cognitivo permite conocer o tener una clara idea, así como informar sobre su naturaleza y cualidades a través de la mente, de tal manera que el estímulo acepta o rechaza lo que observa a su conveniencia.

Según Cristale (2009) a la hora de reconocer o castigar a un destino, la percepción del turista o visitante es la única que vale y aunque para algunos sea un concepto o teoría muy repetitiva en ocasiones cuesta mucho ponerla en práctica.

Para Crispín (2004) en la investigación percepción de los turistas respecto al ambiente en el que se desarrolla denota que el turista nacional aprecia el valor de los recursos naturales para la actividad turística.

A decir de Martínez E. (2005) el objetivo principal de su estudio fue analizar la importancia que los turistas extranjeros atribuyen a la información sobre lugares, logrando que la conclusión fundamental del estudio conduzca a la necesidad de ampliar una adecuada estrategia de comunicación turística obtenida toda la información del estudio a través del método descriptivo.

De acuerdo a la definición de los autores se concluye que la percepción es la respuesta a lo que observa e interpreta el visitante de un destino, es el ambiente que se desarrolla y se promueve la actividad turística.

1.2.1.1 Estímulos del turista

Las acciones realizadas por el turista influyen en los estímulos que se generan mediante la visita a un destino, ya que permite calificarlo como bueno o malo.

Pérez y Gardey (2008) dicen que es un elemento químico, físico o mecánico que consigue generar en un organismo una obstrucción eficaz, es decir, algo que posee un impacto o influencia sobre un sistema.

El ser humano crea estímulos a través de los diferentes sentidos, los cuales dan una respuesta inmediata ya sea emocional o psicológica de acuerdo a los acontecimientos en que se encuentre.

Se deduce que los estímulos percibidos por el turista son adquiridos por medio de los sentidos que tiene el ser humano, los cuales dan como respuesta una señal segura ante las diversas situaciones, asimismo como al entorno que lo rodea.

1.2.1.2 El sentido de la vista

La vista permite interpretar el mundo que rodea a las personas; en el ámbito turístico permite observar y captar el paisaje de un destino. Según Braidot (2010) la vista proporciona al turista abundante información y de calidad sobre el destino que visita o los atractivos turísticos que observa, proporcionándole al cerebro más información que los otros sentidos debido a que la vista permite percibir el entorno y distinguir colores.

Para los turistas el sentido visual está guiado por información sensitiva, que es procedente del destino o del atractivo, combinando así los recuerdos con nuevas experiencias, por lo tanto identifica el objeto, en muchos casos las personas que realizan guianza turística deben aprovechar el tiempo para poder captar la atención y la mirada de los visitantes.

1.2.1.3 El sentido del olfato

En relación a este tipo de percepción, Alvares (2011) citado por Izaguirre (2012) afirma que el sentido del olfato adquiere la responsabilidad de las tres cuartas partes de las emociones generadas por el turista, además menciona que los olores agradables percibidos en el destino estimulan preferentemente el área olfativa de los lóbulos frontales y los desagradables las amígdalas y la corteza de la ínsula del lóbulo temporal. Asimismo se expresa que junto al gusto este sentido juega un rol

importante para que el cerebro construya la imagen de algunos aspectos de la experiencia turística.

1.2.1.4 El sentido del tacto

El sentido del tacto permite en el turista apreciar las sensaciones, es así como Márquez (2010) menciona es el sentido que percibe su propio cuerpo y descubre y mide el medio en el que se encuentra.

Asimismo el autor Braidor (2010) citado por Izaguirre (2012) menciona que el sentido del tacto puede influir decididamente en la compra, igualmente interviene en la negociación, más aún si el ambiente es confortable y gratificante para el turista, es así que todo lo que el turista percibe a través del tacto no debe ser contradictorio a la percepción visual.

Bajo el criterio de estos autores se puede mencionar que el tacto es uno de los sentidos importantes para lograr la experiencia turística, debido a que este influye en cada uno de los elementos de la cadena de valor de la actividad turística, por lo tanto representa una percepción más alta del medio en el que se halla.

1.2.1.5 El sentido auditivo

Dentro de los estímulos del turista el oído representa uno de los elementos importantes para la construcción de la experiencia turística, en este sentido Braidor (2010) citado por Izaguirre (2012) menciona que la música de fondo o los ruidos pueden producir placer o displacer, generando el retiro del destino o del atractivo, además origina disminución de serotonina en el cerebro, condicionando la depresión y la agresividad en el turista o puede animarlo, asimismo se sabe que la

música causa estímulos en diferentes áreas de la corteza cerebral, causando placer, pudiendo liberar emociones positivas, por lo tanto si se usa adecuadamente la música o los ruidos pueden ser de gran utilidad.

1.2.1.6 El sentido del gusto

Los seres humanos solo pueden distinguir entre cinco sabores puros, causando cinco interacciones celulares y bioquímicas en el cuerpo humano relacionados con el gusto siendo estos, dulce, salado, agrio, amargo y umami (es uno de los cinco sabores básicos que significa sabor agradable, sabroso), los mismos son una combinación de los cinco sentidos: olfato, tacto, visión, y auditivo. Por lo tanto el gusto es susceptible a las influencias externas, como atributos físicos, el nombre de la marca, la información del producto y la publicidad. (Barrios, 2012).

Mientras que para Izaguirre (2012: 168) *“el estilo de vida, el nivel socioeconómico y la educación de los turistas influyen significativamente en el sentido del gusto, produciendo placer gracias a la estimulación del putamen ventral y el núcleo accumbens”*

Entonces de acuerdo a los autores el sentido del gusto puede ser influido por factores externos que existen en el destino o ya adquiridos anteriormente de acuerdo a los aspectos sociales del ambiente interno de la vida diaria, asociados a los cinco sentidos, influyendo estos factores en la experiencia del turista.

1.2.1.7 Experiencia del turista

En función a lo que percibe el turista del destino o atractivos se determina su experiencia, es así como los autores Holbrook y Hirschman (1982) mencionan que

la experiencia del turista es el significado emocional importante, basado en la interacción con los estímulos que son los productos o servicios consumidos.

Antón (2007) hace referencia a que esta es una realidad construida socialmente que constituye la verdad para el turista, la misma que es influenciada por la experiencia propia del turista.

Para López (2009) la experiencia turística consiste en la implicación emocional del cliente en el producto y/o servicio que se consume.

Este mismo autor López (2009) menciona también que es toda interacción que un viajero tiene, cada uno de los agentes y recursos de un destino que proporciona valores sensoriales, emocionales, relacionales y cognitivos.

Fernández, Abad, Gonzáles, Goytia, y De la Rica (2012) afirman que la experiencia turística es una vivencia que experimenta subjetivamente el turista, resultando ser una realidad diferente, aunque complementaria, al ciclo de viaje recorrido por el turista.

Otro autor Livingstone (2017) afirma que la experiencia no es lo que le sucede a una persona, si no lo que hace esta con lo que sucede.

El autor Galeno (2010) dice que el turismo son historias, las historias son emociones y las emociones son personas, es decir, el turismo son personas que a través de sus emociones cuentan historias memorables.

Ante lo expuesto, se deduce que la experiencia turística ha ido evolucionando a través del tiempo, involucrando un sinnúmero de aspectos, sin embargo se puede

decir que esta implica a los clientes y a los productos de manera emocional, como base para su generación, abarca más de lo que sucede, es una vivencia que se distingue de lo común, de lo cotidiano; es la transformación de algo memorable y notable.

1.2.1.8 Emociones del turista

Las emociones en los turistas presentan la adaptación ante los estímulos percibidos por la persona, los autores Arení (1991); Agarwal y Malhotra (2005) citados por Matos y San Martín (2012), establecen que las emociones son respuestas provocadas por un estímulo específico y generalmente tienen la característica de ser intensas y al tener una mayor duración queda como recuerdo de la emoción en el pasado, siendo almacenadas en la memoria y recobradas posteriormente durante la exposición de la experiencia.

Estos mismos autores refieren que las emociones activan y dirigen la conducta e inducen para acercar al individuo a un (os) producto (s) o alejarnos de él (ellos).

El autor Izaguirre (2012:24) menciona *“La emoción interactúa con la memoria, con la atención y con la toma de decisiones.”*

Mora (2015) hace referencia a que la emoción del turista es algo que lo mueve, lo agita, lo impulsa a hacer algo en relación a un elemento interno o externo.

Según Territori (2010) su concepto de turismo se basa en las emociones y experiencias induciendo a un nuevo tipo de turista que busca realizar una actividad diferente mediante las costumbres y tradiciones de una localidad.

Según Crosby (2012) tanto la oferta como la demanda se benefician de un componente emocional, que está pasando de ser importante a imprescindible y no

tiene relación alguna con el precio, ni es un coste añadido. Esto lo enfoca al turismo rural o de naturaleza, aventura e incluso cultural.

Para Barrero (2016) la psicología tiene un papel muy importante en el sector turístico, ya que efectuando un adecuado uso de la misma cada destino puede obtener grandes y fructíferos beneficios que están traducidos en prestigio, singularidad y una clara diferenciación con respecto a la competencia.

Mora (2016) denota en su trabajo que la experiencia es el medio, la emoción es el fin, refiriéndose a que los destinos del futuro deberán lograr generar un vínculo emocional con sus visitantes y así construir relaciones duraderas que llevarán a la fidelización, pero el mismo dependerá de la atención que tenga el turista en el destino lo cual permite su regreso u olvido.

De acuerdo a las definiciones los destinos deben crear una brecha de relación emocional con los visitantes, generando motivación ante la actividad turística, asimismo se relaciona con las experiencias que se obtienen a través de una estimulación donde el turista crea un nuevo panorama en el entorno que le rodea.

Sin embargo influye mucho la manera de como adquiere el estímulo ya que los guías juegan un papel fundamental, por tal motivo deben encontrarse capacitados en diferentes temáticas para así crear el mayor de los estímulos y poder generar una satisfacción completa.

1.2.1.9 Satisfacción de las necesidades

La satisfacción de las necesidades es un indicador que permite medir el éxito del producto o servicio, es así que el autor Oliver (1997) define que es un juicio, bien de naturaleza cognitiva o bien de carácter afectivo o emocional, que deriva de la experiencia del individuo con el producto o servicio.

El autor Oliver (1997) citado por Devesa, Laguna y Palacios (2010), indican que la satisfacción del consumidor se puede definir como un juicio, bien de naturaleza cognitiva o bien de carácter afectivo o emocional, que deriva de la experiencia del individuo con el producto o servicio.

Kotler y Keller (2006), citado por Oliveira (2011), establecen que la satisfacción es el sentimiento resultante de la comparación de un desempeño obtenido con relación a las expectativas de una persona, esas expectativas son formadas e influenciadas por experiencias de compra anteriores, recomendaciones de amigos, otras fuentes de información, y promesas de los que participan de un determinado sistema turístico; incluyendo al propio gestor de la localidad.

En relación a lo que establecen los autores citados sobre la satisfacción de las necesidades, se puede mencionar que se vincula con la emoción que puede experimentar una persona a la hora de recibir un servicio o consumir un producto y que este satisfaga sus expectativas.

La satisfacción es un factor muy importante, o por qué no decir el más importante a la hora de ofrecer un servicio que va a incidir en la decisión del turista al momento de querer regresar al atractivo con familiares o amigos. El turista es considerado un objetivo estratégico porque mediante este se podrá medir el éxito o fracaso que tuvo el servicio ofrecido.

Para Oliveira (2011) en su documento determinante de la satisfacción del turista denota que la atracción y mantenimiento de un flujo específico de turistas hacia un destino depende fuertemente de la satisfacción que se les dé.

Para Campo (2009) la satisfacción posee un influencia positiva sobre el comportamiento pos- compra, siendo un importante elemento para el desarrollo de relaciones a largo plazo y para la formación de una imagen atractiva.

El sector turístico forma parte de la economía mundial, el mismo que se enfoca a la prestación de servicios y lograr la satisfacción del mismo implica que el destino tenga una imagen, acceso, servicios, atractivos y experiencia que en conjunto logran un óptimo resultado. (CESTUR, 2012)

1.2.1.10 Deseos del turista

Los deseos que el turista puede experimentar son variados, sin embargo estos son una fuente totalmente diferente a las necesidades para emprender su viaje, es así que Marinus (2014: 6) hace referencia a que el deseo *“como motivo principal de viaje, también puede estar relacionado con elementos intangibles, como serían ciertas emociones o experiencias espirituales profundas”*

Lo que expresa este autor permite entender que el deseo es un motivo principal de viaje que se puede asociar tanto a elementos tangibles, la observación de aves o un interés cultural por ejemplo, o intangibles como una experiencia espiritual profunda, lo que da origen al viaje del turista.

El deseo de las personas es diferente debido a que ninguna es igual a otra pero siempre aprovecha oportunidades, por ejemplo una persona no cedería ni renunciaría a un viaje, y menos si el lugar tiene precios accesibles.

Los deseos de un turista nacen a partir de una necesidad que puede ser satisfecha o no dependiendo del servicio que obtenga, el mismo que puede ser venidero o efímero.

1.2.2 Guianza

Un profesional en turismo es aquella persona capaz de crear, gestionar y organizar empresas turísticas, conducir grupos turísticos, proponer planes de desarrollo turístico y ejecutar acciones de investigación. (UAC, 2007)

De esta misma forma los autores Milkovich y Boudrem (1994) consideran que son características individuales que tiene cada persona, entre las cuales sobresalen las capacidades, habilidades, necesidades y cualidades que interactúan con la naturaleza del trabajo y la empresa para producir comportamientos que pueden afectar resultados y los cambios sin precedentes que se están dando en las organizaciones.

Un buen desempeño es la fortaleza principal que tiene la empresa, y que es influenciado muchas veces por las expectativas del empleado en base a la obtención de un estímulo, reflejado por el esfuerzo de su trabajo, creando motivación y a su vez dando cumplimiento al logro de objetivos.

Ante lo expuesto por los autores se determina que la guianza es la acción que cumple un guía de informar, dirigir y orientar al turista durante su estancia en un determinado lugar.

1.2.2.1 Competencia general del guía local

El guía local podrá interpretar el patrimonio turístico local, ya sea natural o cultural, de la misma manera podrá realizar las siguientes modalidades de aventura: senderismo, cicloturismo, y las que determine la Autoridad Nacional de Turismo, si fuese que quiera realizar en la modalidad de especialización como: buceo, alta montaña, rafting, kayak, y las que determine la Autoridad Nacional de Turismo, deberán contar con una certificación de habilidad reconocida, sin embargo una de las limitaciones del guía local es que no podrá realizar el servicio a nivel nacional. En caso de que un guía local se encuentre desarrollando actividades fuera de su ámbito de acción, será sancionado conforme a la Ley de Turismo. (Alvarado & Ortega, 2016)

Un guía es un individuo competente que se encarga u ocupa de acompañar, orientar y transmitir información a personas o grupos durante su excursión. Dentro de sus

competencias el guía debe proceder ante emergencias, cuidar siempre de la imagen de la empresa que le brinda trabajo, cuidar su apariencia personal y sobre todo promover el turismo.

Un guía para lograr alcanzar los resultados esperados debe tener conocimientos, habilidades y actitudes.

Debe estar preparado con el conocimiento de leyes y reglamentos turísticos, métodos y técnicas de recreación y manejo de equipos. En cuanto a sus competencias, es decir sus habilidades, están la comunicación, planeación, preparación física y expresividad. Entre sus actitudes está ser paciente, confiable, comunicador y tener equilibrio emocional.

Los guías ofrecen un tour informativo y entretenido en una zona determinada, brindando amabilidad y cortesía a los visitantes cuyo principal objetivo es que su visita al lugar sea agradable. Los guías trabajan en equipo con otros guías y comunican cualquier adversidad a su supervisor, a menudo trabajan los fines de semana y feriados. (Martinez F. , 2000)

Según Villacís (2015) acerca de los guías nativos y su aporte al desarrollo de turismo de naturaleza, requería conocer el aporte que los mismos están brindando a sus sectores, con la aspiración de mejorar e impulsar el desarrollo turístico en sus atractivos, mediante una investigación cuali – cuantitativa obteniendo como resultado que los guías nativos son personas estrechamente relacionadas con la flora y fauna del lugar de origen, quienes suelen conocer de costumbres y tradiciones de su sector así como los diferentes usos de plantas medicinales.

