



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO

TURÍSTICO

TEMA:

**CALIDAD DEL SERVICIO DE GUIANZA Y SATISFACCIÓN DEL
VISITANTE: CASO MUSEO LOS AMANTES DE SUMPA, CANTÓN SANTA
ELENA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE INGENIERO
EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

AUTOR:

Diego Alex Morán Yosa

TUTOR(A):

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2019



**“CALIDAD DEL SERVICIO DE GUIANZA Y SATISFACCIÓN DEL
VISITANTE: CASO MUSEO LOS AMANTES DE SUMPA, CANTÓN
SANTA ELENA”**

Autor:

Diego Alex Morán Yosa

Tutor(a):

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

Resumen:

La provincia de Santa Elena da a conocer parte de su cultura en los museos, dejando claro que son unos de los principales para las vivencias históricas, siendo esta la razón fundamental de la investigación titulada “Calidad del servicio de guianza y la satisfacción de los visitantes: caso museo Los Amantes de Sumpa”, el trabajo tiene como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio de guianza y la satisfacción del visitante del museo Los Amantes de Sumpa. Se da a conocer que este tema se tomó basándose en la guianza turística que se brinda para un mayor entendimiento a los visitantes, y así mismo la metodología utilizada para la investigación fue la escala de Likert utilizado en las encuestas ayudando de manera óptima, procediendo con la prueba del chi-cuadrada para verificar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del visitante. Con la encuesta se evaluó al visitante al finalizar el recorrido para realizar una comparación sobre, que era lo que él esperaba y que fue lo que recibió. Como resultado se puede destacar que las personas que visitan el museo en su mayoría lo visita por primera vez, pocas son las personas que han visitado el museo anteriormente, pero a pesar de algunas falencias que posee el servicio de guianza en el museo, las personas en general salen satisfechas, y muchas veces es por la actitud, el desempeño, por conocer y por el mismo trato que le da la persona que los atiende en la guianza, y es ahí donde se formulan las recomendaciones para que se mejore el servicio como tal.

Palabras claves: servicio de guianza, calidad, satisfacción, relación, visitantes.



**QUALITY OF GUIDANCE SERVICE AND SATISFACTION OF THE
VISITOR: CASE MUSEUM THE LOVERS OF SUMPA, SANTA ELENA
CANTON**

Author:

Diego Alex Morán Yosa

Tutor:

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

Abstract:

The province of Santa Elena reveals part of its culture in the museums, making it clear that they are one of the main ones for the historical experiences, this being the fundamental reason for the research entitled "Quality of the guidance service and the satisfaction of the visitors: the case of Los Amantes de Sumpa ", the objective of the work is to determine the relationship between the quality of the guidance service and the satisfaction of the visitor of the Los Amantes de Sumpa museum. It is reported that this topic was taken based on the tourist guide that is provided for a better understanding of the visitors, and likewise the methodology used for the investigation was the Likert scale used in the surveys, helping in an optimal way, proceeding with the chi-square test to verify the relationship that exists between the quality of the service and the satisfaction of the visitor. With the survey, the visitor was evaluated at the end of the tour to make a comparison about what he expected and what he received. As a result, it can be pointed out that people who visit the museum mostly visit it for the first time, few people have visited the museum before, but despite some shortcomings that the museum's guiding service has, people in general they are satisfied, and often it is because of the attitude, the performance, the knowledge and the same treatment given by the person who assists them in the guidance, and that is where the recommendations are made to improve the service as such.

Keywords: guiding service, quality, satisfaction, relationship, visitors.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, “CALIDAD DEL SERVICIO DE GUIANZA Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE: CASO MUSEO LOS AMANTES DE SUMPA, CANTÓN SANTA ELENA”, elaborado por el Sr. Morán Yosa Diego Alex, egresado de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

PROFESORA GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **“CALIDAD DEL SERVICIO DE GUIANZA Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE: CASO MUSEO LOS AMANTES DE SUMPA, CANTÓN SANTA ELENA”**, elaborado por **Morán Yosa Diego Alex** 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 de **Gestión y Desarrollo Turístico** 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,



Morán Yosa Diego Alex
C.C. No.: 2400269524

DEDICATORIA

A Dios, por que el me inspiro a seguir adelante a pesar de que las personas decian que no iba a alcanzar mis objetivos.

A mis padres por que han sido un pilar fundamental para que se hiciera posible mis estudios, aunque mi madre fue quien me dio las fuerzas para seguir adelante, y ser una persona de bien con metas a alcanzar.

Y a las personas mas cercanas que siempre estuvieron ahí cuando las necesite para ayudar a cumplir todas los existos en mi vida, en general a todos ellos dedico mis trabajo.

Diego Morán

AGRADECIMIENTO

A mis padres por darme todo lo que necesitaba en tiempo de crisis, para poder cumplir con esta meta.

A mis hermanos por darme el apoyo emocional para salir adelante, y así mismo por confiar siempre en mí.

A los profesores por las enseñanzas dadas, y a la universidad Estatal Península de Santa Elena, por darme la oportunidad de cursar la carrera

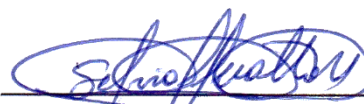
Diego Morán

TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Mercedes Enedina Freire Rendón, MSc.

**DECANA (E) DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



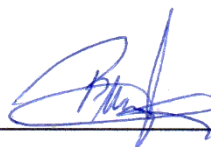
Lcda. Silvia Paola Peralta Mendoza, MSc.

**DIRECTORA DE LA CARRERA DE
DESTIN Y DESARROLLO
TURISTICO**



Lcda. Tania Aguirre Suárez MSc.

PROFESORA TUTOR



Ing. Rosa Iñiguez Apolo, MSc.

PROFESORA DE ÁREA



Abg. Victor Manuel Coronel Ortiz, MSc.

SECRETARIO GENERAL (E)

INDICE GENERAL

PORTADA.....	I
RESUMEN:.....	II
ABSTRACT:.....	III
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	IV
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
TRIBUNAL DE GRADO	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
ÍNDICE DE TABLA.....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICO	XIV
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XV
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	12
MARCO TEÓRICO.....	12
1.1. Revisión de literatura.....	12
1.2. Desarrollo de teorías y conceptos.....	22
1.2.1. Calidad del Servicio de guianza.....	22
1.2.1.1. Desempeño del Guía	23
1.2.1.2. Experiencia del guía.....	23
1.2.1.3. Enfoques de aprendizaje	24
1.2.1.4. Actitud.....	24

1.2.1.5.	Habilidades.....	24
1.2.1.6.	Trato en las salas	25
1.2.1.7.	Apariencia personal.....	26
1.2.1.8.	Conocimiento de la información.....	26
1.2.1.9.	La Organización.....	27
1.2.1.10.	Capacidad para enfrentar situaciones inesperadas	27
1.2.1.11.	Facilidad de Comunicación.....	28
1.2.1.12.	Servicios Complementarios	29
1.2.2.	Satisfacción del Visitante.....	29
1.2.2.1.	Evaluación del Servicio.....	29
1.2.2.2.	Percepción del Visitante.....	30
1.2.2.3.	Expectativas del visitante.....	31
1.3.	Fundamentos Sociales, Psicológicos y Legales.....	31
1.3.1.	Fundamentos Sociales.....	32
1.3.2.	Fundamentación Legal.....	32
1.3.3.	Fundamentos Psicológicos.....	34
CAPÍTULO II		35
MATERIALES Y MÉTODOS		35
2.1.	Tipo de Investigación	35
2.2.	Métodos de Investigación.....	35
2.3.	Diseño del Muestreo.....	36
2.4.	Diseño de Recolección de Datos	38
CAPÍTULO III.....		41

RESUSLTADOS Y DISCUSIÓN	41
3.1. Análisis de datos (Cuantitativos y Cualitativos)	41
3.2. Limitaciones	66
3.3. Resultados.....	67
3.4. Hipótesis, Chi Cuadrado.....	69
CONCLUSIONES	73
RECOMENDACIONES	75
TRABAJOS CITADOS	76
ANEXOS.....	82

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1: Sexo.....	45
Tabla 2: Nacionalidad	46
Tabla 3: Lugar de residencia.....	47
Tabla 4: Edad	48
Tabla 5: Estado civil.....	49
Tabla 6: Educación.....	50
Tabla 7: Motivo de viaje	51
Tabla 8: ¿Ha visitado anteriormente el museo Los Amantes de Sumpa?	52
Tabla 9: ¿Cuál era su apreciación sobre el museo antes de visitarlo?	53
Tabla 10: ¿Qué expectativas tenía usted sobre el servicio de guianza?	54
Tabla 11: Conocimiento de la información.....	55
Tabla 12: Organización.....	56
Tabla 13: Trato en las salas	57
Tabla 14: Habilidades	58
Tabla 15: Facilidad para comunicarse.....	59
Tabla 16: Actitud.....	60
Tabla 17: Servicio Complementario	61
Tabla 18: Capacidad para enfrentar situaciones inesperadas.....	62
Tabla 19: Apariencia personal	63
Tabla 20: ¿Califique la satisfacción del servicio de guianza recibido?	64
Tabla 21: Resumen del procesamiento de los casos, Conocimiento de la información	69

Tabla 22: Pruebas de chi-cuadrado, Conocimiento de la información	69
Tabla 23: Resumen del procesamiento de los casos-Organización	69
Tabla 24: Pruebas de chi-cuadrado, Organización.....	70
Tabla 25: Resumen del procesamiento de los casos, Trato en las salas.....	70
Tabla 26: Pruebas de chi-cuadrado, Trato en las salas.....	70
Tabla 27: Resumen del procesamiento de los casos, Actitud	71
Tabla 28: Pruebas de chi-cuadrado, Actitud	71

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1: Sexo	45
Gráfico 2: Nacionalidad	46
Gráfico 3: Lugar de residencia.....	47
Gráfico 4: Edad	48
Gráfico 5: Estado Civil.....	49
Gráfico 6: Educación.....	50
Gráfico 7: Motivo de viaje	51
Gráfico 8: ¿Ha visitado anteriormente el museo Los Amantes de Sumpa?.....	52
Gráfico 9: ¿Cuál era su apreciación sobre el museo antes de visitarlo?	53
Gráfico 10: ¿Qué expectativas tenía usted sobre el servicio de guianza?.....	54
Gráfico 11: Conocimiento de la información.....	55
Gráfico 12: Organización.....	56
Gráfico 13: Trato en las salas.....	57
Gráfico 14: Habilidades	58
Gráfico 15: Facilidad para comunicarse	59
Gráfico 16: Actitud	60
Gráfico 17: Servicio Complementario	61
Gráfico 18: Capacidad para enfrentar situaciones inesperadas.....	62
Gráfico 19: Apariencia personal	63
Gráfico 20: ¿Califique la satisfacción del servicio de guianza recibido?	64

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Presupuesto y Fuentes de Financiamiento.....	83
Anexo 2: Cronograma de Actividades	84
Anexo 3: Operacionalización de las variables	85
Anexo 4: Matriz de consistencia	87
Anexo 5 Matriz de indicadores	88
Anexo 6: Encuesta a visitantes del museo	89
Anexo 7: Entrevista a los directivos del museo	90
Anexo 8: Aspectos legales	91
Anexo 9: Encuestas a turista extranjero	92
Anexo 10: Encuesta a turista nacional/local	92
Anexo 11: Entrevista Lcda. Beatriz Lindado, encargada del museo.	92

INTRODUCCIÓN

El turismo cultural es una de las actividades que se realiza a nivel mundial, se indica que se puede encontrar “cultura” en cada lugar que se visita, como lo menciona Morére (2017), definiendo a la cultura es una interrelación, que provoca dinámica y sinergia en la sociedad. Los países europeos son los principales que aportan en turismo cultural a nivel mundial. En todos los lugares se pueden observar diferentes estilos de vidas, estos diferenciados por la cultura de ese lugar, por ende donde hay cultura no habrá límites para poder interrelacionarse y de esta forma trabajar el turismo.