En el Cap. 1 del guía local dícese ser una persona natural que tiene conocimiento y experiencia para proporcionar a los visitantes información detallada respecto de un lugar turístico.

Los guías locales no podrán ejercer la guianza en las áreas protegidas de PANE, así como ejerce las competencias determinadas para un guía nacional de turismo. De manera excepcional los miembros de comunidades, pueblos, nacionalidades indígenas de comunas que habitan en las áreas protegidas de continente y sus zonas de amortiguamiento, podrán ejercer sus actividades únicamente en las áreas protegidas donde residen. (MINTUR, 2008)

1.2.2.2 Conocimiento del guía

Una de las competencias básicas de un guía está asociada al conocimiento, el mismo que tiene su sustento a través del aprendizaje de hechos, conceptos y principios, y es manifestada por la ciencia aplicada, las capacidades intelectuales y son imprescindibles para una profesión. (Medina, 2009)

Otros autores como Weiler y Ham (2001) citado por Cano, Sandoval, y Morejón (2010), mencionan que parte importante de los guías es que estos posean un conocimiento de las atracciones y sitios turísticos, además de conocimientos geográficos, históricos, arquitectónicos, ecológicos y culturales.

Estos autores dan a entender la importancia del conocimiento a través del aprendizaje de diversas situaciones aplicadas, siendo las capacidades intelectuales de cada guía necesarias para el buen desarrollo de la guianza en los sitios turísticos.

1.2.2.3 Actitud de los guías

En relación a una de las competencias genéricas del guía el autor Enzano (2016: 56) menciona acerca de la actitud de los guías como:

“Espíritu de servicio, conformidad y gusto por su trabajo, se siente cómodo solucionando los problemas de los turistas, atendiéndolos o realizando lo que cree mejor para ellos, y, mientras lo hace, muestra

simpatía, inspira confianza y da lo mejor de sí para satisfacer hasta las necesidades que puedan parecer ínfimas de los usuarios más exigentes.”

Para otro autor Medina (2009) citado por Cano, Sandoval, y Morejón (2010) la actitud se sustenta a través del aprendizaje de valores, normas y actitudes, que son manifestadas mediante el comportamiento del individuo.

Entonces de lo que manifiestan estos autores es importante rescatar que la actitud está netamente ligada a los aspectos sociales del guía, el cual adquiere un aprendizaje de elementos éticos y conductuales propios para el desarrollo de la actividad de guianza.

1.2.2.4 Habilidades del guía

Para el autor Medina, (2009) citado por Cano, Sandoval, y Morejón (2010), las competencias específicas se refieren al nivel de las habilidades, se sustenta a través de las habilidades, a través del aprendizaje de procedimientos, y se manifiesta mediante un análisis funcional, estas habilidades pueden ser de comunicación o técnicas.

Otro autor Viveros (2003) citado por Cano, Sandoval, y Morejón (2010) establece que las habilidades de comunicación son:

Otro factor que requiere trabajar el guía de turista para realizar de una manera más eficiente su trabajo. Así mismo la comunicación efectiva se da a través de buenas destrezas y formas de comunicación, su propósito es transmitir o recibir de forma correcta la información.

En base a lo planteado por estos autores la habilidad se sustenta a través del aprendizaje de diversos procedimientos manifestándose mediante la funcionalidad

de comunicación o técnicas, destrezas o formas con el objeto de transmitir o recibir correctamente la comunicación.

1.3. FUNDAMENTOS SOCIALES Y LEGALES

1.3.1 Fundamentos Sociales

En este apartado se establecen elementos que intervienen en el desarrollo de esta investigación, ya que su tratamiento es importante debido a que el estudio se realiza en una comunidad que pertenece a una sociedad constituida por un número de pobladores que se relacionan con la actividad turística.

1.3.1.1 Aspectos geográficos

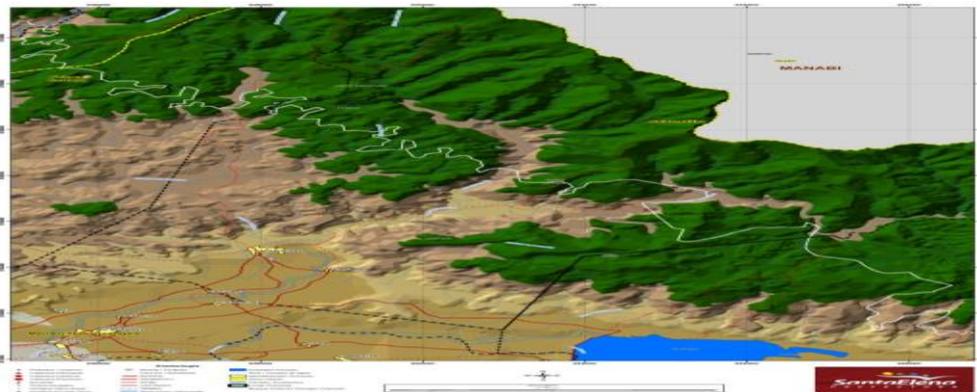


Gráfico 1 Mapa de ubicación geográfica

Fuente: GADPSE.

La comuna Salanguillo, localizada en la parroquia Colonche, Cantón Santa Elena Provincia de Santa Elena, limita de la siguiente manera:

- ✓ Norte: el río Cascarilla entre el cerro del Descanso y el río Cadecito.
- ✓ Sur: Comuna Cerezal, Bella Vista, Manantial de Guangala.
- ✓ Este: río Guangala.
- ✓ Oeste: Comuna Febres Cordero.

Clima

Salanguillo, cuenta con un clima tropical seco, que varía entre los 18 °C. y 26 °C, de acuerdo a la época del año.

En la temporada de invierno sus habitantes aprovechan el cultivo de ciclo corto, convirtiéndose en una ventaja para este fin, asimismo como el río La Clementina, el cual es muy corrientoso, dificulta el paso a las personas dejándolos incomunicados, para poder pasar lo hacen con una soga y poniendo en riesgo sus vidas. (Yagual, 2015)

1.3.1.2 Aspectos históricos

Salanguillo nació por unos cónyuges que fueron los primeros pobladores de la comuna, los mismos que llegaron a esta en busca de comida para sus animales debido a que la Península se encontraba con una gran sequía y debido al acontecimiento tomaron la decisión de indagar sobre un nuevo lugar donde encontrar agua y alimentos.

Actualmente Salanguillo sigue lineamientos fijos para no afectar zonas de bosque protector, los mismos que permiten que se mantenga su vegetación y busquen un progreso al turismo por la naturaleza.

En años anteriores los primeros pobladores para subsistir laboraban en la ganadería y agricultura, los mismos que eran comercializados, por otro lado tuvieron acceso a la educación en el mismo cabildo.

En los últimos años el turismo en la localidad de Salanguillo ha tenido un aumento en la demanda, en el año 2015 llegaron alrededor de 1200 personas; en el año 2016 fue demandada por 3000 personas; estos datos son de manera empírica recolectados por el Presidente Comunal el Sr. Holger Santos Rivera.

1.3.1.3 Aspectos demográficos

Según el último censo del INEC (2010) la comuna cuenta aproximadamente con 630 habitantes, dividiéndose de la siguiente manera:

- ✓ Ancianos: 42
- ✓ Adultos: 298
- ✓ Jóvenes: 88
- ✓ Niños: 202

Festividades

La comunidad todos los años empezando el mes de julio celebra a la patrona “Virgen La Dolorosa” y cada 24 del mismo mes la fundación de la comuna, asimismo practican la tradición de los fieles difuntos.

Educación

Desde su creación hasta la actualidad la comuna Salanguillo cuenta con la escuela fiscal mixta “Simón Bolívar”, la misma que ofrece una educación desde el nivel inicial hasta 7mo año de educación general básica, la cual está adecuada al régimen de las nuevas normativas dictadas por el Ministerio de Educación.

Salud

La comunidad cuenta con un botiquín comunitario y una botica particular para beneficio de sus habitantes, asimismo cuenta con el Seguro Social Campesino donde todos de manera general tienen acceso.

Energía Eléctrica

La comunidad Salanguillo cuenta con uno de los servicios más importantes como

es el de energía eléctrica, actualmente todas las familias que pertenecen al lugar gozan del servicio por ser parte de un sistema interconectado.

Agua

De la misma manera toda la comunidad en general tiene acceso del líquido vital como es el agua potable ya que por medio de un reservorio de 100 metros de profundidad aproximadamente abastece a toda la localidad.

Telefonía

Los habitantes de la comuna Salanguillo no todos tienen el acceso de un teléfono celular que les permita estar conectados e informados de lo que sucede, sin embargo las líneas de celular como lo son Claro, Movistar y Cnt son inestables, lo cual ocasiona que la comunicación decaiga. Es importante mencionar que dentro de la comunidad y gracias a la ayuda de entidades públicas el lugar cuenta con un infocentro comunitario donde tienen la facilidad de aprender, comunicarse y transmitir todos los acontecimientos que ocurren en el sitio.

Transporte

Para acudir a la comunidad, las personas y turistas hacen uso de una sola línea de transporte terrestre, la Cooperativa Manantial de Guangala, la cual solo accede hacia el lugar en tres turnos siendo estos en la mañana, medio día y tarde.

Sin embargo otra manera de poder acceder hasta el lugar es por medio de motos donde el recorrido es aproximadamente de una hora, asimismo es accesible entrar en caballos, la causa de que no existan más formas de acceso es por las condiciones en que se encuentra la carretera, ya que no cuenta con un asfaltado y lo poco que hay está deteriorado.

1.3.1.4 Aspectos económicos.

Dentro de las principales actividades con las que la comunidad genera un ingreso a cada hogar constan la agricultura, actividad que con un 60% ha sido la principal; dentro de los productos que se cultivan están los de ciclo corto y ciclo largo, siendo estos el tomate, maíz, pimiento, maracuyá, yuca, entre otros. (Rivera, 2016)

Asimismo otra de las actividades es la ganadería que con un 30% aún sus habitantes se dedican a la cría del ganado vacuno, y el 10% está distribuido en actividades como la albañilería, quehaceres domésticos y artesanías.

A pesar de estas actividades los habitantes no alcanzan a cubrir sus necesidades básicas ya que al mes estas actividades generan un ingreso de \$200 aproximadamente.

Una de las acciones en que la comunidad ha comenzado a incursionar es el turismo, siendo así que ya varias familias se dedican a la guianza de turistas, representando un ingreso adicional a sus hogares. (Rivera, 2016)

1.3.1.5 Aspectos turísticos

La comuna Salanguillo presenta una serie de recursos turísticos que en la actualidad son aprovechados por los comuneros, según la autora Yagual (2015) esta cuenta solo con guías locales y con los siguientes atractivos turísticos:

Sendero Cuevas de Las Campanas.

En este lugar se puede hacer un recorrido al sector de Las Cuevas, nombrado Las Campanas, éste tiene una distancia de 8 km., donde el punto de partida se lo realiza desde el centro del lugar, el mismo que tiene una duración de tres horas y media aproximadamente acotando que tiene que ser a pie.

Se lo puede realizar también a caballo, pudiendo disfrutar de la flora y fauna mientras se ejecuta el recorrido, además de poder realizar espeleismo al ingresar a la colina donde se aprecia una caverna de piedra natural y otra de menor extensión que enclaustra una vistosidad única.

A esto se le agregan los mitos y leyendas que se relacionan con el origen de las cavernas las cuales se han mantenido con el tiempo y que lo convierten en el único atractivo de esta naturaleza dentro de la localidad y de la provincia en general. (Ver anexo 8, pág. 59)

Sendero Estero Agua Blanca

El nombre del sendero es designado por la comunidad, este sendero tiene un recorrido aproximado de 8 km., el tiempo es de tres horas y media a pie, en el lugar se aprecia mucha vegetación como el Ceibo y Laurel, además el color del estero es blanco y de una forma aceitosa, inexistente en otros lugares cercanos.

A este atractivo se puede acceder por diversos caminos empedrados, ríos y senderos, con fácil acceso, las actividades que se pueden realizar son la caminata, cabalgata, fotografía y avistamiento de flora y fauna. (Ver anexo 8, pág. 59)

Sendero Salto Grande.

Su nombre hace referencia a la cascada de mayor dimensión, especialmente en época invernal donde se puede apreciar un gran caudal que se desplaza por las piedras en forma de toboganes, creando una piscina natural que puede ser disfrutada por las personas.

La distancia del recorrido es de 5 km. aproximadamente y el tiempo es de 3 horas, al inicio del recorrido se pueden apreciar aves, además de diferentes insectos y la flora existente en el lugar. (Ver anexo 8, pág. 60)

Oferta complementaria

Referente a la oferta complementaria la comunidad carece de ésta, sin embargo solo realizan el servicio de guianza que de manera empírica los habitantes lo practican para poder adquirir un ingreso extra a sus hogares.

1.3.2 Fundamentos legales.

Constitución de la República del Ecuador.

Trabajo y seguridad social

La investigación se fundamenta en el Art. 33 de la Constitución de la República del Ecuador, en la sección de Trabajo y seguridad social donde se garantiza el respeto y la dignidad a los trabajadores, a la buena remuneración y a un desempeño saludable, escogido y aceptado; de tal manera que aumente la base de la economía en las personas y la localidad en general.

Plan Nacional del Buen Vivir 2013 -2017

De acuerdo al objetivo 10, lineamiento 10.3, literal g, se indica que el turismo debe desarrollarse en sectores prioritarios, de tal modo que la investigación está sujeta a este objetivo ya que es importante que se promocióne a nivel nacional e internacional la comuna Salanguillo, a través de sus atractivos y sus servicios, de la misma manera en el literal h, ofrecer un buen servicio con un turismo ético, responsable y sobretodo sostenible.

Ley de Turismo.

La investigación se sustenta en el Art. 4, literal a) de la ley de turismo donde la actividad turística puede ser ejecutada mediante la iniciativa pública o privada, de

la misma manera el estado fomenta y promociona los productos turísticos de los lugares donde se desarrolle esta actividad, por lo tanto este proyecto está dentro del marco legal.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El proyecto está basado en una investigación descriptiva con idea a defender debido a que existen escasos estudios respecto al tema la percepción del turista sobre el servicio de guianza, pero se ha tratado de darle validez a la información con estudios similares, para aquello se ha recurrido a la revisión bibliográfica (artículos científicos, libros, páginas web y páginas oficiales de instituciones del turismo, Ministerio de Turismo y GADs), con el fin de dar respuestas a las preguntas planteadas.

2.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Se han utilizado varios métodos de acuerdo a la necesidad y la exigencia que requiere la investigación, procesos que contribuyen a obtener información clara y precisa.

2.2.1 Método Analítico – Sintético

La aplicación de este método permitió realizar una síntesis de las definiciones y teorías citadas en la investigación, asimismo identificar los factores del desempeño laboral, sin embargo la utilización de los instrumentos permitieron a través de un análisis obtener un conocimiento más amplio referente a la percepción del turista.

2.2.2 Método Inductivo – Deductivo

Este método permitió en ambas partes obtener conclusiones generales en base al tema de estudio, con el inductivo se recabó un análisis de la situación ocurrida en

la comuna Salanguillo referente al desempeño laboral, para aquello se realizó una observación e hizo comparaciones con las percepciones de los turistas; por otro lado el deductivo ayudó a tener un razonamiento claro de los aspectos identificados.

2.2.3 Método Cual-cuantitativo

Se recurrió al método cualitativo porque ayudó a identificar los factores del desempeño laboral con respecto a los guías turísticos, para lo cual se procedió a la aplicación de entrevistas, de la misma manera para identificar las diferentes percepciones de los turistas se necesitó realizar un trabajo de campo lo cual mediante encuesta se logró recabar esa información.

2.3 DISEÑO DE MUESTREO

La población que se necesita en este proceso investigativo van a ser los turistas tanto nacionales como internacionales que visitaron la comuna Salanguillo hasta diciembre del año 2016, los mismos que han percibido el servicio de guianza y pueden valorar de manera positiva o negativa el mismo, así también se consideraron a los guías locales que desarrollan su actividad en la comuna Salanguillo y que están en constante interacción con el turista.

Población y muestra

La población es el conjunto de unidades individuales o unidades elementales compuestas por personas o cosas, que poseen algunas características comunes. De igual denominación se da al conjunto de datos que se han obtenido de una investigación.