América latina forma parte de la amalgama cultural partiendo de una innovación en lo que se conocía como cultura, anteriormente solo se veía como cultura las artes, la arquitectura y las danzas, pero con el paso del tiempo el hombre formó una nueva ideología de turismo cultural “permitiendo entonces un disfrute más allá de lo formal y estético de la arquitectura, la danza y las artes populares, abriendo al viajero la oportunidad de ser protagonista de la cultura del otro y comprenderla de una mejor manera” (Rivera & Peralta, 2016)

México, ha sido una pieza clave para el desarrollo del turismo cultural, también llamado como “la diversidad étnica, un patrimonio cultural con siglos de historia y una vida cotidiana llena de festividades y tradiciones, representa un amplio campo de oportunidad para el desarrollo del turismo cultural” (Rivera & Peralta, 2016), parte de la cultura que posee se encuentra en lugares arquitectónicos para ser preservado como son los museos.

Los museos son una parte importante de la cultura, es aquí donde se mantienen vivas muchas costumbres y tradiciones, e inclusive formas de pensar diferenciadores, pero cuando se habla de turismo, el museo es un bien que todo turista cultural desea conocer, para saber cómo vivían los habitantes de una determinada localidad, que hacían, entre otras cosas, mencionando las herencias ancestrales que el turista aprecia. (Rico, 2008)

Según datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España (2018) mencionan que en 2016 los museos que pertenecen al ministerio tuvieron una acogida aproximadamente unos 59.909.098 millones de visitantes en todo el año, destacando que son museo de índole cultural.

En cambio en america latina, según datos de la Subsecretaría de Planeación y Política Turística (2018) en mexico informa que se reporto la llegada de mas de 2,4 millones de visitantes en 2018 teniendo un incremento del 5% con relacion al año anterior, entonces los museos mantienen la capacidad para dar a conocer temas ancestrales.

Muchos turistas buscan al visitar un museo el entendimiento y la apreciación positiva de todo lo que este ofrece, para ellos esto sería la satisfacción aunque definiéndola quedaría como “el conjunto de sensaciones o sentimientos generados tanto de los aspectos cognitivos como emocionales de los bienes o servicios así como la evaluación acumulada de diferentes componentes y características” (Brida, Monterubbianesi, & Zapata, 2013)

La satisfacción del cliente es un punto muy sensible cuando se habla de turismo en los museos, porque muchas veces los visitantes que se sintieron insatisfechos tienen a poner malas expresiones y esto causa que el resto se sienta insatisfecho, transmitiendo su insatisfacción inclusive a nuevos clientes. (Oliveira, 2013)

La satisfacción tiene como base fundamental la siguiente pauta que es la comparación de un desempeño obtenido con relación a las expectativas de una persona y estas vienen divididas en dos partes: el nivel deseado y el nivel adecuado. (Oliveira, 2013)

Por otro lado se destaca que la satisfacción puede ser medida por las características del servicio como tal, ya sea el servicio de guianza del museo. Asimismo la exhibición de lo que posee el lugar, el mantenimiento del mismo lugar, entre otros, todo esto puede tener resultados positivos y negativos al momento de visitar un museo. (Brida et al. 2012)

El servicio de guianza es el componente principal de los diversos servicios turísticos ofrecidos por personas hacia los lugares visitados, donde la persona que realiza el servicio es un guía turístico quien se encarga de ofrecer un servicio óptimo a los turistas o visitantes siendo este esencial para el éxito del negocio, también es fundamental para la imagen global del destino al que representan. (Huang, Weiler, & Assaker, 2014)

Inicialmente en los años 80 a nivel internacional los guías turísticos no eran considerados importantes para la comunidad académica del turismo (Huang, Hsu, & Chan, 2010). En 1985 intento dedicar un número especial al papel del guía de

turismo, pero este no obtuvo el auge que se deseaba. A medida que se realizaban más investigaciones solo tomaban en cuenta, los roles del guía turístico como "un mediador", "un intermediario" o "agente de la cultura".

El guía de turismo se destaca que es importante para la actividad del turismo, porque es la persona que transmite la información resumida pero concisa de lo que posee un determinado atractivo. Cabe mencionar que para transmitir información hay que interactuar esto permite manejar un aprendizaje social en los lugares a conocer como son los museos. (Kamolpattana, 2014)

De las perspectivas dadas anteriormente se da a conocer el trabajo denominado: "Calidad del servicio de guía y satisfacción del visitante: caso museo Los Amantes de Sumpa, cantón Santa Elena", ya que se ha venido estudiando mucho la satisfacción del visitante y el servicio que se brinda, en los diferentes atractivos turísticos.

El Ecuador posee atractivos turísticos culturales con un enigma histórico, marcando tendencias para varios segmentos que recurren a la visita de todos estos lugares, dejando claro que el Ecuador puede ofertar múltiples tipos de turismo, como el de sol y playa, de aventura, cultural, entre otros. El turismo cultural genera visitas en el país, por lo consiguiente se mencionan datos del Ministerio de Turismo (2014), manifestando que en 2011 visitaron el Ecuador 1'140.978 turistas extranjeros, pero el 73.8% realizaban actividades con el turismo cultural.

Los museos que dirige el Ministerio de Cultura y que están registrados en el portal cultural son 19, de los cuales en 2017 fueron visitados por aproximadamente

718664 turistas teniendo un crecimiento del 19% con el 2016 que fueron visitados por 577465 turistas en todo el año. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2018)

El turismo en la Provincia de Santa Elena se centra en los lugares de sol y playa, pocas son las personas que visitan los museos, dando a conocer que existen aproximadamente 11 museos, de los cuales el que más visita posee es el museo “Los Amantes de Sumpa” destacándose la problemática que posee el museo, y es que el servicio de guianza es uno de los servicios que provee el museo a su vez este servicio es dado por la guía del museo, Lcda. Beatriz Lindado quien también es la encargada del museo, pero en la práctica no se corrobora que realice el recorrido a los visitantes, puesto que como encargada del museo siempre tiene que hacer las actividades del área administrativa y muchas veces por la demanda de actividades que se genera como encargada, no realiza las actividades de guía.

La responsabilidad de estar a cargo del museo hace que muchas veces esta actividad sea direccionado a otras personas que trabajan en el museo, en pocas ocasiones el ayudante que pasa con ella en oficina es quien realiza la actividad de guianza, pero cuando se presentan muchas actividades en oficina, él tiene que quedarse a ayudar y esto pasa la mayoría de veces, dejando a un lado el servicio de guianza. Cabe mencionar que cuando son grupos universitarios y la guía del museo está desocupada ahí ella es quien realiza el recorrido, el dejar a un lado esta actividad porque muchas veces ellos no la pueden realizar hace que el servicio de guianza sea dado por los dos guardias de seguridad más antiguos del museo, tienen conocimiento sobre el museo, han hecho voluntariado en el museo, pero los horarios

de su trabajo son rotativos en el día y por la noche, al trabajar en el día ayudan en la guianza del museo pero en épocas que llegan muchas personas, no satisfacen toda la demanda de visitantes, pero se puede mencionar que un 60% de las personas son guiadas.

Para mejorar en ocasiones la satisfacción de los visitantes, el museo acepta estudiantes que aunque no tengan una preparación definida sobre guianza, tratan de ayudar con los conocimientos que poseen en el área de turismo, y así mismo ellos son capacitados en el museo para que puedan darle la información necesaria a los turistas, aunque los estudiantes solo van en épocas de prácticas pre profesionales, ayudan demasiado al museo en épocas de mayor afluencia de visitantes.

La llegada de visitantes es importante en el museo, en 2017 llegaron aproximadamente 43234 visitantes en todo el año (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2018), ocupando un 6% del total de la red de museos del Ministerio de Cultura y Patrimonio. El promedio fue de 3000 visitas por mes, siendo agosto el más movido quien obtuvo mayor visitas con más de 6000 personas donde se destaca como los turistas de la sierra ecuatoriana. En los primeros 5 meses del 2018 se atendió un promedio de 3400 visitas por mes (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2018), con un promedio de visitas acumuladas de 17203, el mes de enero fue el más bajo con 2300 personas.

Para la obtención general del problema se formula la siguiente pregunta, ¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio de guianza y la satisfacción del visitante del museo Amantes de Sumpa?, con lo cual se dará a conocer la situación actual del

museo, pero para llegar a responder a esto se deben de responder las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los indicadores de calidad del servicio de guianza del museo Los Amantes de Sumpa?, ¿Cuál es el grado de satisfacción de los visitantes en el servicio de guianza del museo Los Amantes de Sumpa?.

Con la formulación de las preguntas, se genera el objetivo general del proyecto que es determinar la relación entre la calidad del servicio de guianza y la satisfacción del visitante del museo Los Amantes de Sumpa, formulando los objetivos específicos de los cuales se identificarán los indicadores de calidad del servicio de guianza del museo y también se determinará el grado de satisfacción de los visitantes del museo Los Amantes de Sumpa.

El trabajo investigativo tiene como prioridad dar a conocer la relación entre la satisfacción y la calidad del servicio brindado, justificando por las razones prioritarias al momento de ofrecer un servicio, una de las prioridades sería la satisfacción del visitante que definida como un conjunto de sensaciones o sentimientos generados tanto de los aspectos cognitivos como emocionales de los bienes o servicios así como la evaluación acumulada de diferentes componentes y características (Brida et al. 2013). La satisfacción puede ser medida por las características del servicio como tal, ya sea el servicio de guianza del museo. Asimismo la exhibición de lo que posee el lugar, el mantenimiento del mismo lugar, entre otros, todo esto puede tener resultados positivos y negativos al momento de visitar un museo. (Brida et al.2013)

El servicio de guianza es la otra prioridad para la realización de la investigación, ya que el simple hecho de decir que la satisfacción del turista va a ser mucho más evaluada cuando una persona está a cargo de un grupo, revela la importancia del servicio de guianza.

El guía de turismo hoy en día es estudiado por pocas personas de una manera teórica, y estos a su vez se centran en temas empíricos de la satisfacción del turista dicho por Huang et al. (2014) “pocas investigaciones se han asociado o dirigido a la comprensión de la calidad y el valor asociado a la guía del viaje y la interpretación con el fin de explicar con más detalles la satisfacción del turista”

En Latinoamérica, estudios hechos por Licontti & Pellegrini (2015) en el museo de Ciencias de Caracas, identifican la importancia de los guías en el recorrido de los museos pues mencionan “son los mediadores entre los contenidos presentes en las exposiciones y el público que visita el museo, facilitando su comprensión”, esto da a conocer que no solamente el guía es una persona que ayuda a dar información a otros, sino es un ente que asume la responsabilidad y se toma en serio su trabajo, pero muchas veces no si tiene un programa para formación de guías, destacando que es óptimo la realización de este para que haya más guías en todos los lugares.

Las investigaciones enfocadas a la satisfacción del turista, mencionan que siempre el turista se lleva una buena y mala impresión del lugar a visitar, mencionando que existen más posibilidades de obtener una buena impresión cuando existe una buena persona que los lidere, no obstante también se puede mencionar que existen otras

pautas para saber si el visitante tiene una buena o mala satisfacción. (Huang et al. 2010)

Para poder dar a conocer la relación que existe entre el servicio de guianza y la satisfacción del turista, Huang et al. (2010) menciona en el estudio sobre el rendimiento del guía y la satisfacción del cliente, el rendimiento del guía turística determinó en gran medida la satisfacción del turista con el servicio de guía turístico. Para la muestra de China, el 57% de la satisfacción del turista se determinó por el rendimiento del guía turístico. Para los encuestados de habla inglesa, el 70% de la satisfacción del turista fue determinada por el rendimiento de la guía turístico, dejando en constancia que el servicio de guianza y la satisfacción del visitante son medidas por el desempeño del guía de turismo por consecuente si existe una influencia por parte del guía para que los visitantes tengan una una satisfacción positiva o negativa cuando visitan un determinado lugar.

Al hablar de turismo cultural, Ecuador es uno de los países que posee atractivos turísticos que marcan la cultura, como: Las ciudades culturales patrimoniales de la Humanidad denominadas por la UNESCO que son Quito y Cuenca, entre otros, todo esto hace posible un desarrollo cultural en el Ecuador. (Ministerio de Turismo, 2011)

En la investigación se identificará con claridad cuáles son los indicadores que ayudan a mejorar el servicio de guianza y así mismo el grado de satisfacción del visitante en el museo Los Amantes de Sumpa. Se trabajará con encuestas y entrevistas que serán las principales fuentes de recolección de información, con

todo esto lo que se busca es la relación entre dos variables, para que el museo realice estrategias para la mejora del servicio.

El llevar a cabo esta investigación fomentará al museo la creación de nuevas estrategias para la mejora del servicio de guianza, así mismo se podrá evidenciar que tan importante es la guianza para el museo y con ello puedan contratar personal específico de guianza o a su vez capacitar a los guardias del museo para que puedan generar el servicio como tal, esto beneficiará indirectamente a otros museos para que puedan implementar un guía, porque el desconocimiento de la satisfacción de un turista cultural hace que muchos fallen, y el solo hecho de pensar que un turista viene a visitar por visitar, causaría el no retorno de muchos otros.

La investigación tendrá como beneficiarios a los visitantes porque ellos son quienes llegan a conocer el lugar además se podrán obtener mejoras en el mismo museo y en el servicio que dan, al museo también le ayudará en su innovación provocando como resultado la satisfacción del visitante.

La investigación realizada tiene como enfoque el de ser un trabajo correlacional, emitiéndose una relación entre variables que conjuntas pueden dar resultados que ayuden a mejorar ciertos indicadores del servicio de guianza en el museo los Amante de Sumpa.

Así mismo se reconoce la Hipótesis, que se redacta como La calidad del servicio de guianza se relaciona significativamente con la satisfacción del visitante en el museo Amantes de Sumpa, del cantón Santa Elena, dónde evidencia que la variable

independiente es el servicio de guianza y la variable dependiente es Satisfacción del visitante.

El proyecto estará dividido en tres capítulos importantes: Capítulo I, se incluye la fundamentación del proyecto, así mismo ésta sección descubre la revisión de la literatura, el desarrollo de teorías y conceptos, mencionando también la introducción del tema.

El Capítulo II, se presenta la forma de recolección de datos que ayuden de una manera puntual a la investigación, priorizando los métodos de investigación, las técnicas tales como la encuesta y la entrevista, mencionando también el tipo de investigación que se llevará a cabo que será correlacional, y se evidenciarán los métodos a utilizar, como el cualitativo y cuantitativo.

El Capítulo III, el análisis de los datos será la última parte, la cual presenta los resultados obtenidos con las diferentes técnicas de recolección de datos e información, en este apartado se presenta la comprobación de la hipótesis, si es nula o verídica, terminando con las conclusiones y recomendaciones del estudio.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Revisión de literatura

Según Huang et al. (2010) en su trabajo de investigación “Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: a Study of the Package Tours in Shanghai” tuvo como objeto de estudio, examinar el desempeño del guía de turismo y su relación con la satisfacción del turista en el contexto de los paquetes turísticos en Shanghai, se propone un marco de múltiples capas de la satisfacción del turista en el contexto de viaje combinado.

La satisfacción del turista fue concebido para incluir tres aspectos: la satisfacción con el servicio de guía, la satisfacción con los servicios turísticos y la satisfacción con la experiencia global del recorrido. La población que se utilizó, fueron los turistas de Shanghai, con una muestra de 1000 personas, 500 turistas chinos y 500 turistas ingleses.

Las pruebas independientes revelaron que los encuestados de china calificaron la mayoría de los atributos de rendimiento del guía turístico significativamente más bajos que los encuestados extranjeros. Los atributos de desempeño de guías de turismo comúnmente identificados por los miembros del grupo de enfoque incluían el aseo personal y las apariencias personales, la empatía y la atención al cliente, la comprensión cultural, las habilidades lingüísticas, la capacidad para enfrentar situaciones inesperadas, la organización y coordinación, el humor y la pasión por

el trabajo. Curiosamente, algunos guías turísticos mencionaron que las características demográficas y de comportamiento del grupo turístico, especialmente su poder o capacidad de compra, determinan en gran medida el rendimiento del guía turístico.

Como resultados los encuestados chinos calificaron los atributos de desempeño consistentemente más bajos que sus contrapartes extranjeras. Los 9 atributos de rendimiento que no mostraron diferencias entre los encuestados chinos y extranjeros incluyeron presentaciones de guías turísticos sobre el código de ética, el conocimiento de la cultura de destino, la resolución de problemas, la comunicación interpersonal, los comentarios, la introducción de tiendas confiables, el buen juicio, la pasión por el trabajo y la reunión con los clientes, necesidades psicológicas. Las diferencias en la percepción del desempeño de los guías turísticos entre turistas chinos y extranjeros podrían atribuirse a las diferencias culturales entre los dos grupos encuestados. También es posible que los guías turísticos de habla inglesa en Shanghái se desempeñaran mejor que sus homólogos que ofrecieron servicios de guías turísticos solo en chino.

Este trabajo es importante porque permite analizar las variables que se eligieron para el estudio de la satisfacción del turista, destacando que una persona puede influenciar mucho en el conocimiento de otra, cuando éste tiene un nivel de educación superior y las habilidades para compartir información son prácticas, destacando que las diferencias culturales hagan que una persona se desempeñe mejor que la otra persona.

De acuerdo a Huang et al. (2014) en la investigación sobre “Effects of Interpretive Guiding Outcomes on Tourist Satisfaction and Behaviora lIntention” este estudio examinó los efectos de los resultados de la interpretación de guías turísticos tanto cognitivos como afectivos sobre la satisfacción del turista y la intención conductual en un contexto de turismo patrimonial. Los datos fueron recolectados a través de una encuesta a 282 turistas de nacionalidad china que ingresaron a Sovereign Hill, Ballarat, un sitio de turismo patrimonial en Victoria, Australia.

Se utilizó el modelo estructural jerárquico basado en una revisión exhaustiva de la literatura de guías turísticas, interpretación y satisfacción del turista y se probó aplicando modelos de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales.

Como indicadores para la medición del método utilizado, se escogieron los siguientes, empatía, actitud positiva, elaboración, lealtad de comportamiento, relevancia, satisfacción, intención boca a boca, comportamiento intencional.

En resumen, el estudio encontró que en el entorno del turismo patrimonial, y con los turistas de paquete chino en Australia, el resultado de la interpretación cognitiva tiene efectos directos e indirectos más fuertes en la satisfacción del turista con la experiencia de la visita guiada y la intención de comportamiento del turista, como lo refleja el boca a boca positivo y la lealtad conductual, que da del resultado de la interpretación afectiva. Además, se encontró en este estudio que el resultado de la interpretación cognitiva no afecta el resultado de la interpretación afectiva. En otras palabras, representan dos construcciones distintas e independientes para determinar la satisfacción del turista, ofreciendo así una adición empírica para complementar

o contradecir las postulaciones en la teoría de la satisfacción del turista cognitivo-afectivo.

El estudio ofrece perspectivas teóricas en relación con la interpretación y la satisfacción del turista y las implicaciones prácticas para el guía turístico interpretativo. En otras palabras, representan dos constructos distintos e independientes en la determinación de la satisfacción del turista, ofreciendo así una adición empírica para complementar o contradecir las postulaciones en la teoría de la satisfacción turística cognitivo-afectiva.