La población de estudio establecida para la investigación se basó en los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la comuna, además de haber considerado a 4 guías locales para la realización de la entrevista.

Tabla 1 Población de estudio

	CANTIDAD	FUENTE
Turistas que visitaron la comuna Salanguillo	2000	Sr. Holger Santos Rivera (Presidente de la comuna Salanguillo)
Guías turísticos	4	Fuente propia
Total.	2004	

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2016)

Para el cálculo de la muestra se estableció una fórmula para poblaciones finitas ya que se conoce el número de los turistas, asimismo para la recolección de la información se recurrió a un tipo de muestreo probabilístico aleatorio simple, donde todas las personas tienen la misma posibilidad de ser encuestadas. Para la entrevista a los guías se utilizó un muestreo probabilístico por conveniencia, con el propósito de obtener un mejor desarrollo del trabajo, dicho cálculo se muestra a continuación:

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

Dónde:

n= Muestra

N= Población

Z= Nivel de Confianza (95 % = 1.96)

p= Probabilidad a favor de la hipótesis

q= Posibilidad en contra de la hipótesis

He= Margen de error (0.05)

Cálculo de la muestra a turistas

$$n = \frac{2000 * (1.96)^2 * 0.05 * 0.95}{(0.05)^2 (2000 - 1) + (1.96)^2 (0.0475)}$$

$$n = \frac{(2000) (3.8416) * 0.0475}{(0.0025)(1999) + (3,8416)(0.0475)}$$

$$n = \frac{364,952}{(4.9975) + (0.1824)}$$

$$n = \frac{364,952}{5.179976}$$

$$n = 70 \text{ Encuestas}$$

Tabla 2 Muestra a utilizar

	MUESTRA
Turistas que visitaron la Comuna Salanguillo	70
Guías turísticos	04
Total.	74

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2016)

2.4 DISEÑO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En la investigación se utilizaron dos técnicas que permitieron recabar información de mucha relevancia, de tal modo que se consiguió tener un contacto más directo

con el fenómeno de estudio, asimismo se recurrió a fuentes primarias y secundarias para la obtención de datos.

2.4.1 Encuesta

Considerando esta técnica como fuente primaria se la aplicó con la finalidad de medir los indicadores de cada variable, de tal modo que se realizó un cuestionario con preguntas cerradas (Dicotómicas y de Opción Múltiple), este instrumento permitió recabar información relacionada con las diferentes perspectivas y opiniones que tiene el turista referentes al servicio de guianza, por consiguiente los días 5 y 19 de noviembre se procedió a la realización de la misma en la comuna Salanguillo, cerca de la casa comunal o en el infocentro ubicada al lado de la misma.

2.4.2 Entrevista

Esta técnica se diseñó mediante una guía organizada y estructurada con preguntas abiertas dirigidas a los cuatro guías de turismo que por su experiencia y conocimientos contribuyen a identificar nuevos aspectos referentes al tema de estudio, así como también a deducir datos relevantes que permitieron una mejor orientación en los resultados obtenidos.

Tabla 3 Muestra guías locales

GUÍAS LOCALES	
Sr. Juan Pozo	Habitante nativo de la Comuna
Sr. Felipe Catuto	Habitante nativo de la Comuna
Sr. Gerardo Guale	Habitante nativo de la Comuna
Sr. Holger Santos Rivera	Habitante nativo de la Comuna

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2016)

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 ANÁLISIS DE DATOS

Una vez realizada la recolección de los datos de la entrevista y la encuesta a 4 guías y 70 turistas respectivamente, se establecen los resultados que permitieron, llegar a la conclusión del objeto de estudio, para aquello fue importante destacar la importancia de analizar los datos de manera coherente en relación a las variables estudiadas.

3.1.1. Análisis de la entrevista

1. ¿Considera usted, que como guía turístico de la comuna Salanguillo tiene los conocimientos adecuados para desempeñar su labor?

Los guías entrevistados en su mayoría mencionaron que no tienen los conocimientos adecuados, sin embargo argumentaron que si poseen los conocimientos básicos que les permite cumplir con la función que llevan a cabo en la atención al turista, resaltando además que están dispuestos a recibir capacitaciones para mejorar este aspecto y dar un mejor servicio al turista.

2. ¿Considera que ustedes como guías de la comuna Salanguillo tienen las habilidades necesarias para desempeñar su labor?

Tres de los cuatro entrevistados mencionaron que si tienen las habilidades necesarias para un buen desempeño en la guianza, especialmente la preparación física para largas caminatas y poder cargar peso, así como también en la planificación de acuerdo a las condiciones ambientales, pero destacaron que es necesario fortalecer ciertas habilidades como la de otros idiomas, ya que presentan

dificultad para comunicarse con otras personas especialmente extranjeros, siendo importante para ellos aprender por lo menos el idioma inglés.

3. ¿Considera usted, que los guías turísticos de la comuna Salanguillo tienen la experiencia necesaria para desempeñar su labor?

En relación a esta pregunta los entrevistados afirmaron que si cuentan con la experiencia necesaria para ejercer la guianza debido al conocimiento que tienen del lugar en que se realiza el recorrido y a los años que han realizado esta actividad, a pesar de aquello mencionaron que no dejan de aprender ya que cada guianza es una experiencia nueva por la variedad de personas que les visitan y que requieren de sus servicios.

4. ¿Considera usted que los guías turísticos de la comuna Salanguillo tienen la actitud necesaria para desempeñar su labor?

Los entrevistados consideraron en su gran mayoría tener la actitud positiva para ejercer su labor, ya que destacaron aspectos como la paciencia, la confiabilidad, el equilibrio emocional y la predisposición que tienen para realizar su trabajo, además mencionaron que les encanta la naturaleza y los recursos que posee la comuna Salanguillo, situación que destacan la mayoría de los entrevistados.

>

5. ¿Considera usted que los guías turísticos de la comuna Salanguillo tienen la motivación suficiente para desempeñar su labor?

En relación a esta pregunta los guías entrevistados mencionaron que si poseen la motivación suficiente para desempeñar su función como guías nativos, ya que es una actividad en la cual aprenden mucho y hacen muchas amistades con los visitantes, asimismo porque les permite llevar el sustento diario para sus hogares por conocer netamente el lugar, historia y cultura.

6. ¿Considera usted que los guías turísticos de la comuna Salanguillo tienen las características personales y valores necesarios para desempeñar su labor?

Los entrevistados aseguraron tener valores y las características de ser buenos seres humanos ya que mencionaron que estos aspectos fueron inculcados por sus padres, prevaleciendo siempre el respeto a los turistas por sobre todas las cosas, ya que afirmaron que es uno de los elementos más importantes para ejercer esta actividad, ya que los visitantes merecen la hospitalidad necesaria, para que regresen en una próxima oportunidad.

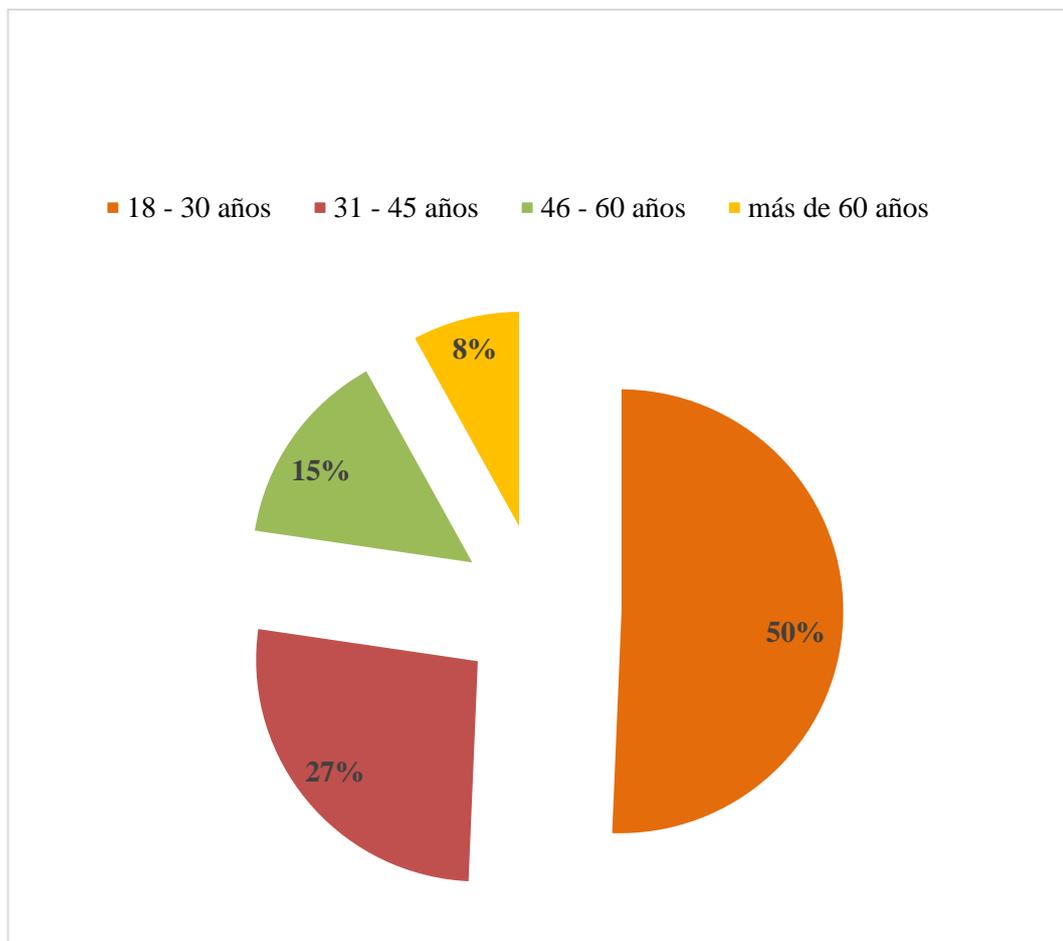
7. ¿Ustedes como guías turísticos de la comuna Salanguillo cuentan con los permisos correspondientes para desempeñar su labor?

Los entrevistados manifestaron que no cuentan con algún permiso, pero que realizan la actividad por ser guías nativos y conocer en su totalidad el lugar, además que han recibido capacitaciones por algunas entidades lo cual les permite tener un mejor contacto y atención con los visitantes, sin embargo acotaron que la provincia en general carece de guías especializados.

3.1.2. Análisis de la encuesta a turistas.

1. Edad.

Gráfico 2 Edad

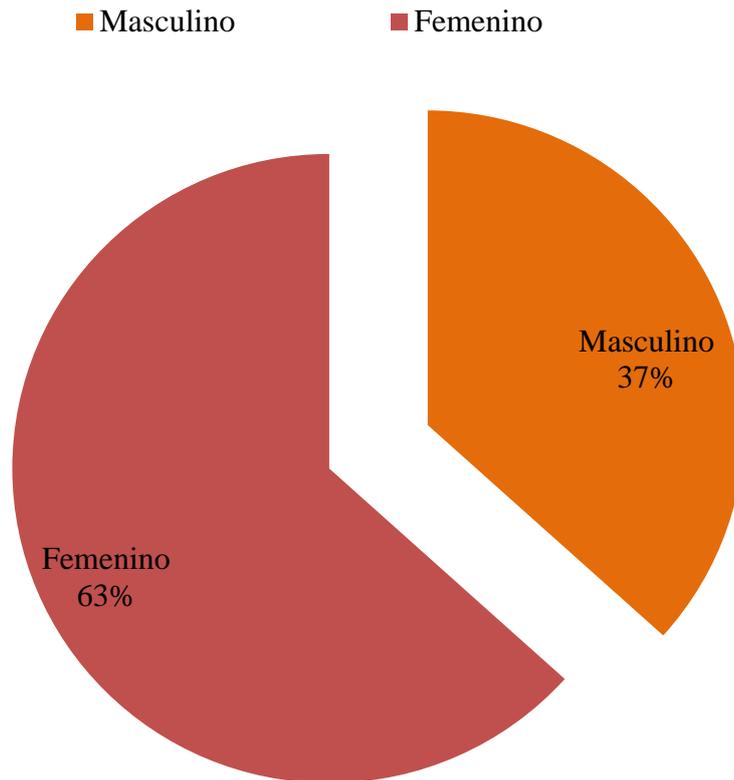


Fuente: Encuestas a turistas (2016)
Elaborado por: JoselinMendoza Mejía (2017)

De las encuestas realizadas a 70 turistas de la comuna Salanguillo el 50% tiene una edad promedio entre 18 a 30 años, con un 29% están los turistas que oscilan entre 31 a 45 años de edad, seguidos del 19% de los turistas que están entre los 46 a 60 años y con un 2% se encuentran los turistas que tienen más de 60 años de edad. Es evidente y hay que destacar que a la comunidad llegan turistas potenciales que tienen otras perspectivas referente al servicio de guianza que ofrece la comunidad lo cual contribuye a una mejoría constante a la satisfacción.

2. Género

Gráfico 3 Género



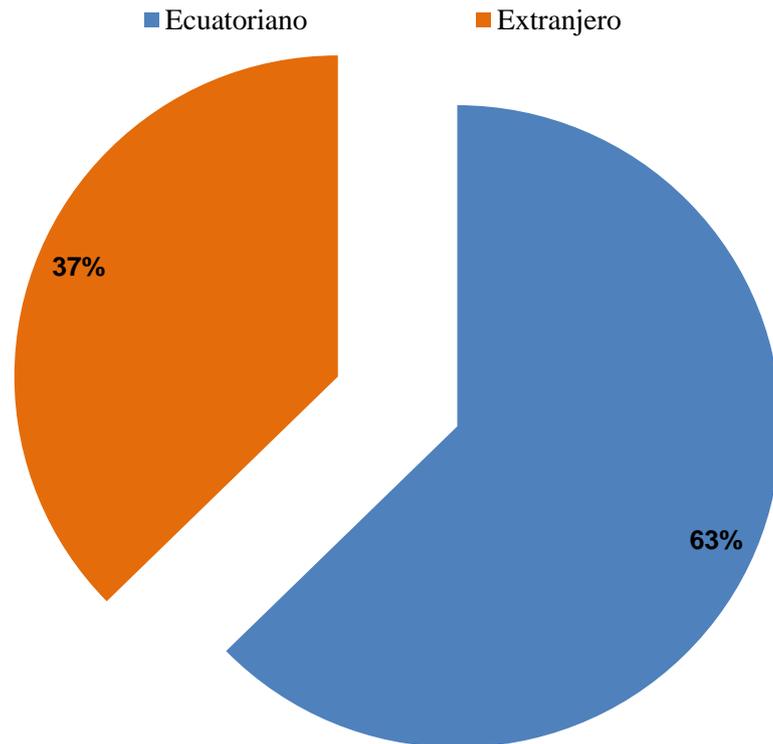
Fuente: Encuestas a turistas (2016)

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2017)

De los 70 turistas encuestados el 63% de ellos corresponden al género femenino y el 37% restante corresponde a los del género masculino, prevaleciendo de esta forma que a la hora de visitar la comuna en su mayoría son mujeres. Es importante destacar que ambos géneros están activos en la práctica del turismo, asimismo que están predispuestos a responder cualquier tipo de preguntas con el fin de que conozcan sus requerimientos, necesidades y exigencias.