Por lo consiguiente el estudio ayudará a la investigación a comprobar cómo un guía turístico cognitivo puede tener un mayor impacto en la satisfacción del cliente a diferencia de un guía turístico afectivo que a pesar de brindar una guianza de una forma empática puede dejar de lado lo que se quiere explicar comparado con un guía de turismo cognitivo que siempre trata de dar a conocer toda información necesaria para que el turista se llene de conocimientos. Es decir, los turistas tratan al guía interpretativo en el turismo patrimonial más como un proceso de aprendizaje cognitivo que como un proceso afectivo.

En la investigación dada por Kamolpattana (2014), llamada “Thai visitors’ expectations and experiences of explainer interaction within a science museum context” menciona que existe evidencia de que los guías de los museos ofrecen un potencial significativo para mejorar el aprendizaje de los visitantes al influir en su conocimiento, contenido, acción, comportamiento y actitudes por lo cual éste estudio exploró las interacciones entre visitantes y guías del museo dentro del

entorno de Tailandia, . Se distribuyeron dos cuestionarios a 600 visitantes y 41 guías del museo.

Los resultados demostraron similitudes y diferencias potenciales con contextos occidentales. Los guías parecían preferir los enfoques didácticos, centrándose en el conocimiento de los hechos en lugar de fomentar el aprendizaje profundo, la comunicación bidireccional, sin embargo, pareció mejorarse mediante el uso de una "relación de pseudo-hermanos" por los guías.

La reserva social tailandesa tradicional se redujo a través de dichos enfoques, y los visitantes asumieron roles activos de aprendizaje. Los visitantes tailandeses adoptan enfoques de aprendizaje activo cuando los museos, centros y explicadores de ciencias son conscientes del contexto cultural en funcionamiento. Para medir las experiencias de aprendizaje a partir de la interacción con los guías, se utilizaron los siguientes indicadores el conocimiento y la comprensión, el disfrute, inspiración, creatividad, actitudes, valores, la acción en el comportamiento de progresión y habilidades

Si los guías tailandeses usan mecanismos y estilos de actividad naturalmente interactivos e informales, son conscientes de factores culturales clave como Krang Jai y emplean la relación pseudo-hermanos cuando se acercan a los visitantes, hay excelentes oportunidades para la interacción.

Esto será de apoyo para determinar los indicadores que ayudaran a medir la variable satisfacción del visitante en el estudio al museo “Los Amantes de Sumpa”, puede evidenciarse mediante los enfoques didácticos o el conocimiento profundo del tema

cuando se brinda el servicio de guianza dado por un guía de turismo, ya que mencionan que los visitantes muestran cierto recelo en cuanto a interactuar de forma multidireccional, hay indicios de que prefieren interactuar con los guías a través de actividades que naturalmente adoptan estilos de comunicación bidireccional.

El trabajo de Brida et al. (2013), en la investigación realizada en Antioquia, sobre los “Determinantes del grado de satisfacción en la visita a un atractivo cultural: caso museo Antioquia” el cual busca analizar los determinantes del grado de satisfacción de los visitantes de un museo, tomando en consideración el caso de estudio del museo de Antioquia, para determinar todo esto se realizó un análisis empírico utilizando un modelo logit ordenado, considerando que como población el utilizó a los turistas y los residentes que visitan el museo, tomando una muestra de 410 personas a las cuales se les realizó una encuesta en la cual se consideró los determinantes como características socioeconómica, de la visita y experiencia de los visitantes.

Como resultado de esta investigación se obtuvo que en los factores socioeconómicos, la edad es un determinante para valorizar con un grado mayor al lugar visitado, por que una persona de 40 años puede hacer más críticas que una persona de 18 años, sea por la experiencia y el conocimiento que ha adquirido.

También se menciona que una persona que paga por ingresar, tiende a valorar mayor el lugar a visitar, ya que lo hace con una condición económica, por lo tanto el lugar a visitar se verá afectado si este no cumple con las condiciones necesarias

por el valor pagado, a diferencia de una persona que entra libremente sin un costo siendo así que este puede valorar o no el lugar.

Para calificar el rendimiento del guía brindado a los turistas, se utilizaron variables como la señalización, el trato en las salas y el trato en taquilla, usando la escala de Likert con 5 puntos (muy insatisfecho, insatisfecho, indiferente, satisfecho, muy satisfecho), además mencionan en el estudio que una buena señalización y un buen trato del personal hará que todo lo percibido elevara más la probabilidad para tener una categoría de satisfacción por encima de lo esperado.

Por ende esto ayuda a establecer cuál fue la metodología para poder dar a conocer el nivel de satisfacción que existe cuando las personas dan un buen trato y a su vez las instalaciones del lugar están en perfectos estado, mencionando que es un aspecto clave para llevar a cabo la investigación y medir la satisfacción del visitante.

Según el trabajo de Mendoza (2017), acerca de “Percepción del turista sobre el servicio de guianza en la comuna Salanguillo parroquia Colonche cantón Santa Elena” que tiene como objetivo identificar la percepción del turista sobre el servicio guiado de la comuna Salanguillo, menciona que el trabajo fue una investigación exploratoria con un enfoque cualitativo y cuantitativo, teniendo como población a los turistas que vistaron Salanguillo y los guías, por lo tanto la muestra con la que se trabajó fue de 74 personas, 70 visitantes que se realizó encuestas y los 4 guías a quienes se les realizaron entrevistas.

Los resultados que se obtuvieron en el debido estudio se pueden mencionar que los guías de turismo en éste caso locales influyen mucho en la percepción del turista

las competencias que éste posea y a su vez el servicio de guianza que se ofrece, así mismo la percepción que tiene el turista sobre el guía en la comuna Salanguillo es de manera positiva por que existe una facilidad en la comunicación ayudando en la experiencia que obtiene el visitante.

Otro punto que se enmarca es como percibe el turista el recorrido, para lo cual se pudo determinar que esto se relaciona con el rendimiento que posea el guía al momento de ser puntual, tener paciencia, la existencia de la confianza tanto del visitante como del guía, el conocimiento que posee la persona que brinda el servicio y así mismo el respeto mutuo, todos estos puntos son valorados al momento de realizar un servicio, en este caso de guianza.

Otro tema que se pudo identificar fue el nivel de expectativa que posee el visitante, ya que mientras existan expectativas elevadas sobre el destino a visitar se puede apreciar una buena percepción del turista sobre el servicio de guianza, siempre y cuando el guía dé a notar todos los aspectos mencionados.

Este estudio ayudará a la creación de la investigación mediante el análisis del rendimiento del guía ya que se podrán obtener aspectos claves para la evaluación del guía tales como el nivel de conocimiento, la puntualidad, la confiabilidad entre otros puntos, detallando que en cada punto se podrán indentificar los items para la encuesta o entrevista hacia el guía.

El presente artículo sobre el “Nivel de satisfacción de los servicios guiados en el Parque Nacional Galápagos” creado por los autores Muñoz, Carrera, Inostroza, & Cupueran (2008), quienes como objetivo poseen evaluar diversas competencias

laborales de los guías naturalistas del Parque Nacional Galápagos (PNG), así como el nivel de satisfacción de los turistas con el servicio prestado por los mismos.

También determinan otro objetivo que es desarrollo de un modelo matemático de predicción de demanda, como una herramienta objetiva y práctica que ayude a determinar la necesidad futura de nuevos guías naturalistas, para todo esto se realizó una recopilación de información de datos tanto cualitativos como cuantitativos, del servicio de guía que les ofrece a los turistas por parte de los guías naturalistas.

Para determinar los resultados usaron como indicadores el conocimiento, las habilidades y las actitudes, para medir el nivel de satisfacción los cuales determinaron que el nivel de satisfacción de los turistas cuando se realiza la guía fue bueno con un puntaje de (8/10), verificándose con el servicio de guía en cruceros navegables o tour diario destacándose que los visitantes que se sentían más satisfechos con el servicio de guía fueron los que estaban en un crucero navegable.

Así mismo se mencionan que el análisis sobre las competencias de los guías turísticos se manifiesta con deficiencias en diferentes áreas descritas por los operadores turísticos, autoridades del PNG y otros actores claves, otro punto fue la evaluación de los guías que se manifiesta como resultado que para la formación de un guía naturalista se debe optar por el estudio académico de tercer nivel de manera formal para que pueda existir una garantía de que la persona que brinde el servicio de guía tenga todas las habilidades, destrezas y conocimientos para poder manejar a un grupo de personas de manera óptima.

Esto proporcionará mejoras al proyecto para medir cuáles son las competencias que debe de tener un guía de turismo para diferenciar en todo caso cuál sería un guía “existente” y cual sería un guía “correcto”, así mismo se podrá fundamentar parte de las variables con este respectivo estudio.

Según Mayorga (2011) en el proyecto realizado sobre “El guía profesional de turismo como elemento clave de la calidad del servicio turístico de guianza” este proyecto tiene como objetivo identificar cualidades, aptitudes, destrezas y valores del guía profesional de turismo, en base a sus características personales y operativas, como elemento clave de la calidad del servicio turístico de guianza, en la búsqueda de la satisfacción del turista, para realizar esta investigación se determinó una muestra de 239 visitantes extranjeros, 107 visitantes nacionales y a 90 guías de turismo siendo todos estos tres actores encuestados, y se realizó una entrevista al presidente de la ASEGUITOR.

Los resultados del estudio determinaron que los turistas en general verificaron su satisfacción en base a las actividades que se desarrollaban pero un porcentaje mayor al 25% de turistas internacionales destacó que era por la calidad del servicio de guianza a diferencia de los turistas nacionales que menos del 10% mencionó que era por el guía.

Se pudo identificar que el guía de turismo es esencial en la actividad turística, pero que este tiene falencias y las inexactitudes que se pudieron determinar fueron por parte de falta de conocimiento para ofertar un mejor servicio y también la carencia de cursos de actualización de conocimiento para los guías o capacitaciones.

Otro punto a destacar fueron los factores claves para que un guía de turismo sea óptimo, de los cuales coincidieron con tres que eran el dominio de idiomas, el conocimiento del lugar, y el carisma que posee el guía, cabe destacar que los guías solo trabajan como guías en un periodo máximo de 5 años en edades de 29 a 39 años.

Este estudio ayudará a fundamentar los indicadores que se deben de tomar en cuenta para la evaluación de un guía de turismo como son: el nivel de conocimiento, facilidad de comunicación, carisma, dominio del idioma. Aunque no se seleccionaran todos estos indicadores, serán un punto clave para evidenciar como puede infundir el guía en la satisfacción del visitante.

1.2. Desarrollo de teorías y conceptos

1.2.1. Calidad del Servicio de guianza

La calidad del servicio es la brecha entre las expectativas del cliente y la percepción de una multitud de atributos de servicio (Huang et al. 2010) en donde el servicio de guianza es el componente principal de los diversos servicios turísticos ofrecidos por personas hacia los lugares visitados, la calidad del servicio se trata principalmente como una respuesta cognitiva a una oferta de servicios, en donde el valor percibido puede reflejar más las emociones de los clientes. (Huang et al. 2014)

Un aspecto clave de quien brinda el servicio de guianza es que debe hacer quedar bien al lugar, tiene que hacerse quedar bien así mismo y sobre todo tiene que

cumplir con las expectativas del visitante, porque no basta con solo darle información sino hacer que este se sienta satisfecho.

1.2.1.1. Desempeño del Guía

El desempeño no solo muestra como el guía facilita la información al visitante, sino es una forma de saber si el guía cumple con lo deseado por los visitantes, a su vez como él se muestra frente a los visitantes efectuando cometido, porque quienes hacen la valoración del guía son los mismos turistas.

Una persona puede desempeñarse de cualquier forma, pero el resultado será el diferenciador, definiendo así al desempeño como la forma que tiene el guía para facilitar la información al visitante mediante las motivaciones hacia ellos. (Kamolpattana , 2014)

1.2.1.2. Experiencia del guía

La experiencia del guía es muchas veces la razón de ser de este mismo, porque algunos se vuelven guías, no solo con el hecho de haber estudiado sino por las veces que ha estado frente a un público y ha visto que su desenvolvimiento es bueno y esto le ha ayudado a que entre al mundo de la guianza.

Toda muestra de aprendizaje puede generar experiencias, e inclusive se puede decir que se da de manera positiva o negativa, entonces la experiencia del guía se define como el aprendizaje activo a través de la manipulación y el cuestionamiento de los objetos y en las conversaciones vinculadas a experiencias concretas. (Kamolpattana , 2014)

1.2.1.3. Enfoques de aprendizaje

Las formas de enseñar de un guía, hace que muchos de los instrumentos que solo se aprecian y no den ninguna información, tengan una validez histórica, cuando un guía sabe envolver a un público estos pueden creer hasta lo que no está escrito.

El cómo dar a conocer las cosas hace que sea muy beneficiosos para muchos, generando así lo enfoques de aprendizajes definiéndose como estrategias, habilidades y actitudes deliberadas que permean el entorno de enseñanza y aprendizaje. (Peterson, 2015)

1.2.1.4. Actitud

La actitud o el estado de ánimo que poseen los guías, debe de ser un valor agregado que se le debe de dar a los visitantes, los guías siempre deben de mantener un espíritu alegre llenos de emoción esto fluye hacia los que están cerca y los anima también por ende muchas veces el mal humor o la tristeza también son influencia y harán que las personas estén así como el que los influenció.

Por lo tanto se define como la forma que tiene una persona para actuar ante otra persona, siendo esta agradable o desagradable, que corteja a una situación y se mantiene por un tiempo determinado. (Instituto de turismo de España, 2009)

1.2.1.5. Habilidades

Las habilidades que posee un guía forman parte de una serie de factores que indican como se desempeña el individuo, las técnicas de guianza, el buen sentido del humor,

como capta la información, son una de las partes fundamentales en el recorrido, porque cada persona puede guiar de diferentes formas, pero si se le introduce a esa guianza algo innovador, esto causa que el visitante se sienta atraído por su forma de guiar y toma una mayor atención, también entran aquí el estado de ánimo.

Las habilidades de un guía turístico para socializarse y hacer relaciones profesionales, además de su ingeniosidad y movimiento constante, resulta en contacto con muchas personas y muchas oportunidades. Las habilidades de un guía le permiten tomar un papel de un líder proactivo para efectuar cambios importantes en los campos de educación ambiental, conservación de la naturaleza, y desarrollo comunitario. (Ham & O'Brien, 2012) Se menciona que las técnicas son herramientas que ayudan al manejo de un grupo determinado y así realizar el cumplimiento de los objetivos en un recorrido específico. (Instituto de turismo de España, 2009)

1.2.1.6. Trato en las salas

El trato que obtiene una persona ante otra puede variar dependiendo del estado de ánimo de la persona que brinda el trato, y asimismo de la actitud de ésta misma, pero también entra en juego, el nivel de aprendizaje que ha tenido la persona basándose en modelos sociales como: el trato de un docente hacia un estudiante.

Como lo menciona Briz, Hidalgo, Albelda, Contreras, & Hernández (2006), mencionan que el trato puede evaluarse mediante lo recibido, lo esperado y lo dado, con lo cual se percibe un comportamiento positivo o negativo dependiendo de la persona que maneje una conducta cortez o descortez.

1.2.1.7. Apariencia personal

La apariencia personal puede dar el punto de partida para una evaluación basada en la observación, ya que es la que da el primer impacto cuando se conoce al evaluado, por lo que si no es arreglada antes de una vivencia, puede causar graves problemas solo por el simple hecho de estar en pésimas condiciones, o así mismo te puede traer beneficios si se mantiene en condiciones óptimas.

Se puede decir que la imagen personal o apariencia personal es “definida mediante rasgos de la personalidad, gusto, constancia, seguridad en sí mismo, y motivación, presentación personal optima, vestimenta adecuada, todo esto es de vital importancia, tanto en el ámbito académico como profesional, dada su enorme influencia en la toma de decisiones del turista, y por consiguiente en el exitoso desarrollo de un destino turístico y de sus empresas” (Moreno, 2015).

1.2.1.8. Conocimiento de la información

El dominar la información es fundamental, ya que al saber de algo puedes dar tu opinión de lo que crees conveniente y así mismo puedes darle a conocer a otros lo que ellos desconocen, el seguir conociendo de algo que ya conoces también ayudará a que tengas nuevos conocimientos.

El conocer lo que quiere expresar es un punto a favor, ya que puede manejar un tema sin balbucear, entonces se define como el conjunto de representaciones abstractas que se almacenan mediante la experiencia o la adquisición de conocimientos o a través de la observación. (Luque, 1993)

Mantener información que sea precisa hace que muchas veces se convierte en una herramienta que sea esencial para la toma de decisiones, el dominar la información permite conocer las fortalezas y debilidades que en su disposición podrán optar como desafíos para la toma de decisiones. (Sánchez, 2011)

1.2.1.9. La Organización

Se da a conocer que la organización del guía de turismo basados en el recorrido que hizo, ya que es uno de los indicadores que forma parte de las habilidades pero es importante para saber cómo este organiza a un determinado grupo, para medir la calidad del servicio prestado, ya que apoyados en el desempeño de la persona que brinda el servicio se puede evidenciar que el servicio ofrecido por el fuese de buena calidad o de mala calidad, siendo esto evaluado por las personas a quienes guía.

La organización se refiere a “la capacidad de poner en marcha correctamente los servicios contratados por el turista, y en solucionar los imprevistos del viaje. Para que un Guía pueda organizar el viaje, itinerario, etc. debe conocer a fondo los servicios contratados, las cláusulas de contrato, y tener plena comunicación con la agencia para solucionar los imprevistos sobre éstos. A su vez la agencia debe darle al Guía un margen de decisión para poder modificar el itinerario en casos de imprevistos”. (Ministerio de Cultura y Turismo Argentina, 2012)

1.2.1.10. Capacidad para enfrentar situaciones inesperadas

El mantener las situaciones inesperadas solucionadas, será un punto clave para mejorar lo que presenta falencias y fortalecer lo que es óptimo, la solución de

problemas muchas veces implica que se tiene que modificar cualquier problema por más mínimo que sea para el bien de los beneficiados, dejando minimizado algún problema que a la larga puede crecer.

En los diferentes momentos o situaciones en los que el necesita satisfacer sus necesidades o lograr su meta, el empleado trata de atender las solicitudes del cliente logrando abordar uno o varios problemas en lo que este decide lograr la satisfacción del visitante poniendo en escena sus competencias actuales, y así pueda resolver de mejor manera los intereses de cada cliente. (Botía & Orozco, 2012)

1.2.1.11. Facilidad de Comunicación

La facilidad de la comunicación viene de la mano con la captación de la información, porque muchas veces cuando una persona es clara y concisa, las personas tienden a percibir la información que se les está tratando de hacer llegar, y esto ayuda mucho a los receptores.

Las personas deben de entender y comprender de la mejor forma, de igual manera se puede generar una comprensión llegando a una buena comunicación, entonces la claridad es la idea o manifestación que se está abordando y se entiende perfectamente. (Peterson, 2015)

Una persona puede captar la información de la manera más explícita posible, pero esta debe de ser clara y concisa, definiéndose entonces como la forma con la cual las personas perciben la información del expositor. (Rodríguez, 2011)

1.2.1.12. Servicios Complementarios

Se da a conocer que forman parte de cada lugar, y se relacionan de manera directa con los diferentes servicios turísticos, si bien es cierto muchos de estos pertenecen a otra rama, tienden a ser parte a una necesidad del visitante y en muchas ocasiones la necesidad provoca un cambio a nuevos sectores.

Los servicios complementarios son una parte que se adjunta al recorrido o al lugar de visita asimismo también mencionan que, complementan las necesidades del turista en cualquier área o zona turística. (Antonietti, 2017)

1.2.2. Satisfacción del Visitante

La satisfacción del visitante puede darse a conocer cuando el visitante hace una evaluación de todo lo que ha vivido, o inclusive se puede apreciar cuando este termina con la misma emoción que comenzó cuando empezó el recorrido, y si el visitante retorna es por que sus expectativas fueron cumplidas.

Se puede dar a conocer como “Conjunto de sensaciones o sentimientos generados tanto de los aspectos cognitivos como emocionales de los bienes o servicios ofertados, así como la evaluación acumulada de diferentes componentes y características que posee un atractivo” (Brida, Monterubbianesi, & Zapata, 2013)

1.2.2.1. Evaluación del Servicio

La evaluación del servicio, es para darle una puntuación sobre el trato, la atención, o por el servicio que brinda, todo esto ayuda a que se detecten fallos y con ellos se

puedan hacer mejoras, así mismo se detecten fortalezas y poder reforzar esas fortalezas.

Garantizar que el servicio responda efectivamente a las necesidades del cliente, ayudar a otros asistentes sociales a decidir sobre un proveedor adecuado y ayudar a la agencia a decidir si debe o no debe continuar utilizando un proveedor determinado en el futuro. (International Business Machines , 2016).