3. Lugar de procedencia

Gráfico 4 Lugar de procedencia

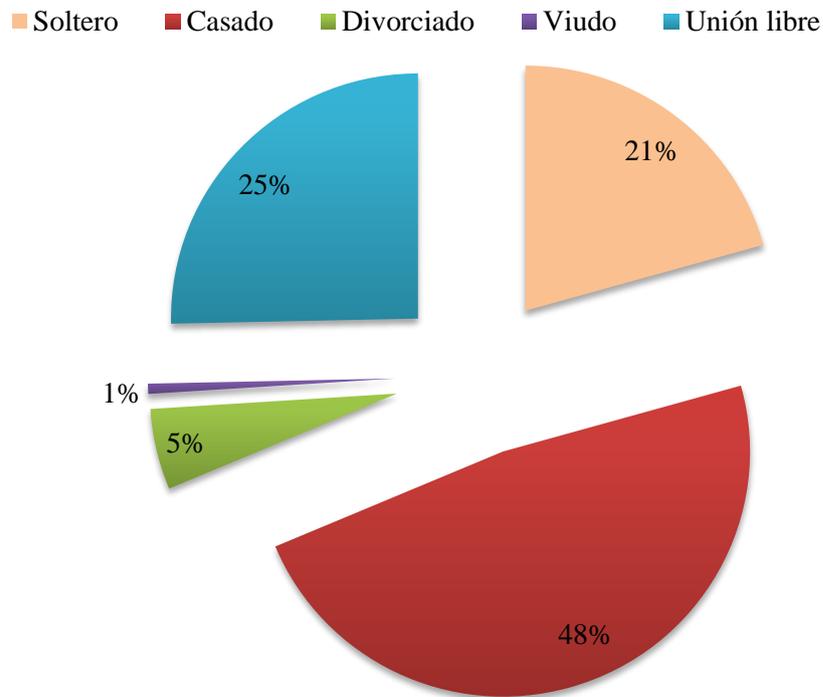


Fuente: Encuestas a turistas (2016)
Elaborado por: Mendoza, J (2017)

De las encuestas realizadas a los 70 turistas el 63% de ellos son de nacionalidad ecuatoriana, los cuales pertenecen a ciudades como Guayaquil, Milagro, Quito, Cayambe, Cuenca, entre otras; mientras que el 37% restante son de procedencia extranjera de ciudades como Medellín, Rosario, Lima y Carolina de Estados Unidos. Es notorio que el mercado objetivo es el nacional plenamente identificado ya que son los mayores consumidores, cabe destacar que también se identificaron nichos potenciales para la comuna de Salanguillo y del mismo modo deben instruirse los guías para satisfacer las necesidades y expectativas de este grupo.

4. Estado civil

Gráfico 5 Estado civil



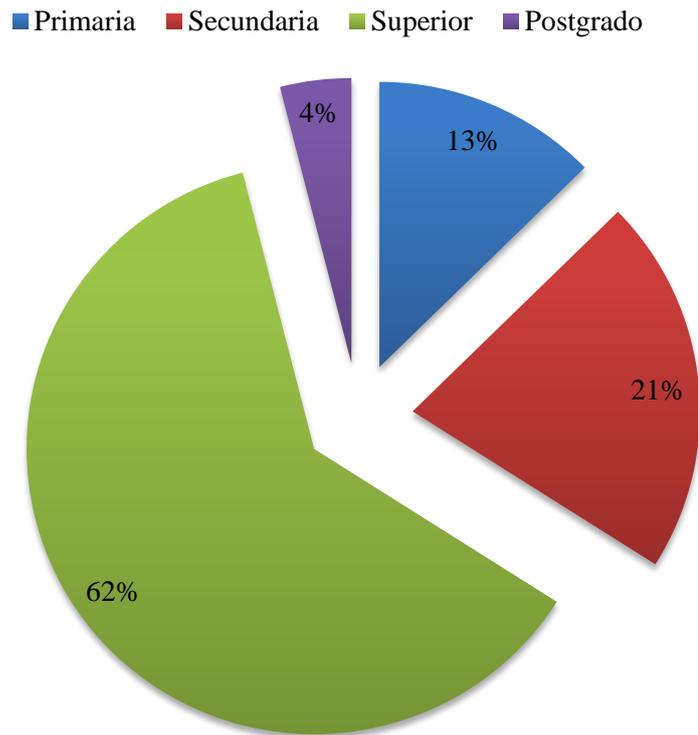
Fuente: Encuestas a turistas (2016)

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2017)

En el estado civil de los turistas, las encuestas evidencian que con el 48% prevalecen los casados, mientras que con un 25% están los turistas que están en unión libre, seguidos de un 21% los que son de estado civil soltero, mientras que con un 5% y 1% se encuentran los de estado civil divorciado y viudo respectivamente. Está claro que prevalecen los de estado civil casado lo cual comprueba que viajan en grupos y por ende necesitan de una persona guía para así evitar contratiempos.

5. Nivel de Instrucción

Gráfico 6 Nivel de Instrucción



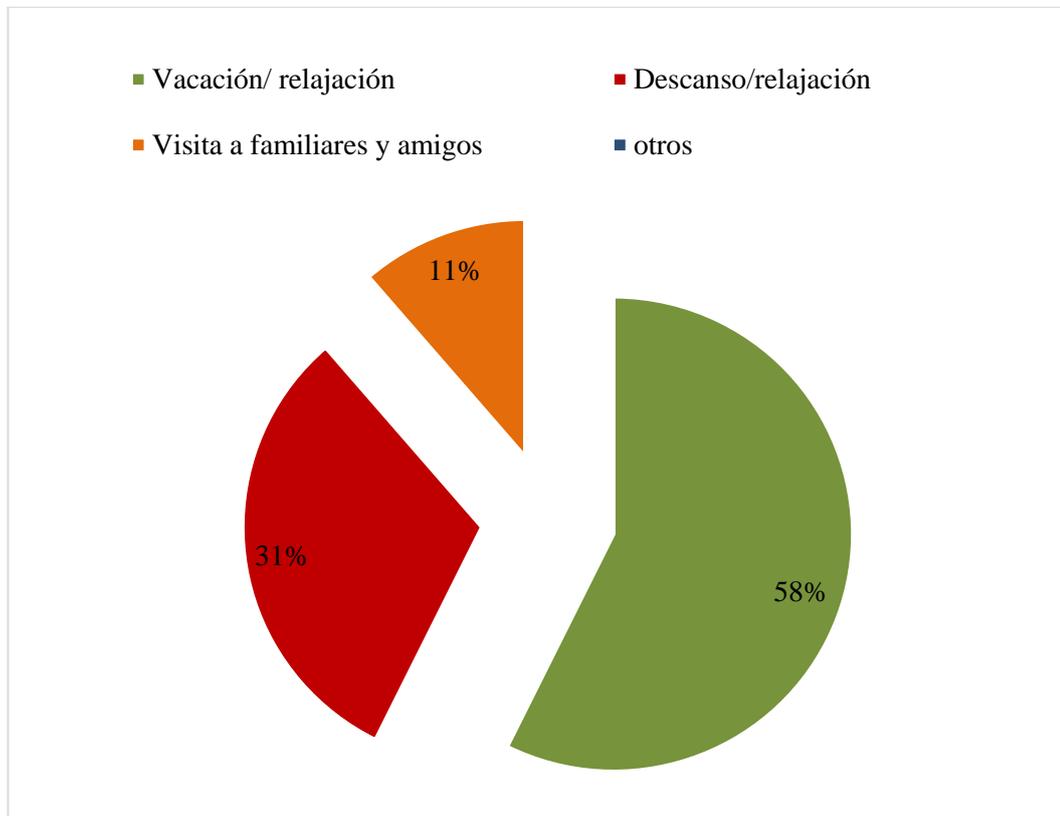
Fuente: Encuestas a turistas (2016)

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2017)

Del total de turistas encuestados el 62% de ellos tiene un nivel de instrucción superior, seguido con el 21% los de nivel secundario, mientras que con el 13% están los de nivel de instrucción primaria y finalmente con un 4% están los que tiene un nivel de estudios de postgrado, es decir una maestría o un doctorado, cabe mencionar que prevalecen los turistas con título universitario por eso es indispensable brindar y atender al turista de una manera responsable en base a calidad y satisfacción.

6. ¿Cuál es el motivo de la visita a Salanguillo?

Gráfico 7 Motivo de visita



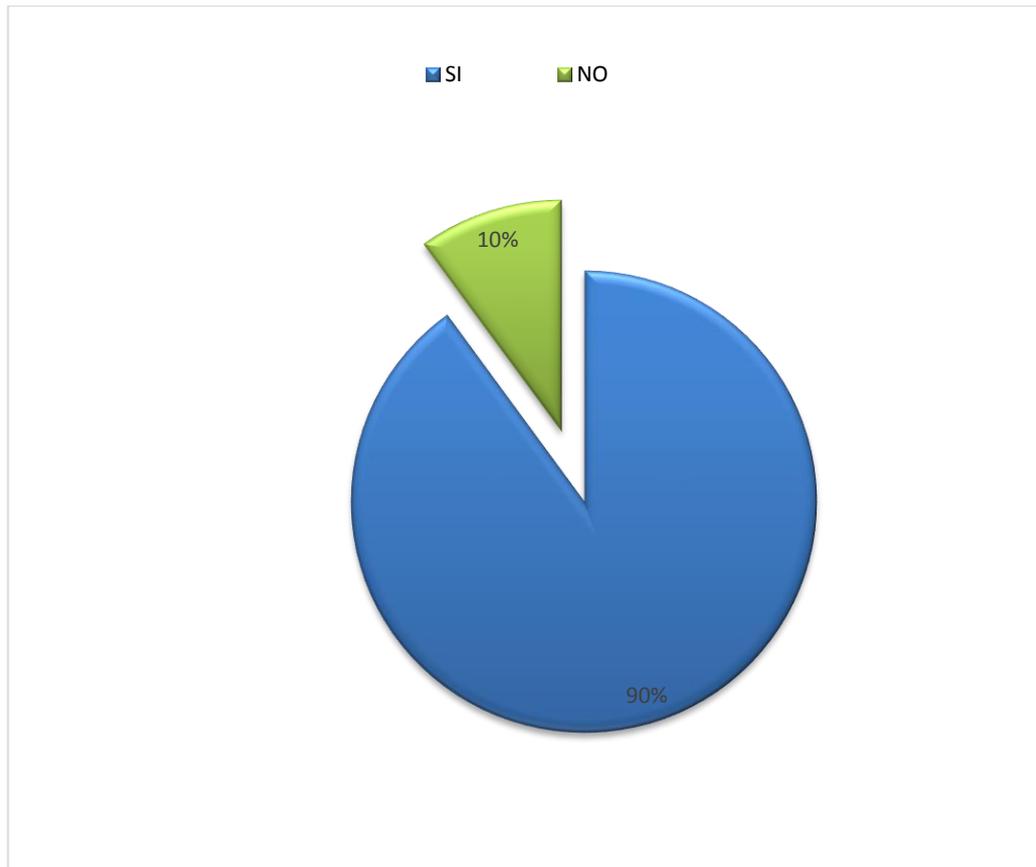
Fuente: Encuestas a turistas (2016)

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2017)

De los 70 turistas a los cuales se les hicieron las encuestas un 58% manifestó que visitan la comunidad de Salanguillo por motivo de vacaciones, con un 31% los que viajan por descanso y por último están los que viajan por visita a familiares y en muchas ocasiones a sus amigos que están con el 11% respectivamente, es notorio que el motivo principal de los turistas es el descanso, la relajación y disfrutar de las vacaciones, lo cual acarrea una experiencia inolvidable dentro de la comuna y de la provincia de Santa Elena, debiéndose diversificar la oferta turística de acuerdo a las necesidades, motivaciones y gustos del turista actual.

7. ¿Cree Ud. que en el destino se requieren los servicios de un guía?

Gráfico 8 Servicio de guía



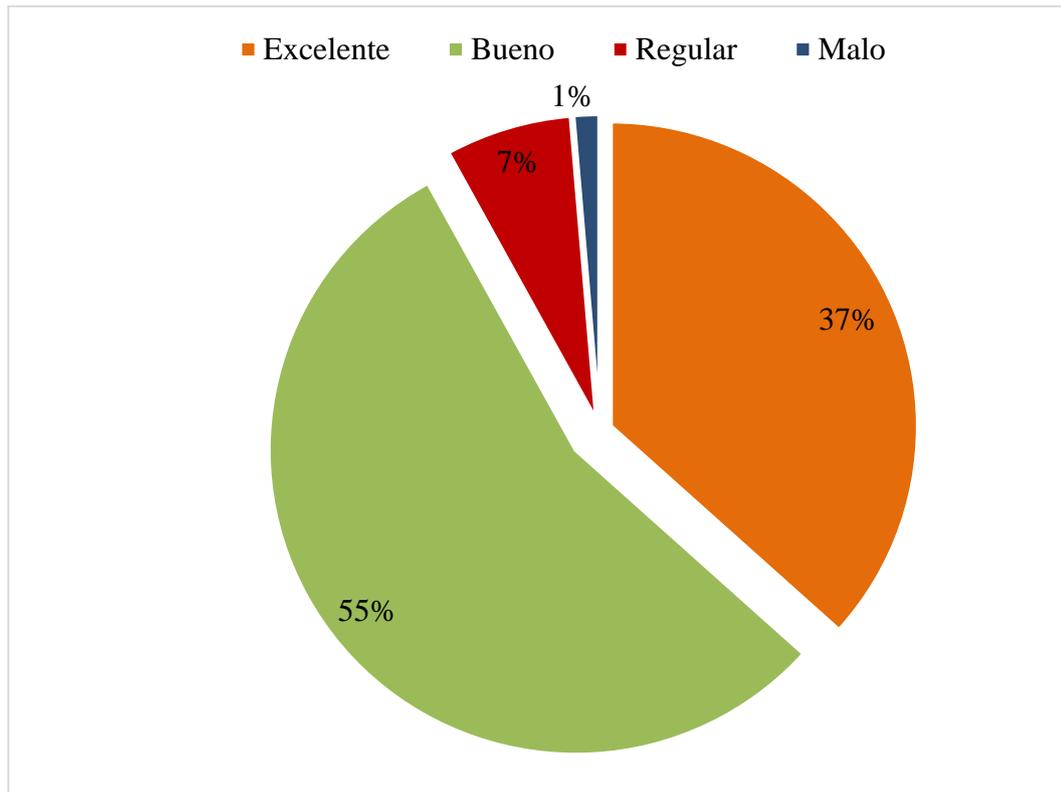
Fuente: Encuestas a turistas (2016)

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2017)

De los 70 turistas a los cuales se les realizaron las encuestas un 90% manifestó que si se requiere tener guías en la comunidad de Salanguillo y un 10% manifestó que no se necesita tener guías para realizar la visita; claramente se puede evidenciar que la mayoría de las personas encuestadas tienen la necesidad de tener una persona guía a la hora de realizar la visita a los atractivos debido al largo recorrido y por el poco conocimiento del lugar.

8. ¿Cómo califica usted la puntualidad de los guías?

Gráfico 9 Puntualidad del guía



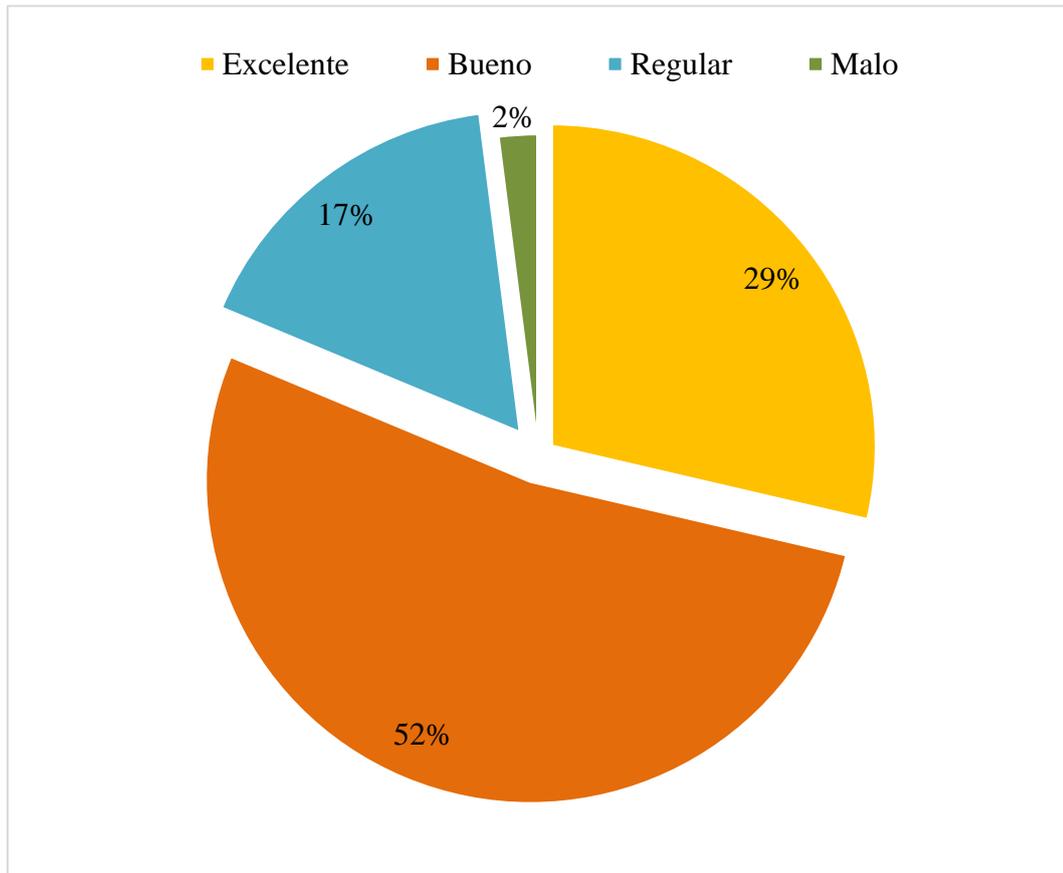
Fuente: Encuestas a turistas (2016)

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2017)

En la actualidad la puntualidad caracteriza mucho a una persona en el ámbito profesional y personal, por ende de los turistas encuestados el 55% de ellos manifiesta que la puntualidad del guía es buena, seguido con un 37% que es excelente, mientras que con un 7% es regular y con 1% los turistas manifiestan que es malo. Es importante acotar que en preguntas anteriores en el nivel de estudios los turistas son graduados y tienen un conocimiento claro de lo que significa la puntualidad, motivo por el que merecen todo el respeto, mejorando de esta manera la puntualidad por parte de los guías, para así poder brindar los parámetros de calidad.

9. Postura del rendimiento percibido del guía

Gráfico 10 Rendimiento percibido



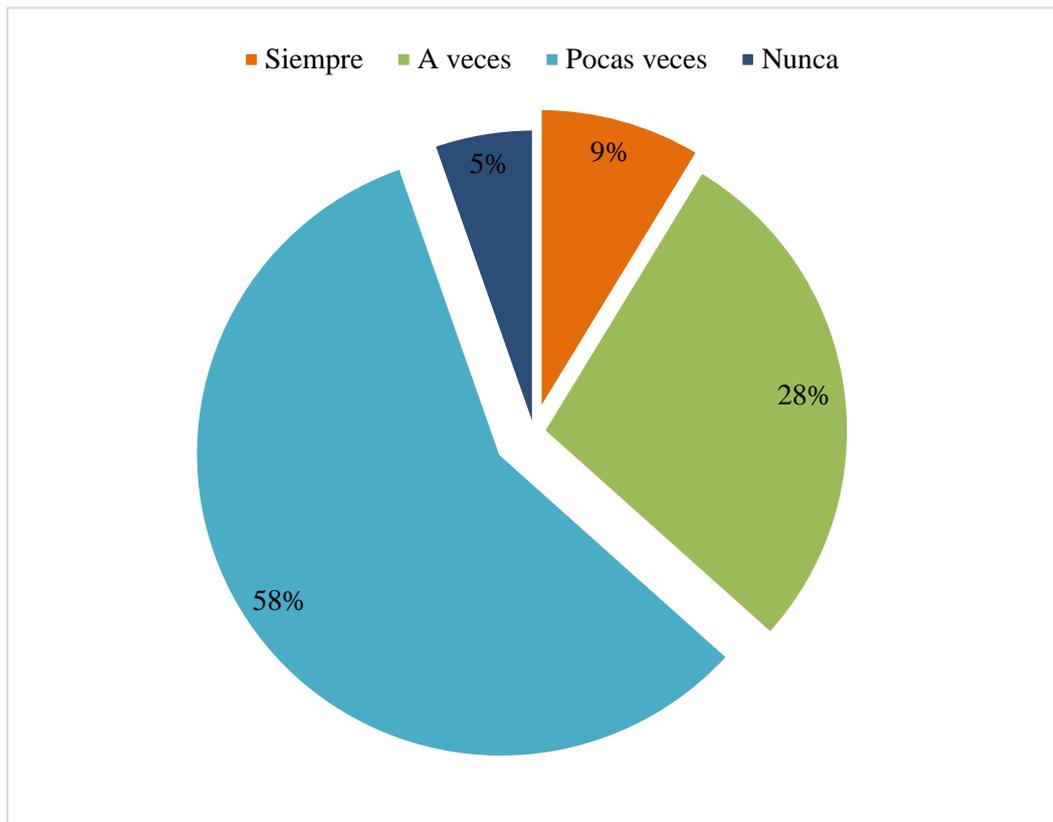
Fuente: Encuestas a turistas (2016)

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2017)

El 52% de los turistas encuestados manifiestan que el rendimiento percibido por parte de los guías es bueno, seguido con un 29% que el rendimiento es excelente, mientras que el 17% señaló que es regular y con 2% es malo o pésimo. Como es evidente y claro el rendimiento de los guías debe mejorar para estar a la altura de los turistas, brindando así un servicio acorde a sus necesidades, dejando esa experiencia y las ganas de regresar a la comuna. En esto radica la importancia de capacitarse siempre en cuanto al servicio y atención al cliente y convertir a la comuna de Salanguillo en un destino idóneo.

10. ¿Reconoce Usted que recibe por lo menos alguna emoción al ser guiado en la comuna Salanguillo?

Gráfico 11 Nivel de emoción



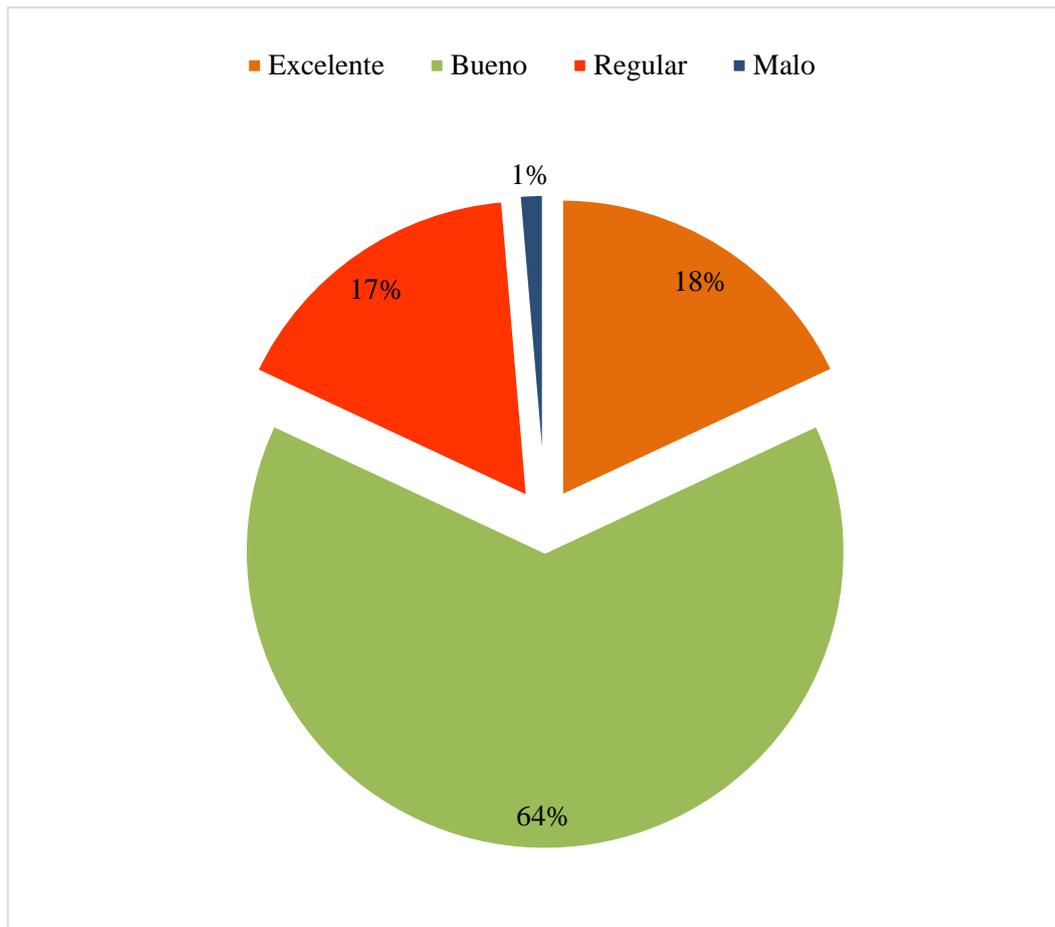
Fuente: Encuestas a turistas (2016)

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2017)

Las dinámicas y los juegos son importantes dentro de la guianza ya que representan un papel importante para que el turista se sienta en confianza y en ambiente, en este sentido los turistas encuestados respondieron con el 58% que sienten pocas veces un nivel de emoción, mientras que con el 28% a veces sienten algún tipo de emoción dentro de la guianza, seguido con un 9% que siempre sienten esa emoción, por último con un 5% nunca lo perciben. Como es claro y evidente el guía debe ser más interactivo con los turistas para que se sienta en un ambiente de relajación y satisfacción, quedando así con esa experiencia de volver a visitar el destino.

11. ¿Cómo califica usted el entusiasmo del guía?

Gráfico 12 Entusiasmo del guía



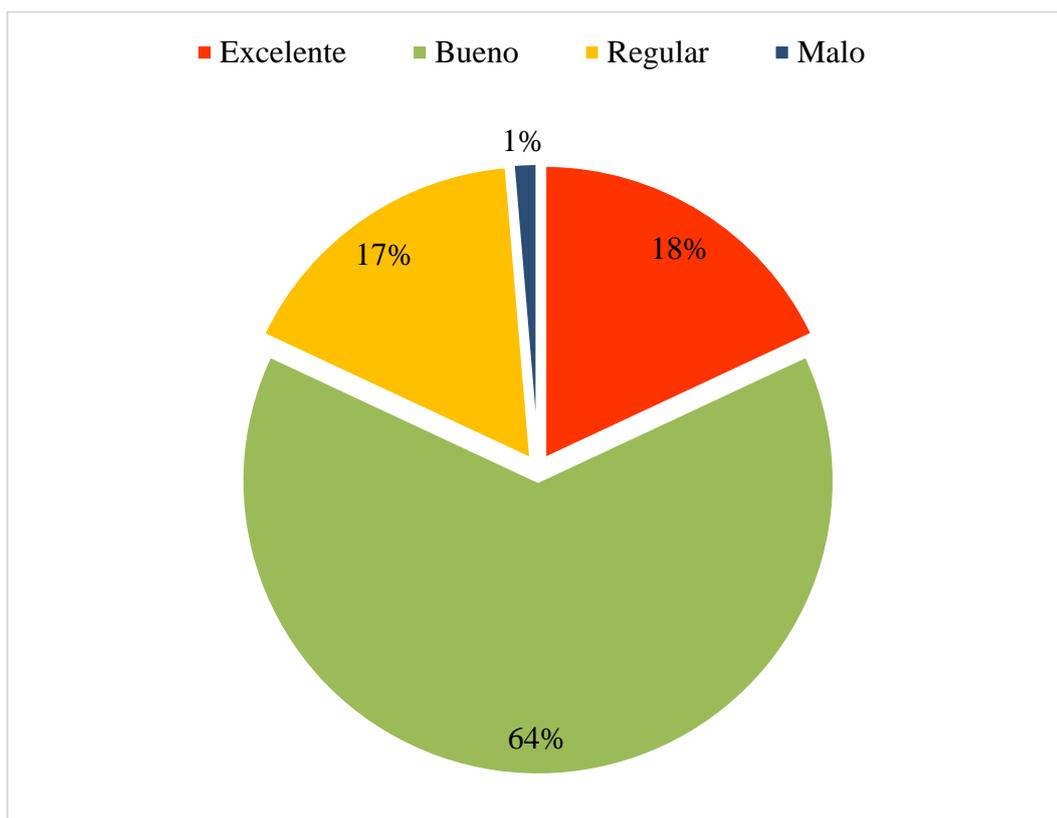
Fuente: Encuestas a turistas (2016)

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2017)

De los 70 turistas encuestados el 64% manifiesta que el nivel de satisfacción o entusiasmo de los guías es bueno, seguido con un 18% que su nivel de entusiasmo es excelente, mientras que un 17% indica que es regular, finalmente con el 1% es malo. Es notorio y existe una gran diferencia en cuanto al nivel de entusiasmo por parte de los guías de la comuna dejando de esta manera en evidencia la buena preparación y predisposición de ellos a la hora de ofrecer el servicio de guianza dentro de la comuna de Salanguillo.

12. ¿Cómo califica usted el conocimiento sobre información de manera general que tiene el guía de turismo de la comuna Salanguillo?

Gráfico 13 Conocimiento del guía



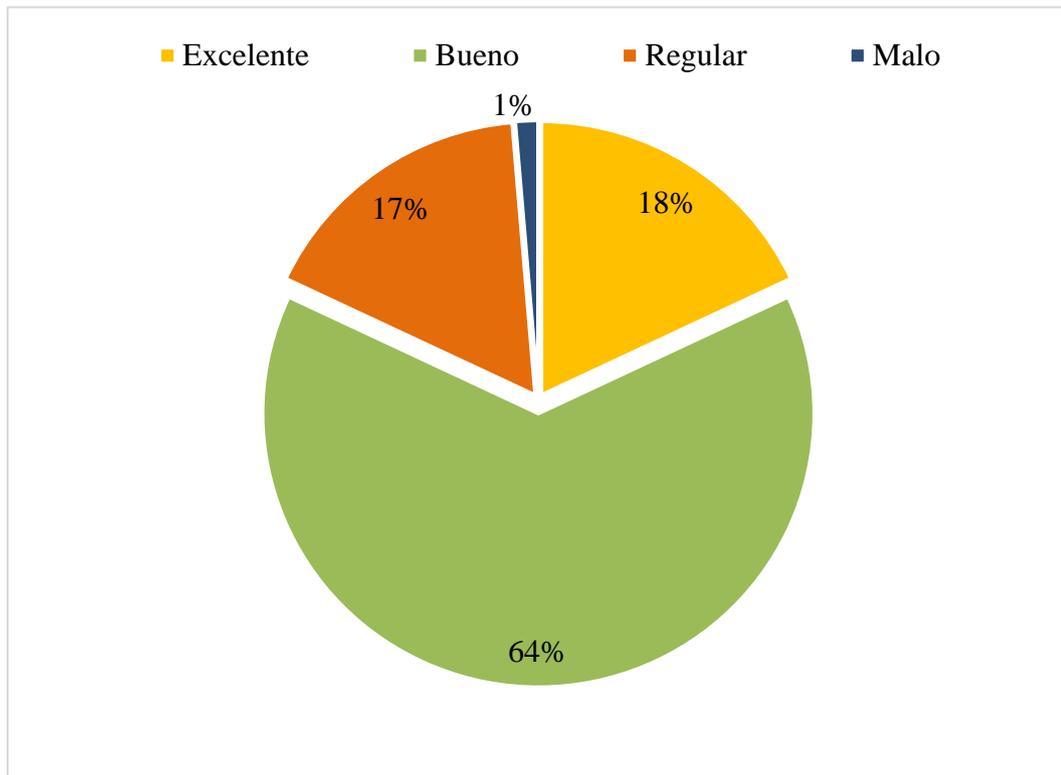
Fuente: Encuestas a turistas (2016)

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2017)

De los 70 turistas encuestados en la comuna de Salanguillo el 64% señaló que el nivel de conocimiento es bueno, mientras que con el 18% indicaron que el conocimiento del guía es excelente, seguido con el 17% que establecen que la noción es regular, finalmente con un 1% que el conocimiento del guía es malo. En conclusión, apreciando los rangos ya establecidos se resume en pocas palabras la falta de capacitación a los respectivos guías de la localidad, una vez que se cumplan los parámetros establecidos el turista vivirá una satisfacción llena de grandes experiencias dentro de la comuna de Salanguillo.

13. ¿Cómo califica usted la facilidad para comunicarse e interrelacionarse por parte del guía?