Definiéndose como una reflexión crítica sobre todos los momentos y factores que intervienen en el proceso didáctico a fin de determinar cuáles pueden ser, están siendo o han sido, los resultados del mismo. (Cerdán, 2011)

1.2.2.2. Percepción del Visitante

La percepción puede llegar a ser una condición para que las personas puedan visitar algún sitio en particular, ya que si bien es cierto los turistas nacionales afirman que basados en la percepción “distingue un lugar como seguro y que, aun cuando hay un cierto grado de conservación de los recursos naturales, están conscientes de que se ha iniciado un proceso de deterioro de los mismos” (Márquez & Sánchez, 2007). Pero una persona puede cambiar fácilmente de percepción cuando se da cuenta de la realidad existente que puede ser diferente a la que tenía en mente.

En un punto de relación entre la percepción y la expectativa menciona Macías, Rivadeneira, Gavilanes, Maldonado, & Estrella (2017), “las personas priorizan sus viajes en función de lo que esperan experimentar, es decir, si se desea vivir

momentos de algarabía, el turista buscará destinos de fiestas y actividades, mientras que, si desea experimentar calma y paz, buscará destinos tranquilos”

1.2.2.3. Expectativas del visitante

Cumplir con las expectativas del visitante, es un reto para muchas personas por el simple hecho de no saber diversas veces que le gusta, o qué espera del recorrido, o del lugar mismo, el querer satisfacer a una sola persona haría que otras se sientan inconforme y no llegarían al cumplimiento de sus expectativas.

Las expectativas se pueden denominar como la recompensa que se obtiene por algo, aunque definiéndose queda como aquellas circunstancias o experiencias que el cliente espera o desea vivir y encontrarse en un lugar, negocio o empresa. (Vallina, 2016).

Puede entonces definirse como la combinación de aspiraciones iniciales elevadas y pocas oportunidades ocurre con frecuencia de modo distinto en diferentes estratos sociales, grupos y comunidades. (Jiménez, 2004)

1.3. Fundamentos Sociales, Psicológicos y Legales

En este apartado se habla de la forma en que este proyecto ayudará de manera eficaz al museo “Los Amantes de Sumpa”, así mismo se darán a conocer fundamentos de los cuales se validará esta teoría.

1.3.1. Fundamentos Sociales

El desarrollo del proyecto beneficia al museo en el aspecto de mejoramiento del servicio, ya que sin duda, al darse cuenta de cuáles serán los niveles de expectativas que posee el visitante, ellos tendrán una base para mejorar el servicio que brindan, e inclusive podrán tener una idea clara para implementar un guía de turismo que cumpla con el servicio de guianza, para que así se mejoren los problemas que se han encontrado hasta hoy.

El otro punto sería el nivel de satisfacción que los visitantes obtienen al visitar el lugar, el simple hecho de mejorar el servicio no cumplirá con la satisfacción de los visitantes al cien por ciento, esto puede causar que a muchos visitantes le guste la mejora y a otros le parezca mal, por eso el museo tendrá que tomar las decisiones correctas para aplicar cada una de las mejoras.

1.3.2. Fundamentación Legal

Constitución de la República del Ecuador

Según el capítulo 3ro, sección 9na de personas, usuarios y consumidores en la Constitución en el Art. 52.- se tendrá derecho a toda disposición de bienes y servicios brindados que sean de una calidad excelente y con la libertad de elección, también se deberá de brindar información de primera, que sea legítima y sobre todo que su contenido y características no sean engañosas para el consumidor nacional e internacional. (Asamblea Constituyente, 2008)

A todo esto se establecerá medidas de control que opten por defender a los consumidores y consumidoras realizando una vigilancia a la calidad de lo que se oferta y a los procedimientos que se llevan a cabo, con el fin de sancionar a todo aquel que vulnere los derechos, donde exista deficiencia, a su vez donde exista una mala calidad de productos y servicios, y donde haya una interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Ley de Turismo

Según la Ley de Turismo en el artículo 4, literal f) indica que la actividad turística es una forma de generar recursos económicos por lo cual se debe potencializar el desarrollo turístico para obtener mayores beneficios aparte del monetario, dándose mediante la promoción de los actores involucrados y la iniciativa privada y comunitaria por parte de los sectores públicos y privados con la finalidad de brindar un servicio óptimo. (Ministerio de Turismo, 2015)

Asimismo, en el Art. 5 se menciona que todas las personas naturales o jurídicas pueden realizar actividades turísticas ofreciendo de modo frecuente, desde la oferta básica hasta la complementaria, para diversificación en la oferta del turismo, y que no exista un monopolio en lo que se oferta. (Ministerio de Turismo, 2015)

Ley de Guianza Turística

Según el Art. 1 del cual se fundamenta el proyecto menciona que los guías para hacerse llamar guías tienen que comprometerse a realizar todo lo estipulado en la

ley, teniendo regulaciones para determinar los principios y los criterios para hacerse reconocer como guía, ya sea nacional o local, centrándose en la regulación del servicio de guianza. (Ministerio de Turismo, 2016)

1.3.3. Fundamentos Psicológicos

Los fundamentos psicológicos forman parte del actuar de cada persona, se podía mencionar uno de los aspectos que muchas veces infunde en el turismo por el desplazamiento a otros lugares como es la motivación donde esta puede generar en las personas un impulso para poder desplazarse a otros sitios, un punto importante para evidenciar esto es la voluntad según Flores (1974), es el motor puesto en marcha por el deseo, cuyo despertar puede originarse por diferentes causas, simultáneamente o no.

También Abraham Maslow menciona que en la jerarquía de las necesidades humanas la persona tiene que satisfacer sus necesidades para poder establecer un punto en el cual haya alcanzado sus metas o haya podido llegar a la autorrealización, y para esto deberá darles prioridades a las necesidades fisiológicas donde entraría la recreación, estableciendo un orden jerárquico.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo de Investigación

El trabajo que se ha desarrollado es de tipo correlacional, ya que se analizó la relación de las variables servicio de guianza y satisfacción del visitante. Todo esto ayudó a identificar cuáles son los indicadores de la calidad del servicio de guianza y cuál es el grado de satisfacción que obtiene el visitante.

2.2. Métodos de Investigación

Los métodos utilizados fueron:

Cualitativo: En este apartado se trabajó con las cualidades que puede tener una persona ante la sociedad, estas se determinaron en la entrevista que se les realizó a los directivos del museo, para fundamentar la problemática existente.

En este apartado se utilizó la entrevista semiestructurada, mencionando que el entrevistador puede guiarse de una entrevista preparada y realizar preguntas espontáneas para después tener una comparación, logrando una mayor flexibilidad en la entrevista y llegar a ser completa. (Villa & Montalt, 2014)

Cuantitativo: Aquí se transformaron las encuestas en datos numéricos siendo estas las que ayudaron a validar la información, todo esto se obtuvo mediante la tabulación de la información recolectada a los visitantes del museo, con información sobre los indicadores a evaluados y la satisfacción que obtuvieron.

Deductivo: Este método se utilizó para verificar todo lo que se quiere hacer mediante las teorías y luego pasar de la práctica a la aplicación de lo que se deseó investigar.

Analítico: En este método se realizó un análisis de cada una de las partes investigadas en el respectivo proyecto, para determinar los puntos clave y también para definir cuáles son los pros y contras de la investigación dada, hablando de un análisis general.

2.3. Diseño del Muestreo

2.3.1. Definición de la Población

La población identificada en la presente investigación son los visitantes del museo “Los Amantes de Sumpa”. En este sentido, son visitantes nacionales y extranjeros, con edades entre 18 a 65 años, entre mujeres y hombres a los cuales se les aplicó una encuesta para determinar la satisfacción del servicio de guianza y los niveles de satisfacción.

El promedio de visitantes por mes es de 4000 personas, pero se hace una división porque de los 4000, 2000 visitan el museo (conocen) y 2000 llegan por eventos (eventos ajenos al museo), por lo tanto la población es de 2000 visitantes por mes. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2018)

También se escogió a los funcionarios del museo como población, a los que se les realizó una entrevista ya que son parte fundamental del entorno donde se obtuvo

información importante que ayudó a fundamentar la problemática en la investigación.

2.3.2. Tamaño de la Muestra

Para la debida investigación se tomó como población a los visitantes del museo donde se seleccionó a 2000 turistas o visitantes nacionales e internacionales, de las cuales se utilizó como fórmula la población finita, dando como resultado el tamaño de la muestra a encuestar en el objeto de estudio.

N= Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

Z²= Valor z para un nivel de confianza del 95%

i²= Porcentaje de error

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad que no se consiga el éxito

Formula:

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

$$n = \frac{1.96^2 (2000) (0.5) (0.5)}{0.05^2 (2000 - 1) + 1.96^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(2000) (0.25)}{0.0025 (1999) + (3.8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{1920,8}{4,9975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{1920,8}{5,9579}$$

$$n = 322,40$$

$$n = 322$$

2.3.3. Método de Muestreo

Dentro de los dos grandes grupos del método de muestreo, el que se utilizó para la investigación es el método no probabilístico y para efecto de ésta investigación se seleccionó el muestreo por conveniencia, ya que se escogieron a los encuestados que lleguen a visitar al museo a cualquier hora del día.

2.4. Diseño de Recolección de Datos

Para la recolección de la información se utilizó encuestas porque son necesarias para hacer la recolección de datos considerando que ésta es la que tienen más prioridad en la investigación y esta técnica permitió hacer las cosas más sencillas sin cansar al encuestado.

El levantamiento de información mediante la encuesta a los visitantes se llevó a cabo en los meses de octubre y noviembre del 2018, donde existe una afluencia de

visita regular en el museo. Por lo consiguiente, en los dos meses se pudo obtener toda la información necesaria para el desarrollo proyecto.

Se utilizó la escala de Likert “que es una serie de ítems o frases que constituyan un criterio válido, fiable y preciso para realizar la medición de algún fenómeno social” (Fernández , 1982) . Por ende se tomo de la investigacion de Kamolpattana (2014) que realizo una investigacion basada en el potencial que ofrece el el guia o explicador a los visintes, donde realizaron un cuestionario y en la pregunta para medir la satisfaccion de la experiencia se adoptó una escala tipo Likert de 4 puntos (Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo, muy en desacuerdo) para evaluar las calificaciones de los encuestados sobre el desempeño de los guías basados en las experiencias de los visitantes. Por lo tanto ayudó a la investigacion a escoger los 4 puntos y modificar el nombre para que concuerde con la investigación, y es ahí donde se establecen la siguiente escala: muy satisfecho, medio satisfecho, poco satisfecho, nada satisfecho.