Gráfico 14 Nivel de interrelación



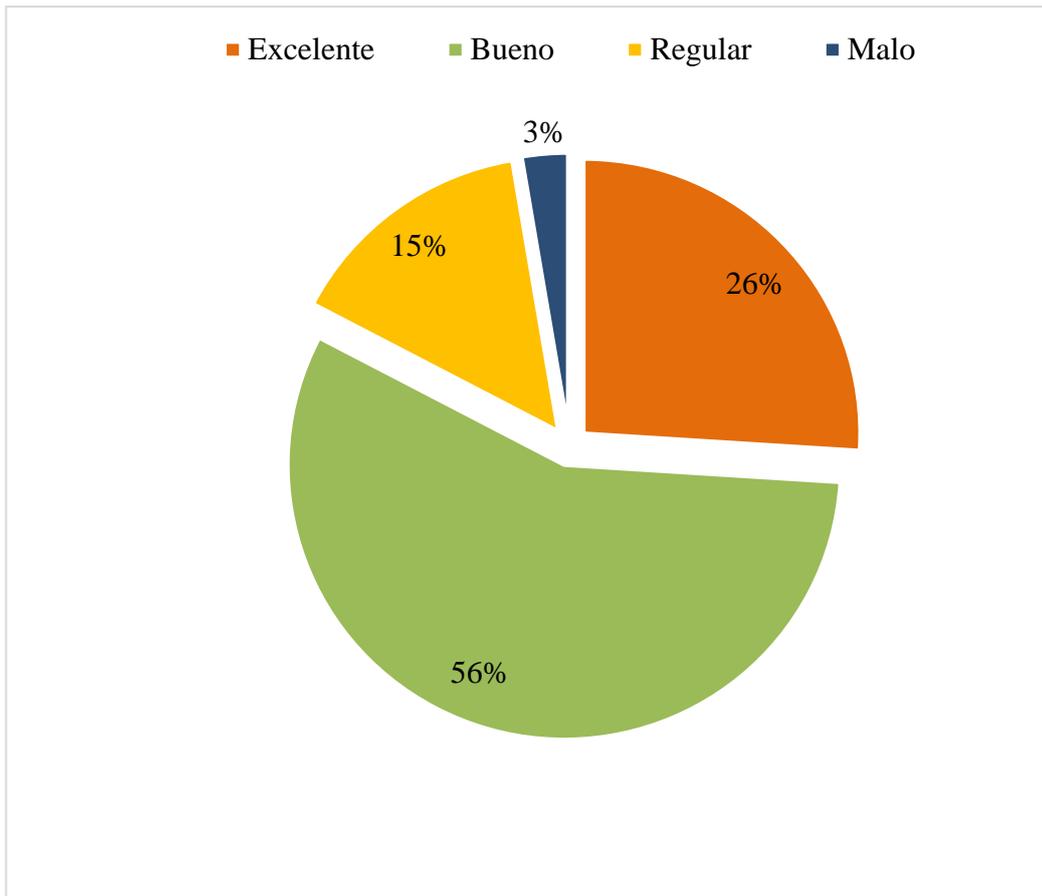
Fuente: Encuestas a turistas (2016)

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2017)

En la facilidad de comunicación entre el turista y el guía, el 64% de los encuestados manifestó que es buena, y con una diferencia significativa se tiene con un 18% que el nivel de comunicación es excelente, mientras con el 17% se indica que la relación o comunicación es regular y por último está el 15% que manifiesta que la interrelación es mala. Es evidente y de gran notoriedad la diferencia que existe entre bueno y excelente donde radica la importancia que la interrelación entre turista y guía debe ser excelente en todo aspecto, ya que es uno de los principales actores encargados de que el turista conozca todo lo maravilloso que posee la comuna de Salanguillo.

14. Considera usted que la actitud general del guía es:

Gráfico 15 Actitud del guía



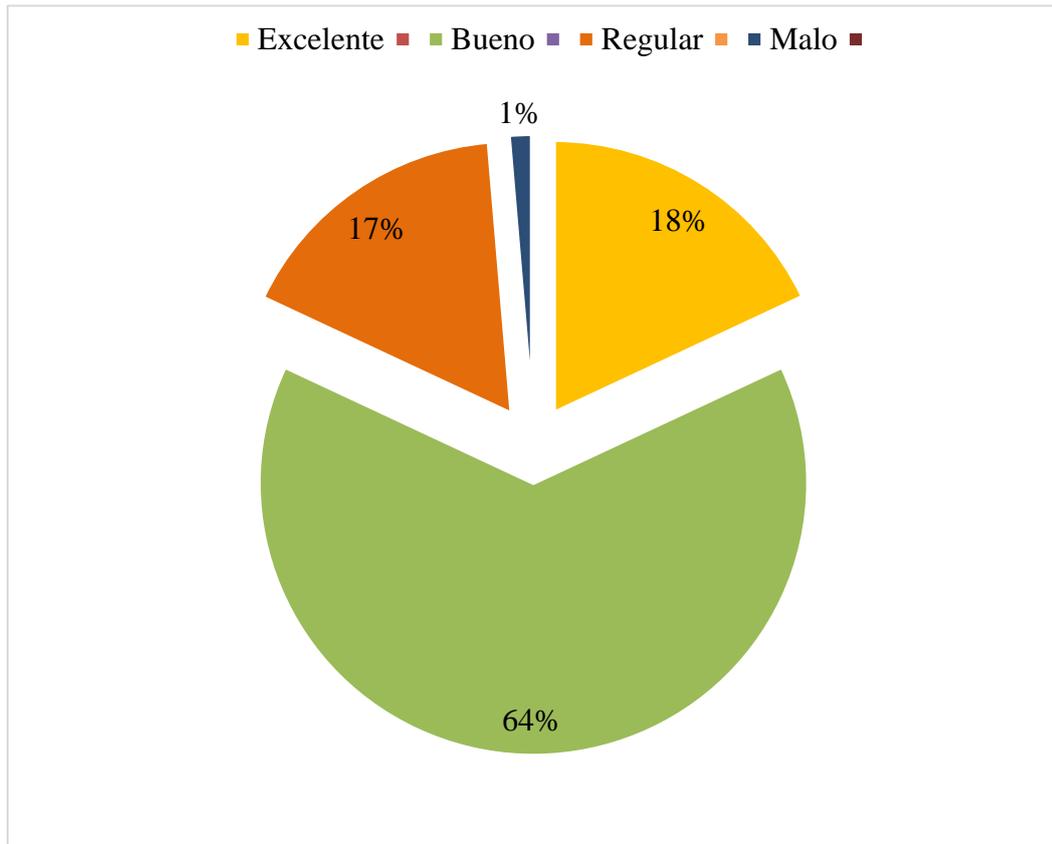
Fuente: Encuestas a turistas (2016)

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2017)

Los turistas que fueron encuestados muestran diversidad de respuestas, entre las cuales el 56% manifestó que la actitud general del guía es buena, mientras que el 26% señaló que es excelente, con un 16% que es regular y por último con un 3% que la actitud del guía es mala. Se deja en evidencia el nivel de preparación del guía para poder llegar a la excelencia que es a donde apunta cada comunidad a la hora de recibir a los turistas y de esa forma fidelizarlos.

15. ¿Cómo califica usted de manera general el servicio de guianza de la comuna Salanguillo?

Gráfico 16 Nivel de desempeño



Fuente: Encuestas a turistas (2016)

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2017)

De los turistas encuestados en la comuna de Salanguillo el 64% manifiesta que el desempeño de los guías es bueno, seguido con 18% que es excelente, con el 17% que es regular y por último con 1% que es malo. Es notorio que el nivel de desempeño de un guía siempre debe ser excelente, no basta con ser bueno, el turista en la actualidad es más exigente y siempre espera recibir un buen trato por parte de los actores del turismo. Es importante la facilidad con la que acceden los guías al momento de recibir las debidas capacitaciones por parte de las entidades de turismo y de esta forma mejorar su servicio en todo aspecto.

3.2. LIMITACIONES

Se determina que en el proyecto se han identificado varias limitaciones que pudieren afectar el proceso investigativo y el resultado del mismo, entre los principales aspectos se mencionan la autenticidad de la información proporcionada por los entrevistados y encuestados ya que a veces por factor tiempo no proporcionan una respuesta acorde a la realidad actual del objeto de estudio, por lo tanto los resultados pueden verse afectados de alguna manera.

Otro aspecto que limitó la investigación fue al medir los indicadores establecidos por las variables, por lo tanto sus resultados están basados a estos criterios, por lo que por ningún concepto se podrían hacer comparaciones con estudios similares.

En cuanto a lo que se pudo conversar con el Presidente de la comunidad los turistas acuden a visitar la misma los fines de semana y feriados en compañía de familiares o amigos (en temporada de lluvia es imposible visitar los atractivos por la seguridad de los visitantes). Por otro lado a las personas encuestadas en esta investigación se les pudo realizar las mismas con un poco de dificultad ya que no había el número total de turistas establecido en la muestra, por lo que se recurrió varios días; de la misma manera la accesibilidad para llegar a la comunidad no contribuía a la ejecución de las entrevistas.

Adicionalmente y como última limitación se establece que el investigador solo tuvo acceso a la información en horarios netamente específicos a la hora de obtener la información, debido a la distancia geográfica, a los horarios en los que se puede encontrar a los turistas y a los guías, que en este caso fueron el objeto de estudio.

PROPUESTA

La investigación se basa en determinar la percepción que tiene el turista sobre el servicio de guianza por tal manera se desarrollaran estrategias para la satisfacción del cliente en cuanto al servicio las mismas que estarán presididas por: capacitaciones, aplicación de lo aprendido y la evaluación.

Para las capacitaciones se deberá tener alianzas con el gobierno autónomo Descentralizado de Santa Elena y EMUTURISMO quienes son entes que pueden brindar enseñanzas dirigida al personal operativo, administrativo y gerencial que forma parte del sector turístico, así como actores complementarios e indirectos del turismo. Estos cursos permiten al beneficiario mejorar y potenciar sus habilidades, destrezas, actitudes y conocimientos técnicos y ponerlos en práctica en el lugar donde laboran.

TEMAS PARA LAS CAPACITACIONES

- Técnicas de guianza e interpretación de los guias.
- Motivación o exigencia en cuanto a los tamaños de los grupos.
- Revisión del diseño y adecuación de senderos.

En cuanto a la aplicación de lo aprendido comprende que el técnico en guianza turística va a brindar al sector turístico, la posibilidad de contar con un personal de calidad que contribuya al desarrollo económico, social y tecnológico de su entorno y del país.

Dentro de la evaluación se va a medir la satisfacción del visitante y cuál fue su percepción del servicio recibido, gracias a esta información suministrada se generara estrategias para un mejor aprovechamiento de los recursos conduciendo esto a la mejora del servicio. Las evaluaciones deben realizarse de forma permanente desde el punto de vista de los visitantes prestando atención a sus percepciones, para así trazar estrategias de cómo hacer una retroalimentación en el servicio y así poder comprender las necesidades del visitante y que se ajusten a lo requerido por ellos.

3.3. DISCUSIÓN

El resultado normativo de la investigación se dio conforme al manejo de las herramientas metodológicas como la encuesta y la entrevista las cuales permitieron recabar información oportuna concerniente a la percepción del turista sobre el servicio de guianza en la comuna Salanguillo parroquia Colonche provincia de Santa Elena, con el fin de contribuir las respectivas recomendaciones mediante la dirección científica.

Por medio de los resultados se defiende la idea de desarrollar estrategias aplicadas en la satisfacción del servicio de guianza para mejorar la percepción del turista en la comuna Salanguillo.

Mediante la entrevista se determinó que los guías si poseen características personales y valores para desempeñar el servicio, donde el respeto hacia el turista es lo más sobresaliente y lo que garantiza en su totalidad el regreso a la comuna, de la misma manera el tiempo de experiencia que tienen practicando esta actividad permite que el visitante se vaya seguro de la información que se les ha brindado, no obstante los espacios, lugares y atractivos van cambiando en el transcurso y se necesita estar actualizado en cuanto a información y en técnicas de guianza.

Se realizó un contraste con los datos obtenidos mediante la investigación de campo la cual destaca que el ejercicio laboral de los guías turísticos depende en un alto grado de la percepción que tienen los turistas sobre el servicio de guianza, esto se pudo determinar por medio de la encuesta realizada a los visitantes que llegan a la comuna Salanguillo.

A través de la investigación las tareas científicas planteadas se cumplieron de manera satisfactoria en donde se identificó la percepción del turista sobre el servicio guiado, para evaluar los componentes de los guías turísticos al realizar el servicio de guianza se propusieron preguntas orientadas al tema plasmada en la encuesta, en

donde los resultados obtenidos fueron que una gran mayoría califica el rendimiento de los guías como bueno y excelente (81%), asimismo en relación con la puntualidad por ser personas con educación secundaria que aplican métodos empíricos en el ámbito, destacan este valor como forma de respeto hacia quienes consumen el servicio (92%).

En la identificación de la percepción del turista al recibir el servicio de guianza en la comuna Salanguillo radica en la factibilidad para comunicarse e interrelacionarse por parte del guía, es así que el nivel de entusiasmo de los guías está calificado como bueno (64%), en relación al conocimiento sobre la información que brindan, la cual considera que la falta de calidad y capacitación impide una buena experiencia (64%), es así como de manera general el trabajo y la actitud está en una escala de bueno (80%) lo cual no es suficiente para brindar este servicio.

Posteriormente el motivo de visita de los turistas hacia este sitio es por vacacionar (90%), cabe destacar que el ocio, recreación y relajación son uno de los indicadores por el cual se desplazan hacia esta comuna, y además por ser visitantes ecuatorianos (63%), especialmente guayaquileños que por la cercanía que existe se dirigen hacia la provincia de Santa Elena y lugares aledaños, quienes conforman un segmento con muchas exigencias ya que tienen un nivel de instrucción superior (62%).

Consecuentemente afirman que las expectativas en relación al servicio de guianza son elevadas (97%), no obstante alegan que se los debe capacitar debido a que son los principales actores de la actividad turística, de tal modo que deben transmitir emociones ya que pocos perciben esto (58%), las dinámicas y juegos pero sobre todo cautivar la atención del visitante es importante ya que permite cambiar el ambiente de relajación y satisfacción de los turistas.

Smith y Kosslyn (2008) hacen referencia acerca de la percepción del turista mencionando sobre la interpretación, las metas y expectativas, en donde la similitud

de la investigación es pertinente debido a que los visitantes que ingresan a la comuna manifestaron al ser encuestados que lo que acotan los autores son puntos clave a la hora de realizar el servicio de guianza.

Por su parte Braidot (2010) hace referencia al sentido de la vista como uno de los más importantes debido a que este proporciona más información al cerebro combinando así sus recuerdos con experiencias antes vividas, teniendo una semejanza con la investigación del autor donde la interrelación entre el turista y el guía debe ser excelente ya que es uno de los principales actores encargados de que el turista conozca todo lo relacionado con el destino de visita y lo compare con vivencias pasadas.

López (2009) define que la experiencia del turista consiste en la implicación emocional del visitante con el servicio demandado, para lo cual la presente investigación se basó en lo que manifiesta el autor debido a que es una parte importante en el desarrollo turístico ya que mediante este el turista regresará al destino visitado haciendo uso de los servicios ofertados entre estos el de guianza.

Kotler y Keller (2006) citado por Oliveira (2011) establecen que la satisfacción es el sentido resultante de la comparación del desempeño con relación a las expectativas de una persona, donde el actual estudio presenta que existe concordancia con lo que manifiesta el autor debido a que la guianza realizada se la puede evaluar, así como medir el nivel de satisfacción.

Milkovich y Bourdem (1994) hacen referencia a que el ejercicio laboral se basa en las características individuales que tiene cada persona entre las cuales sobresalen sus capacidades, necesidades y cualidades que interactúan en la naturaleza de su trabajo, por ende el presente trabajo tiene relación con lo que señala en cuanto a que los guías de la comunidad poseen capacidades como mostrar iniciativa y resolver problemas, cualidades como flexibilidad, buena memoria, voluntad de aprender y necesidades como la de seguir capacitándose.

CONCLUSIONES

En la determinación de las capacidades de los guías turísticos al realizar el servicio de guianza se demostró que tanto las competencias y el servicio de guianza influyen en la percepción del turista impulsando a su vez el progreso o crecimiento local.

Se identificó de acuerdo a la investigación realizada y según el análisis del investigador, que la percepción que tienen el turista sobre el servicio de guianza de la comuna Salanguillo es positivo ya que la factibilidad de los guías está en la comunicación y la experiencia que tiene el visitante.