La escala de Likert es utilizada para medir la satisfacción con los indicadores de calidad del servicio de guianza como son: el dominio de la información, el rendimiento, el trato recibido, las técnicas de guianza, facilidad para comunicarse, la actitud, servicio complementario, solución de problemas, imagen, todos estos indicadores fueron obtenidos de los trabajos que se fundamentan en la revisión de literatura, y transformados en matriz (véase anexo 5, matriz de indicadores).

La entrevista que se realizó fue dirigida a la persona encargada de la supervisión del museo, para fundamentar la problemática que existe en el museo, así mismo con

la encuesta se pudo indagar mucho más en la satisfacción del visitante, ya que la misma encargada del museo es quien esta denominada como guía del museo.

Una vez obtenido todos los resultados de la encuesta se usó el programa SPSS para realizar el análisis y tabulación de los datos, ya que es un programa fácil para el manejo de la información, y también ayudo con la relación de las variables, ya que se utilizó la herramienta Chi-Cuadrada del mismo programa.

CAPÍTULO III

RESUSLTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis de datos (Cuantitativos y Cualitativos)

3.1.1. Análisis de la Entrevista

Entrevista a la encargada del museo

Los Amantes de Sumpa

Lcda. Beatriz Lindao

1. ¿Considera usted, que el servicio de guianza es indispensable para el museo Los Amantes de Sumpa?

La encargada del museo mencionó que si es importante porque los visitantes deben de tener el conocimiento de lo que se expone y así mismo que no es lo mismo observar lo que hay a explicarle el por qué está ahí y su importancia.

Además mencionó que una persona que no tiene conocimientos de lo que se encuentra en el museo solo ira a visitar el lugar pero no entenderá de muchas cosas que tienen ahí, solo entenderá lo que está escrito y estos mensajes tienen un resumen de lo que puede darse a conocer para el visitante, sin embargo cuando una persona que tenga conocimientos del tema, trate centrarse más en la información sabrá que existe poca información en los letreros, y a su vez se necesitará a alguien para que pueda explicar con más profundidad lo que la persona desea saber.

2. ¿Cuándo existe una ocupación por parte de los encargados del servicio de guianza, quienes realizan la actividad de guía?

Se menciona que la persona que va hacer el recorrido debe tener el conocimiento del tema para generar la información al visitante, además las personas que exponen conocen el tema de manera empírica, pero le gusta dar a conocer lo que ha aprendido en el lugar, aunque no haya estudiado en formación académica de tercer o cuarto nivel, pero no cualquiera puede hacerlo, solo hay dos guardias que realizan la guianza pero ellos pasaron por un examen oral que les realiza la encargada del museo, para ver si están preparados o no, así mismo este examen también es dado a los pasantes de colegios, y universidades que realizan sus prácticas profesionales en esta entidad.

3. ¿Se ha pensado alguna vez en incrementar el personal para ocuparse del servicio de guianza?

En este apartado se hizo hincapié en la falta de recursos económicos para poder contratar personal adecuado para ejercer la labor como guía, también descartaron que se ha realizado la gestión para obtener personal para que trabajen en el museo y el contrato de un guía bilingüe pero no existe partidas presupuestarias destinadas a nuevos empleados, ya que dice que el país está en crisis y el ministerio solo envía dinero para pocas actividades y algunas actividades las hacen con sus propios medios.

4. ¿Existe alguna herramienta (encuestas) donde usted pudo medir el nivel de satisfacción que tiene el visitante?

Ellos tienen una encuesta que se relacionan con la satisfacción del visitante en base a lo que ellos brindan, se menciona que el visitante al llegar al museo trae consigo muchas inquietudes y estas se van contestando con el recorrido en cada área, ya que las áreas complementan todo el museo, y al finalizar el recorrido salen satisfechos por que las personas en las encuestas que se le hace mencionan su satisfacción ante lo visitado.

5. ¿Cómo administrador usted ha percibido algún problema que ha afectado la satisfacción del visitante?

Se da a conocer que el único problema que han tenido hasta ahora es la parte del idioma, porque nadie sabe inglés en el museo y esto causa que muchos extranjeros vengan con un guía externo que muchas veces solo conoce una pequeña parte del recorrido, aunque a veces los guías llevan a algún guía del museo para que les de la guianza en español y ellos traducir al otro idioma, de ahí no han tenido problemas con nadie, los guías que existen en el museo son calificados y ningún estudiante, docente, investigador o alguna persona con estudio superior se ha quejado por la información recibida por los guías del museo.

Análisis General

Mediante la entrevista realizada se puede especificar que, las personas que están a cargo del museo saben específicamente cuales son las falencias que posee el mismo, y a pesar de eso trabajan dándole lo mejor al visitante, además tratan de llevar a cabo todo lo relacionado a la gestión del mismo, ellos tratan de saber si las personas que brindan el servicio en el museo están en optimas condiciones para que los visitantes tengan buenas expectativas. Así mismo aunque no cuentan con mucho presupuesto tratan de darle lo mejor al museo, intentando colocar a personas voluntarias para dar un servicio de guianza, pero antes de eso este debe de pasar por una enseñanza. También serán evaluadas antes de ejercer el servicio de guía como tal, para saber hasta qué punto los guías que ayudan al museo voluntariamente ya sean los mismo guardias e inclusive pasantes de escuelas y colegios, están aptos para poder guiar a un grupo de visitantes y darles toda la información que el museo brinda, también se hace mención que aunque no se tengan guías certificados, los ayudantes ya sean estudiantes o los mismos encargados tratan de dar la información necesaria para beneficiar a todos los que visitan el museo.

3.1.2. Análisis de la Encuesta

Para analizar las encuestas se han tomado todas las respuestas que han sido validadas por el programa SPSS, por lo consiguiente en la pregunta N° 11 y 12, en todos los indicadores (Gráficos y tablas: 11 hasta el 20) se han omitido los niveles de poco satisfecho y nada satisfecho, por lo que el sistema mismo no ha reconocido respuesta alguna y las ha excluido de la información presentada.

1. Sexo

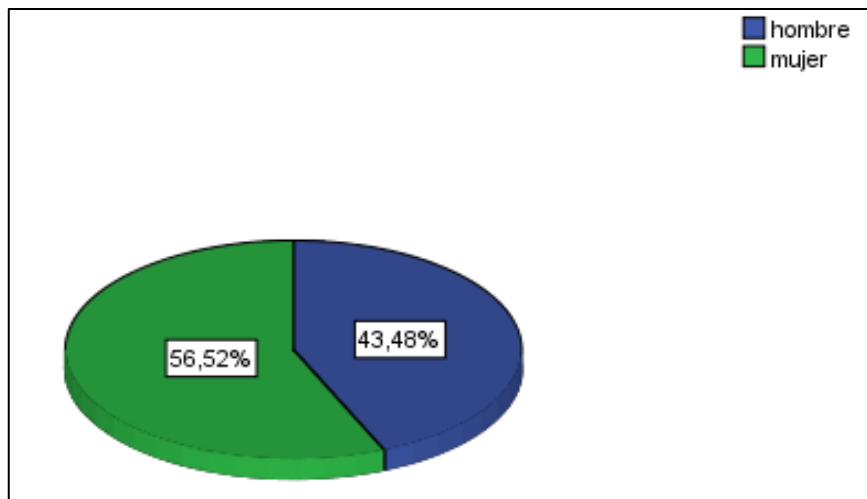
Tabla 1: Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
hombre	140	43,5	43,5	43,5
Válidos mujer	182	56,5	56,5	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 1: Sexo



Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Como se puede apreciar en los siguientes datos el mayor número de visitantes que llegan al museo “Los Amantes de Sumpa” son mujeres, infiriendo que son las que más tiempo tienen para visitar lugares ajenos al lugar de su residencia, o las que más aprecian el arte cultural.

2. Nacionalidad

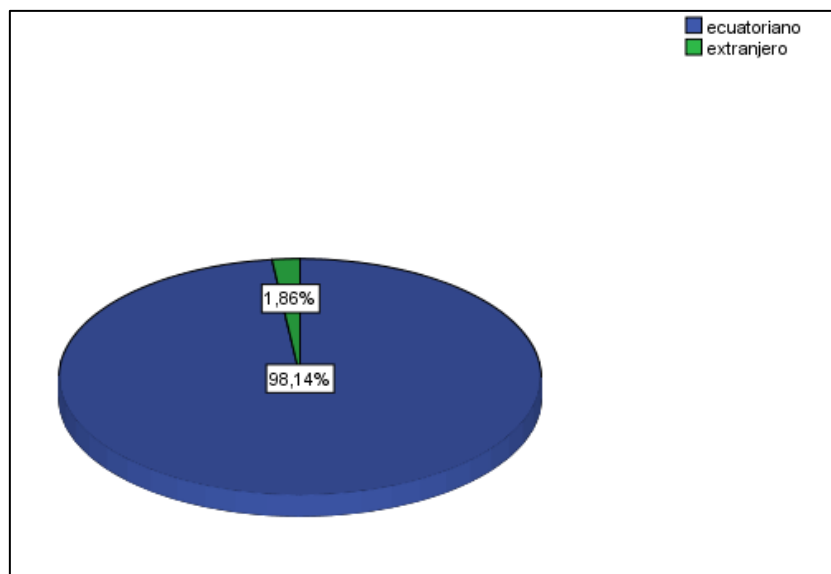
Tabla 2: Nacionalidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ecuatoriano	316	98,1	98,1	98,1
Válidos extranjero	6	1,9	1,9	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 244: Nacionalidad



Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Se evidencia que el mayor número de personas que visitan el museo son ecuatorianos, con un mayor porcentaje en estas fechas, mencionando también que solo se pudo encuestar a pocos extranjeros, ya que algunos traían su propio guía, y a su vez no tenían mucho tiempo para realizar el recorrido.