Se pudo determinar que la manera cómo percibe el turista la guianza tiene que ver con aspectos relacionados con el rendimiento en cada acción que este realiza en este caso con la puntualidad, la paciencia, la confiabilidad, el equilibrio emocional, la predisposición, el conocimiento y el respeto que estos tienen por el visitante, aspectos que son altamente valorados a la hora de realizar su trabajo.

Se pudo identificar que la relación que posee la percepción del turista con el servicio de guianza tiene que ver con el nivel de expectativas que este tiene sobre el servicio, por lo tanto al percibir las de manera elevada, cada uno de los aspectos que conllevan a la mejora de la experiencia del turista van a ser evaluadas como buenas, como lo demuestra cada uno de los indicadores de la investigación.

RECOMENDACIONES

Realizar proyectos similares al planteado a mediano plazo para medir la satisfacción del turista a efectos de conocer la opinión que estos tienen en relación al servicio que se les brinda y poder mejorar los aspectos más regulares que permitan mejorar una experiencia agradable para el turista que visita la comuna Salanguillo.

Fortalecer cada una de las competencias que posee el guía a través de capacitaciones y charlas dirigidas, ya que si bien es cierto se destaca que son buenas, estas no son percibidas de manera excelente por el turista y por el grupo de guías de esta comunidad.

Realizar investigaciones de demanda que estudien el comportamiento del turista con el fin de que se les propongan nuevas actividades acordes a los gustos y preferencias que este tenga, sin perder la autenticidad que caracteriza al guía a efectos de lograr una percepción alta de este servidor turístico.

Realizar un curso de servicio al cliente y mejorar los aspectos negativos que se puedan dar mientras se guía en el recorrido desde su inicio, hasta el final, ya que al tener el turista las expectativas elevadas, una mala acción por parte del guía podría repercutir en el desempeño general que pueda tener un guía al brindar el servicio.

BIBLIOGRAFÍA

- Acuña Sossa, M. (2011). Animación Turística: Antecedentes Históricos, Conceptos y Estilos. *Técnicas De Animación Turística*. Costa Rica: UNED.
- Barla Galván, R. D. (2010). *Diccionario para Educación Ambiental*. Mundo.
- Barrero, J. M. (15 de 04 de 2016). *Rincón del turista*. Obtenido de Rincón del turista: <http://www.andalucialab.org/blog/la-importancia-de-las-emociones-en-la-actividad-turistica/>
- Blancas Peral, F., & Buitrago Esquinas, E. (2005). *Estructura y Política Turística De Sevilla*. eumed.net.
- Boullón, R. C. (2006). *Planificación Del Espacio Turístico* (4a ed.). Mexico D.F., Mexico: Trillas.
- Calderón, A. (2014). *Análisis de La Cadena De Turismo*.
- Castro, J. L. (26 de Agosto de 2011). Falta animación turística en Zatecas: AMESTUR. (T. Z. S.A, Entrevistador)
- CESTUR. (10 de 11 de 2012). *Metodología del estudio de perfil y satisfacción del turista*. Obtenido de Metodología del estudio de perfil y satisfacción del turista.: http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/calidadycompetitividad/PST_formato2.pdf
- Chala, W. (4 de Agosto de 2011). *La Esquina Del Ocio*. Recuperado el 3 de Marzo de 2016, de <http://wchala.blogspot.com/2011/07/animacion-turistica.html>
- Comercio, C. D. (2013). Boletín Oficial De La Junta De Andalucía. Sevilla, España.
- Crispín, A. R. (25 de 10 de 2004). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112007000300009
- Cristale, M. (09 de 12 de 2009). *Web de negocios de hotelería y gastronomía* . Obtenido de Web de negocios de hotelería y gastronomía :

<http://www.hospitalidadynegocios.com/articulos/149/la-percepcion-del-turista-el-eje-del-negocio>

Crosby, A. (06 de 12 de 2012). *El turismo, producto emocional. Crear y ofrecer emociones que todos necesitamos*. Obtenido de El turismo, producto emocional. Crear y ofrecer emociones que todos necesitamos.: <http://blogs.monografias.com/arturo-crosby-forum-natura/2012/07/12/el-turismo-producto-emocional-crear-y-ofrecer-emociones-que-todos-necesitamos/>

De la Tejera Segura, E., & López Córdova, J. (2009). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS ORGANIZACIONES TURISTICAS (CASO RIVIERA NAYARIT, MÉXICO). *Rotur/Revista De Ocio Y Turismo*, 59 - 81.

Ecuador debe diversificar oferta turística. (23 de Julio de 2002). Recuperado el Enero de 2016, de http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1000095783/-1/Ecuador_debe_diversificar_oferta_tur%C3%ADstica.html#.VvtOKvt97IU

Guadarrama Gómez, I., Larios Calderon, A., & Balderas Elorza, C. R. (2014). Fortalezas Y Debilidades De La Animación Turística En Hoteles All Inclusive En Playa Del Carmen, Mexico. *Revista Interamericana De Ambiente Y Turismo*, 27-32.

Lunar, V. G. (2009). *DESEMPEÑO LABORAL DEL LICENCIADO EN TURISMO DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE, SEGÚN LA OPINIÓN DEL SECTOR EMPRESARIAL TURÍSTICO PRIVADO DE LA ISLA DE MARGARITA, ESTADO NUEVA ESPARTA*. ESTADO NUEVA ESPARTA: primera.

Maguiño, M. A. (2013). *Desarrollo de competencias laborales y formación de los profesionales en turismo, en la Universidad de San Marcos*. Obtenido de Desarrollo de competencias laborales y formación de los profesionales en turismo, en la Universidad de San Marcos: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/3509/1/Granados_mm.pdf

Martínez, E. O. (2005). *Importancia de la comunicación en los destinos internacionales: la percepción de los turistas extranjeros en los destinos españoles*. Madrid: primera.

- Martinez, F. (2000). *Educaweb*. Obtenido de Educaweb:
<http://www.educaweb.com/profesion/guia-turistico-212/>
- Ministerio De Turismo De Santa Elena. (Junio de 2014). Catastro De Establecimientos Turisticos.
- MINTUR. (2008). *Borrador de proyecto de reglamento de guianza*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/Borrador-proyecto-de-Reglamento-de-Guianza-Tur%C3%ADstica-1.pdf>: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/Borrador-proyecto-de-Reglamento-de-Guianza-Tur%C3%ADstica-1.pdf>
- Mora, D. (20 de 11 de 2016). *Emoturismo*. Obtenido de Emoturismo:
<http://www.emoturismo.com/como-afectan-las-emociones-a-la-experiencia-turistica/>
- Morfin Herrera, M. (2003). *Administracion del Tiempo Libre*. Mexico: Trillas.
- Oliveira, B. (10 de 02 de 2011). *Estudios y perspectivas en turismo*. Obtenido de Estudios y perspectivas en turismo:
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000100013
- Organizacion Mundial De Turismo. (Octubre de 1983). *Quinta Asamblea*. Nueva Delhi, India.
- Puertas, X. (2004). *Animación En El Ámbito Turístico*. Madrid: Síntesis.
- Quesada Castro, R. (2000). *Elementos Del Turismo*. San Jose, Costa Rica: Universidad Estatal A Distancia.
- Rivera, H. S. (22 de Octubre de 2016). Salanguillo y sus aspectos económicos, sociales y culturales. (J. M. Mejía, Entrevistador)
- Ruano Pavon , C. (2014). *Diseño de Productos y Servicios Turísticos Locales* (1 ed.). Antequera, España: IC Editorial.
- Territori, G. c. (12 de 10 de 2010). *Territori Orbet*. Obtenido de Territori Orbet:
<https://territoriobert.files.wordpress.com/2012/01/turismo-experiencial-la-oportunidad-de-las-emociones.pdf>
- UAC. (2007). *Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Andina del Cusco*. Obtenido de Escuela Profesional de Turismo de la Universidad

Andina del Cusco: <http://www.uandina.edu.pe/index.php/perfil-profesional-turismo/>

Velázquez Pezo, M. E., Biol.Samaniego Rivera, J., Eco. Severino Morán, E., Arq.Delgado de la Cuadra, E., Soc. Salazar, R., Arq. Ríos, A., & Arq. Chacón Franco, G. (2011). Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial 2012-2021.

Villacis, M. A. (2015). *Los guías nativos y su aporte al desarrollo de turismo de naturaleza del Cantón Píllaro Provincia de Tungurahua*. Cantón Píllaro Provincia de Tungurahua.: Primera.

Antequera, España: IC Editorial. Alvarado, F. & Ortega, D. (2016). Reglamento de Guianza Turística. Diciembre 15, 2016, de Ministerio de Turismo / Ministerio del Ambiente Sitio web: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/Reglamento-Guianza-tur%C3%ADstica-1.pdf>

Alzamora, M., Herrera, V., Fong, D., Portillo, Y., Wong, T., Baruco, K., Melhado, R., Ruiz, G., Del Cid, J., Justiniani, A., Córdoba, Lia., Andión, S., & Pazmiño, E. (2014). Estudio de la percepción de los turistas sobre la calidad del servicio al cliente en la Ciudad de Panamá. *Invest. pens. crit.*, Vol. 2, pp. 4-58.

Anton, S. et al (2007). A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico. (pp. 346). Barcelona. España. Ed. UOC.

Barrios, M. (2012). Marketing de la Experiencia: principales conceptos y características. *Palermo Business Review*, 7, 71.

Braidot, N. (2010). Neuromanagement. Cómo utilizar el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones. (pp. 485). Ed. México. Granica S.A.

Cano, L. Z., Sandoval, E. C., & Morejón, C. V. M. M. (2010). Las Competencias De Los Guías De Turistas Como Ventaja Competitiva En El

Sector Turista: Caso Cancun Quintana Roo. *ISSN 1931-0285 CD ISSN 1941-9589 ONLINE*, 1368.

Chavenato, I. (2000) *Administración de Recursos Humanos*. Editorial Mac Graw Hill. México.

Connock, S. and Johns, T. 1995. *Ethical Leadership*. London: Institute of Personnel and Development.

Enzano, P. (2016). *Técnicas de guiado*. Argentina: Salta.

HOLBROOK, M.B. y HIRSCHMAN, E.C. (1982): «The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun», *Journal of Consumer Research*, vol. 9, n° 2, pp. 132-140.

Izaguirre, M. (2012). *La experiencia turística de los sentidos*. Observatorio Turístico del Perú, Vol. 1, pp. 152 - 177.

Kotler, P.; Keller, K. L. (2006) "Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle". Pearson, São Paulo

Marinus C. (2014). *Motivación en Turismo*. Noviembre 21, 2016, de Turismo en teoría Sitio web: <http://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>

Márquez, A., & Sánchez, Á. (2007). *Turismo y ambiente: la percepción de los turistas nacionales en Bahía de Banderas, Nayarit, México*. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM*, Vol. 64, pp. 134-152.

Márquez, S. (2010). *ESTUDIO DE LOS RECEPTORES DEL TACTO Y EL EQUILIBRIO EN EL SER HUMANO*. I. E. S. IFACH, Vol. 1, pp. 1

Medina, J. (2010). *Los 12 principios del cerebro. Una explicación sencilla de cómo funciona para obtener el máximo desempeño*. (pp. 328). Colombia. Ed. Grijalbo.

Milkovich, G y Boudrem, T. (1994) Dirección y Administración de Recursos Humanos. Un Enfoque de Estrategia. Addison Wesley. Iberoamericana. Estados Unidos.

Moreno, M., & Coromoto, M. (2009). Expectativas y percepciones del turista sobre el servicio hotelero. FERMETUM, Vol. 55, pp. 331-364.

Muñoz, A., Carrera, P., & Inostroza, G. (2009). NIVEL DE SATISFACION DE LOS SERVICIOS DE GUIADOS EN EL PARQUE NACIONAL GALAPAGOS, ECUADOR. Ecuador: Gestión turística.

Oliver, R.L. (1997). Satisfaction: A Behavioural Perspective on the Consumer. New York: McGraw-Hill.

Parral, J. (1997) La psicología del consumidor. Editorial PEMEX, 2da Edición. Chile.

Peña, Y., & Adela, Y. (2015). Plan de marketing para promocionar el turismo de aventura en la comuna Salanguillo, parroquia Colonche, cantón Santa Elena año 2015.

Pérez, J., Gardey, A. (2008). Definición de estímulo. 2012, de Definición. De Sitio web: <http://definicion.de/estimulo/> Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. Alteridades, Vol. 4, pp. 47 - 53.

Psicología básica. (2007). SENSACIÓN, PERCEPCIÓN Y ATENCIÓN. 2016, de Departamento de Psicología básica Sitio web: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/4298/2/TEMA%202_SENSACION,PERCEPCION,ATENCION,C3%93N.pdf

Rivero, J. (2010). Valores Culturales. 2016, de Tendencia crítica Sitio web: <http://poetasdesucre.over-blog.es/article-valores-culturales-52857146.html>

Romero, A.. (2013). Marketing sensorial, el turismo se vive con los 5 sentidos. Noviembre 20, 2016, de ANDRÉSturiweb Sitio web: <https://andresturiweb.com/marketing-sensorial/>

Smith, E. & Kosslyn, S. (2008). Procesos cognitivos: modelos y bases neuronales. (pp. 648). Madrid. Ed. Pearson Educación, S.A.

Tirira Viana, D. A. (2015). Análisis de percepciones de avitouristas enfocado al desempeño de los guías especializados en Sacha Lodge, Reserva de Biósfera Yasuní (Bachelor's thesis, PUCE).

Torres, A. (2012). Guianza turística. 2016, de blogspot.com Sitio web: <http://arnoldtorres1422.blogspot.com/2012/03/guianza-turistica.html>

Wholey, Joseph. 1983. Evaluation and Effective Public Management. Boston: Little, Brown and Company. Parte I: "Gerenciaefectiva". Parte II. "Lograr un acuerdo acerca de objetivos finales orientados hacia resultados, y de indicadores de desempeño".

Yagual, Y. (2015). Plan de marketing para la promoción de turismo de aventura en la Comuna Salanguillo, Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena. La Libertad: UPSE.

Zárraga, L., Corona, E., & Molina, V. (2010). LAS COMPETENCIAS DE LOS GUÍAS DE TURISTAS COMO VENTAJA COMPETITIVA EN EL SECTOR TURISTA: CASO CANCÚN QUINTANA ROO. REVISTA INTERNACIONAL ADMINISTRACION & FINANZAS, Vol. 3, pp. 11 - 23.

ANEXOS

ANEXO 1 Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	IDEA A DEFENDER	MARCO TEÓRICO	METODOLOGÍA
<p>¿Cómo mejorar la percepción del turista sobre el servicio de guianza en la comuna Salanguillo?</p>	<p>Diseñar estrategias de satisfacción para mejorar la percepción de los turistas en cuanto al servicio de guianza en la comuna Salanguillo.</p>	<p>El desarrollo de estrategias aplicadas en la satisfacción del servicio de guianza mejoran la percepción del turista.</p>	<p>Tirira (2015) Análisis de percepciones de avituristas enfocado al desempeño de los guías especializados en Sacha Lodge, Reserva de Biósfera Yasuní (Bachelor's thesis, PUCE). Moreno, M., & Coromoto, M. (2009). Expectativas y percepciones del turista sobre el servicio hotelero. FERMETUM, Vol. 55, pp. 331-364 Zárraga, L., Corona, E., & Molina, V. (2010). Las competencias de los guías de turistas como ventaja competitiva en el sector turista: caso Cancún quintana roo. Revista internacional administración & finanzas, vol. 3, pp. 11 - 23.</p>	<p>Método Observacional Pierón (1986) Método Cualitativo Blasco y Pérez (2007) La investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.</p>

PROBLEMAS ESPECÍFICOS	TAREA CIENTÍFICA			
<p>¿Mediante qué forma se evalúa el servicio de guianza en la comuna Salanguillo?</p>	<p>-Evaluación del servicio de guianza en la comuna Salanguillo.</p>		<p>Márquez, A., & Sánchez, Á. (2007). Turismo y ambiente: la percepción de los turistas nacionales en Bahía de Banderas, Nayarit, México. Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM, Vol. 64, pp. 134-152</p> <p>Muñoz, A., Carrera, P., & Inostroza, G. (2009). Nivel de satisfacción de los servicios de guiados en el Parque Nacional Galápagos, Ecuador: Gestión turística. Alzamora, M., Herrera, V., Fong, D., Portillo, Y., Wong, T., Baruco, K., Melhado, R., Ruiz, G., Del Cid, J., Justiniani, A., Córdoba, Lia., Andión, S., & Pazmiño, E. (2014). Estudio de la percepción de los turistas sobre la calidad del servicio al cliente en la Ciudad de Panamá. Invest. pens. crit., Vol. 2, pp. 4-58.</p>	<p>Investigación descriptiva (Sabino 1986) “Trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada”. (Pág. 51)</p>
<p>¿Mediante qué forma se establece la percepción del servicio de guianza en la comuna Salanguillo?</p>	<p>-Identificar la percepción del turista al recibir el servicio de guianza en la comuna Salanguillo.</p>			<p>Población: Turistas, servidores y Autoridades de la comuna. Muestra Turistas que visitan la comuna, guías de la comunidad y autoridades de la comuna.</p>

<p>¿Mediante qué forma se realiza el diseño de las estrategias de satisfacción?</p>	<p>-Diseño de estrategias de satisfacción para mejorar la percepción del turista.</p>		<p>Variable Independiente Percepción del turista</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vista - Olfato -Tacto -Auditivo - Gustos -Emociones del turista -Sentimientos del turista -Satisfacción de las necesidades y deseos del turista <p>Variable Dependiente Servicio de guianza.</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> --Competencias generales de los Guías locales. -Conocimiento del Guía -Actitud de los Guías -Habilidad del Guía 	<ul style="list-style-type: none"> - Observación - Encuesta - Entrevista <hr/> <p>Técnicas de Procesamiento de datos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Base de datos en Microsoft Excel - Gráficos y tabla de datos en Microsoft Word.
--	---	--	---	---

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2016)

ANEXO 2 Matriz de Operacionalización de los resultados

Idea a defender	Variable D.	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos de recolección de I.
Propuesta caracterizada por poseer etapas de estrategias aplicadas en la satisfacción para mejorar la percepción del turista sobre el servicio de guianza.	Servicio de guianza	El servicio corresponde a que el guía es el responsable de la coordinación, recepción, asistencia, conducción, información y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros	Acciones de los guías	<ul style="list-style-type: none"> -Competencia general de los Guías locales. -Conocimiento del Guía -Actitud de los Guías -Habilidad del Guía 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Conoce las competencias generales de un Guía Local? ¿Cómo percibe el conocimiento del lugar por parte del Guía? ¿Considera usted, que la actitud del Guía es? ¿Cómo califica las habilidades que demuestra el Guía? 	Encuestas Entrevista

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2016)

Hipótesis	Variable I.	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
El desempeño laboral eficiente de los Guías turísticos mejorará la percepción del turista sobre el servicio de guianza en la comuna Salanguillo	Percepción del turista	Situaciones o estímulos que son interpretados en base a experiencias	Estímulos del turista Experiencia del turista	- Vista -Olfato -Tacto -Auditivo - Gustos -Emociones del turista -Sentimientos del turista -Satisfacción de las necesidades y deseos del turista	¿Cómo hace para que el turista adquiera una observación visual gratificante? ¿Realiza alguna actividad donde el turista tenga que utilizar su olfato? ¿De qué manera hace que se interese el turista por escuchar la guianza? ¿Utiliza algún producto que le cause gusto al turista? ¿Qué emociones recibe al ser guiado? ¿Le transmite el guía algún sentimiento al desempeñar su labor? ¿Cómo se siente con el desempeño del Guía?	Encuestas Entrevistas

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2016)

ANEXO 3 Formatos de instrumentos de recolección de datos

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO



OBJETIVO: Obtener información relevante sobre la percepción que tiene el turista sobre el servicio de guianza brindado por los guías de la comunidad Salanguillo.

ENCUESTA (Turista)

DATOS GENERALES		
1.-Edad 1. De 18 a 30 <input type="checkbox"/> 2. De 31 a 45 <input type="checkbox"/> 3. De 46 a 60 <input type="checkbox"/> 4. De 60 y más <input type="checkbox"/>	2.-Género 1. Masculino <input type="checkbox"/> 2. Femenino <input type="checkbox"/>	3.-Nacionalidad 1. Ecuatoriano (a) <input type="checkbox"/> ¿Donde? _____ 2. Extranjero (a) <input type="checkbox"/> ¿Donde? _____
4.- Estado Civil 1. Soltero / a <input type="checkbox"/> 2. Casado /a <input type="checkbox"/> 3. Divorciado /a <input type="checkbox"/> 4. Viudo / a <input type="checkbox"/> 5. Unión Libre <input type="checkbox"/>	5.- Nivel de Educación 1. Primaria <input type="checkbox"/> 2. Secundaria <input type="checkbox"/> 3. Superior <input type="checkbox"/> 4. Posgrado <input type="checkbox"/>	6.- ¿Cuál es el motivo de su visita a la comunidad de Salanguillo? 1. Vacaciones/recreación <input type="checkbox"/> 2. Descanso/relajación <input type="checkbox"/> 3. Visita a familiares y amigos <input type="checkbox"/> 4. Otros <input type="checkbox"/> Especifique _____
7.- ¿Cree Ud. Que en el destino se requiere los servicios de un guía? 1. SI <input type="checkbox"/> 2. NO <input type="checkbox"/>	8.- ¿Cómo calificaría Ud. la puntualidad de los Guías? 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Bueno <input type="checkbox"/> 3. Regular <input type="checkbox"/> 4. Malo <input type="checkbox"/>	9.- ¿El rendimiento percibido del Guía es? 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Bueno <input type="checkbox"/> 3. Regular <input type="checkbox"/> 4. Malo <input type="checkbox"/>

<p>10.- ¿Qué expectativas tiene Ud. sobre el servicio de Guianza?</p> <p>1. Expectativas elevadas <input type="checkbox"/></p> <p>2. Expectativas moderadas <input type="checkbox"/></p> <p>3. Expectativas bajas <input type="checkbox"/></p>	<p>11. ¿Cómo califica Ud. El entusiasmo del Guía?</p> <p>1. Excelente <input type="checkbox"/></p> <p>2. Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>3. Regular <input type="checkbox"/></p> <p>4. Malo <input type="checkbox"/></p>	<p>12. ¿Cómo califica Ud. El conocimiento sobre información general que tiene el guía de turismo de la comuna Salanguillo?</p> <p>1. Excelente <input type="checkbox"/></p> <p>2. Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>3. Regular <input type="checkbox"/></p> <p>4. Malo <input type="checkbox"/></p>
<p>13.- ¿Cómo califica Ud. la facilidad para comunicarse y/o interrelacionarse por parte del Guía?</p> <p>1. Excelente <input type="checkbox"/></p> <p>2. Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>3. Regular <input type="checkbox"/></p> <p>4. Malo <input type="checkbox"/></p>	<p>14. ¿Considera usted, que la actitud general del Guía es?</p> <p>1. Excelente <input type="checkbox"/></p> <p>2. Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>3. Regular <input type="checkbox"/></p> <p>4. Malo <input type="checkbox"/></p>	<p>15. ¿Cómo califica Ud. de manera general el servicio de guianza de la comuna Salanguillo?</p> <p>1. Excelente <input type="checkbox"/></p> <p>2. Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>3. Regular <input type="checkbox"/></p> <p>4. Malo <input type="checkbox"/></p>

Gracias por su colaboración...



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA-ELENA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

ENTREVISTA A GUÍAS TURÍSTICOS

Objetivo: Obtener los puntos de vistas de los Guía turísticos de la comuna Salanguillo y como este servicio es percibido por el turista. Se agradece su participación y todas las respuestas se trataran confidencialmente.

Nombre:

Institución:

1. ¿Considera usted, que los Guías turísticos de la comuna Salanguillo tienen las conocimientos adecuados para desempeñar su labor?

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

2. ¿Considera usted, que los Guías turísticos de la comuna Salanguillo tienen las habilidades necesarias para desempeñar su labor?

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

3. ¿Considera usted, que los Guías turísticos de la comuna Salanguillo tienen la experiencia necesaria para desempeñar su labor?

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

4. ¿Considera usted, que los Guías turísticos de la comuna Salanguillo tienen la actitud necesaria para desempeñar su labor?

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

5. ¿Considera usted, que los Guías turísticos de la comuna Salanguillo tienen la motivación suficiente para desempeñar su labor? Hace

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

6. ¿Considera usted, que los Guías turísticos de la comuna Salanguillo tienen las características personales y valores necesarias para desempeñar su labor?

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

ANEXO 4 Aspectos legales

Constitución de la República del Ecuador

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Plan Nacional del Buen Vivir 2013 -2017

Objetivo 10.3 Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios, literal g) Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera y h) Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente.

Ley de Turismo

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo; c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística; e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística; g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

ANEXO 5 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN MEDIANTE ENTREVISTA

Entrevista con el Presidente y guía turístico de la Comuna Salanguillo



ANEXO 6 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN MEDIANTE ENCUESTA

Encuesta realizada a turistas que visitan la comuna Salanguillo





Iglesia de la comuna Salanguillo



ANEXO 7 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DE LA COMUNIDAD

Vista panorámica de la comuna Salanguillo



Caballos que están a disposición de los visitantes para realizar el recorrido hacia los atractivos



Casa comunal Salanguillo



Vías de acceso de la comunidad



ANEXO 8 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DE ATRACTIVOS

Sendero Cuevas de Las Campanas



Fuente: Comuna Salanguillo (2017)

Sendero Estero Agua Blanca



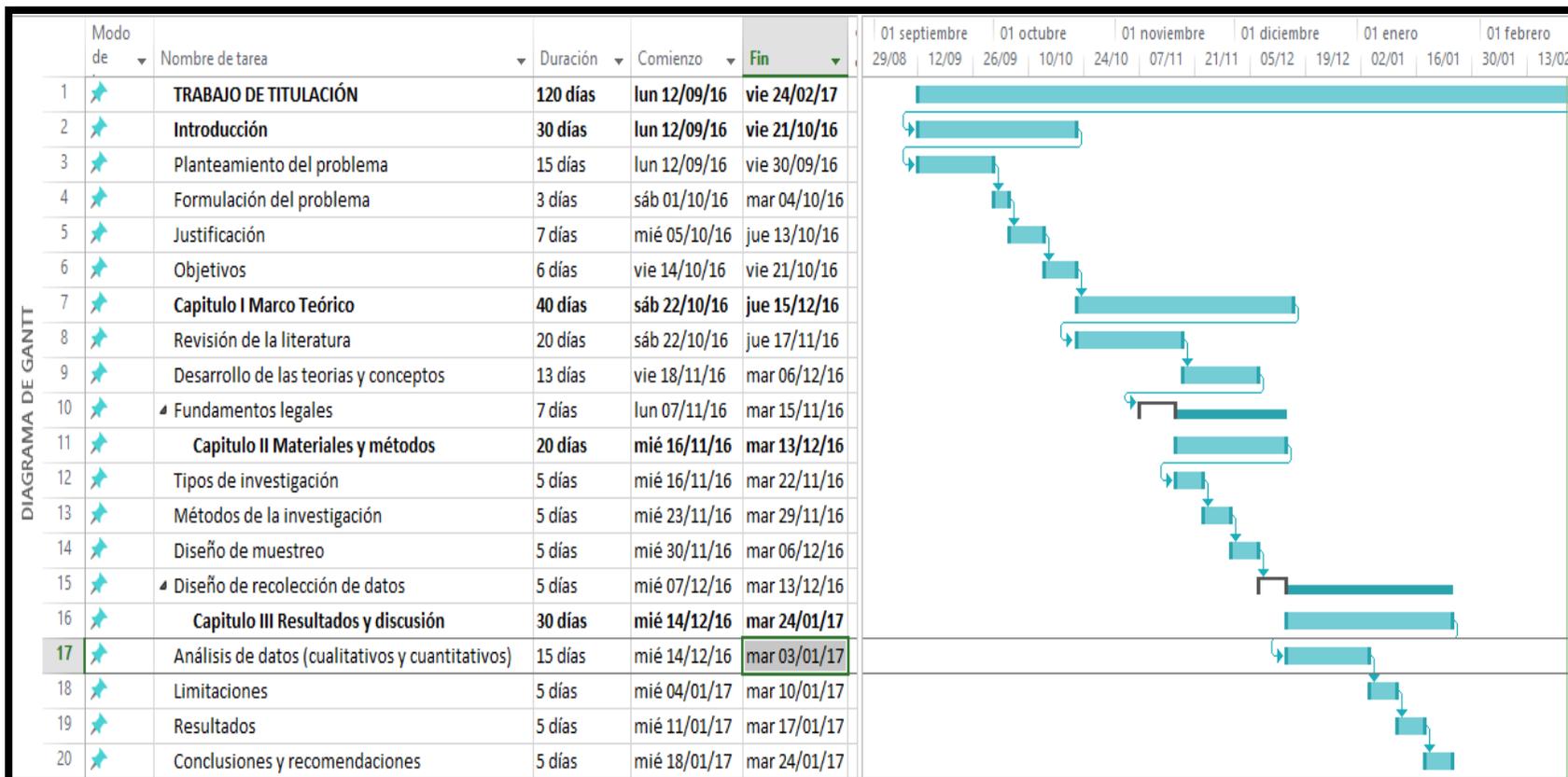
Fuente: Comuna Salanguillo (2017)

Sendero Salto Grande



Fuente: Comuna Salanguillo (2017)

Cronograma de trabajo de investigación



Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2016)

Presupuesto

Tabla 4 Presupuesto

RECURSOS HUMANOS				
N .	DENOMINACIÓN	TIEMPO	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Investigador	6 meses	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Tutor	6 meses	\$ 650,00	\$ 650,00
Total				\$ 1.150,00
RECURSOS MATERIALES Y SUMINISTROS				
N .	DENOMINACIÓN	COSTO UNITARIO	TOTAL	
1	Papel	\$ 5,00	\$ 5,00	
2	Lápices	\$ 1,00	\$ 2,00	
2	Esferográficos	\$ 1,50	\$ 3,00	
5	Carpeta	\$ 1,00	\$ 5,00	
10	Clips	\$ 0,25	\$ 2,50	
Total			\$ 17,50	
RECURSOS TECNOLÓGICOS Y TÉCNICOS				
N .	DENOMINACIÓN	COSTO UNITARIO	TOTAL	
1	Equipos de cómputo	\$ 650,00	\$ 650,00	
1	Teléfono y comunicación	\$ 30,00	\$ 30,00	
	Movilización	\$ 50,00	\$ 50,00	
	Impresión de documentos	\$ 25,00	\$ 25,00	
Total			\$ 755,00	

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2016)

Tabla 5 Presupuesto general

RECURSOS	Institucionales:	
	Humanos	\$ 1.150,00
	Materiales y suministros	\$ 17,50
	Tecnológicos y técnicos	\$ 755,00
Total		\$ 1.922,50

Elaborado por: Joselin Mendoza Mejía (2016)

COMUNA SALANGUILLO-PARROQUIA COLONCHE

SANTA ELENA- ECUADOR

Colonche Salanguillo, 12 de junio de 2016

LCDO.

EFREN MENDOZA TARABOMSC.

DIRECTOR DE LA CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

En su despacho

De nuestras consideraciones

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos la COMUNA SALANGUILLO-PARROQUIA COLONCHE - PROVINCIA DE SANTA ELENA, deseándoles éxitos en sus funciones que acertadamente dirige y a la vez aprovechamos la oportunidad para exponerle:

Por medio de la presente me permita infórmale que el estudiante **JOSELIN CATHERINE MENDOZA MEJÍA** portadora de la C.I: **092286416-0** de la carrera de Licenciatura En Administración De Hotelería Y Turismo está autorizado en desarrollar su tema de trabajo investigativo titulado **“DESEMPEÑO LABORAL DE LOS GUIAS TURÍSTICOS Y LA PERCEPCIÓN DEL TURISTA SOBRE EL SERVICIO DE GUIANZA EN LA COMUNA SALANGUILLO PARROQUIA COLONCHE CANTÓN SANTA ELENA”**

El cual se le brindara la ayuda e información necesaria para su realización.
Sin más que comunicarnos, nos suscribimos a usted.

Atentamente


SR. HOLGER SANTOS RIVERA
PRESIDENTE

C.I. 0916750995