3. Lugar de residencia

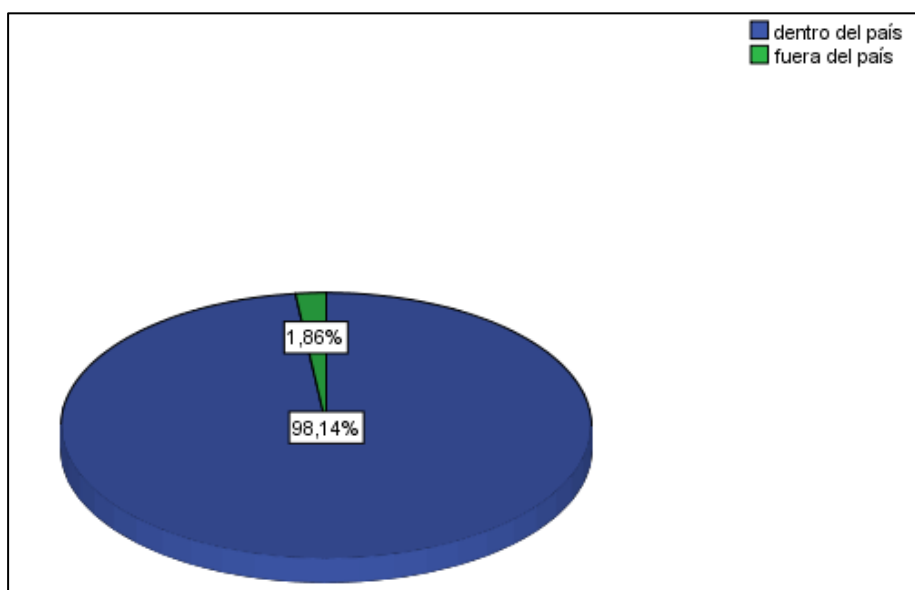
Tabla 3: Lugar de residencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	dentro del país	316	98,1	98,1
	fuera del país	6	1,9	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 487: Lugar de residencia



Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Por esta época el mayor número de personas que se desplaza son personas nacionales y a su vez residen dentro del país, los extranjeros por su parte solo llegaban por turismo con lo cual residían en el exterior, por estas fechas la mayoría de personas que se desplazan son las personas de la región sierra, ya que por este tiempo están de vacaciones.

4. Edad

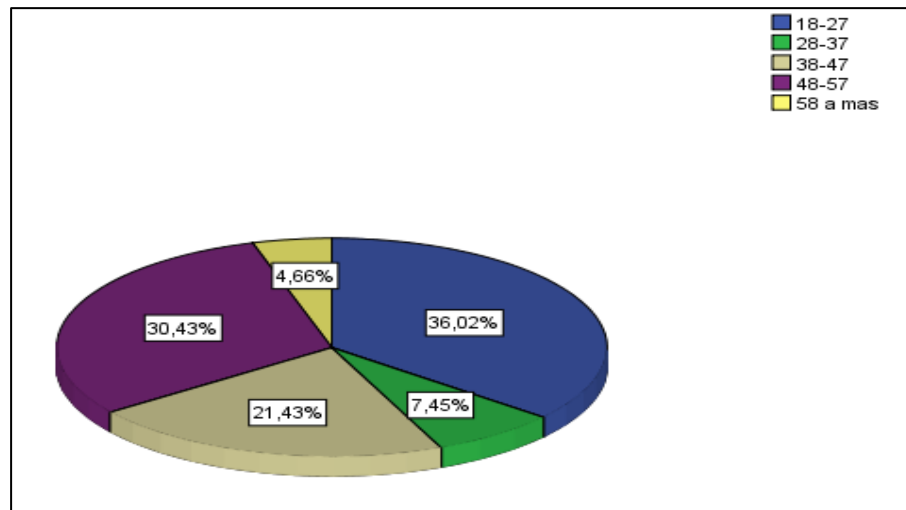
Tabla 4: Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
18-27	116	36,0	36,0	36,0
28-37	24	7,5	7,5	43,5
38-47	69	21,4	21,4	64,9
48-57	98	30,4	30,4	95,3
58 a mas	15	4,7	4,7	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 730: Edad



Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Los datos manifiestan que el mayor número de personas a la cual se encuestó tenían edades entre 18 a 27 años, pudiendo mencionar que por estos días se pudo apreciar la visita de jóvenes estudiantes de universidades de todos lados del país y la visita era por estudios, pero la mayoría de personas que visitan el museo regularmente están entre edades de 38 a 57 años, quienes son personas que aman conocer la cultura.

5. Estado Civil

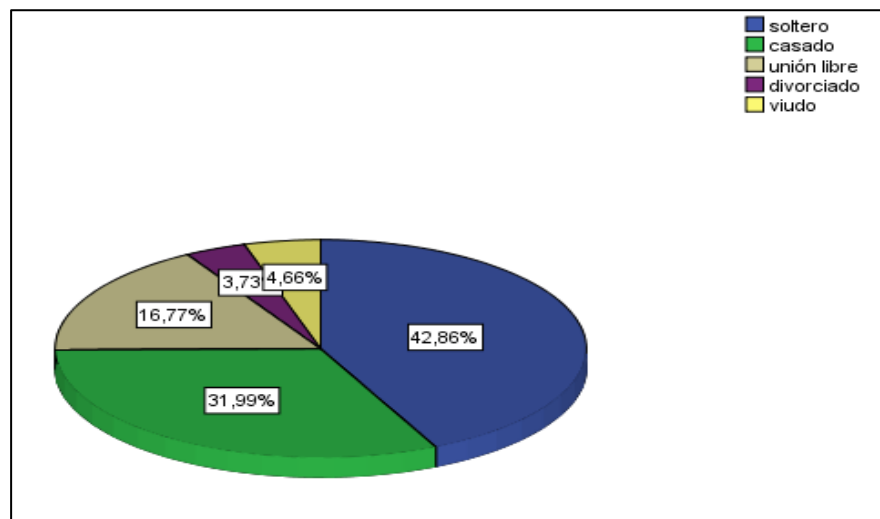
Tabla 5: Estado Civil

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Soltero	138	42,9	42,9
	Casado	103	32,0	74,8
	Unión libre	54	16,8	91,6
	Divorciado	12	3,7	95,3
	Viudo	15	4,7	100,0
	Total	322	100,0	100,0

Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 973: Estado Civil



Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

El estado civil en estas fechas de realización de las encuestas, se puede apreciar que son solteros los que visitan el museo “Los Amantes de Sumpa”, pero esta razón se da porque hubo más estudiantes visitando en estas fechas y la mayoría de ellos son solteros, de ahí las personas que visitan regularmente el museo en su mayoría son casados, porque muchos de ellos la visitan lo hacen con su respectiva familia.

6. Educación

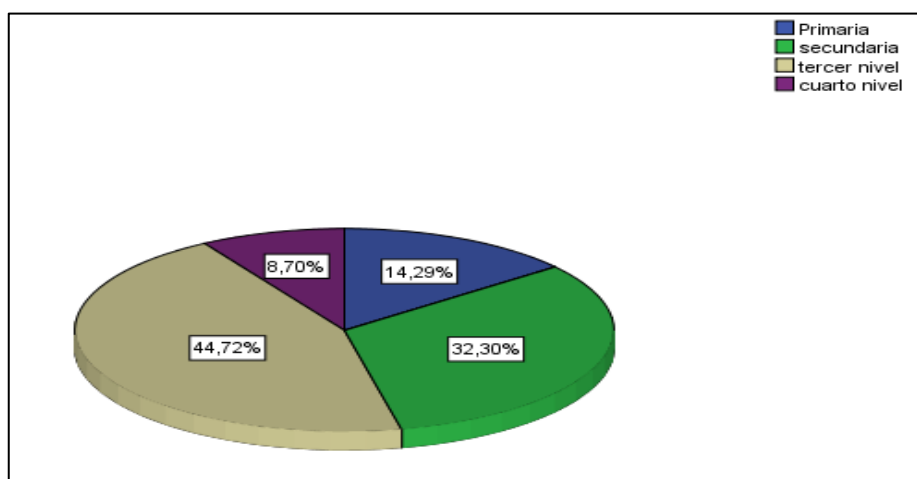
Tabla 6: Educación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	46	14,3	14,3
	Secundaria	104	32,3	46,6
	Tercer Nivel	144	44,7	91,3
	Cuarto Nivel	28	8,7	100,0
	Total	322	100,0	100,0

Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 1216: Educación



Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Se evidencia en los datos un gran número de personas que estudian o tienen un Título de Tercer Nivel, indicando que como es época de estudios en la costa y vacaciones en la sierra, existió un mayor flujo de estudiantes universitarios los días que se realizaron las encuestas, de ahí el mayor número de personas que visitan el museo han estudiado la secundarios, pero se evidencia que pocas personas obtiene un Cuarto Nivel, pudiendo especificar que pueden ser la mayoría de los extranjeros que vienen al museo y así mismo algunos docentes de las universidades.

7. Motivo de Viaje

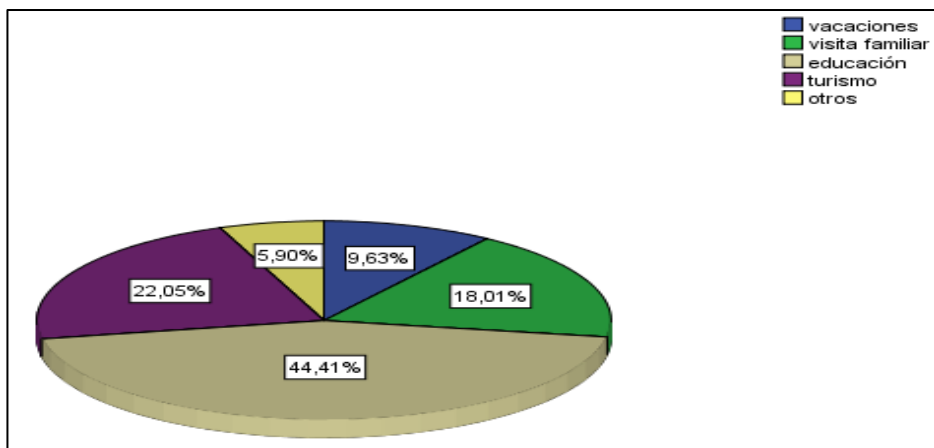
Tabla 7: Motivo de Viaje

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Vacaciones	31	9,6	9,6	9,6
Visita familiar	58	18,0	18,0	27,6
Válidos Educación	143	44,4	44,4	72,0
Turismo	71	22,0	22,0	94,1
Otros	19	5,9	5,9	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 1459: Motivo de viaje



Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Se da a conocer que el mayor motivo que visitan el museo por estas épocas es por educación, ya que se da a conocer el día de los difuntos y a muchas universidades o instituciones educativas, este es un día cultural del cual los estudiantes tienen que aprender, pero normalmente las familias vienen por otros motivos, como recreación, turismo, entre otras cosas, aunque la visita familiar siempre se ve presente ya que algunos viajan por que existen familiares cerca del atractivo turístico.

8. ¿Ha visitado anteriormente el museo “Los Amantes de Sumpa”?

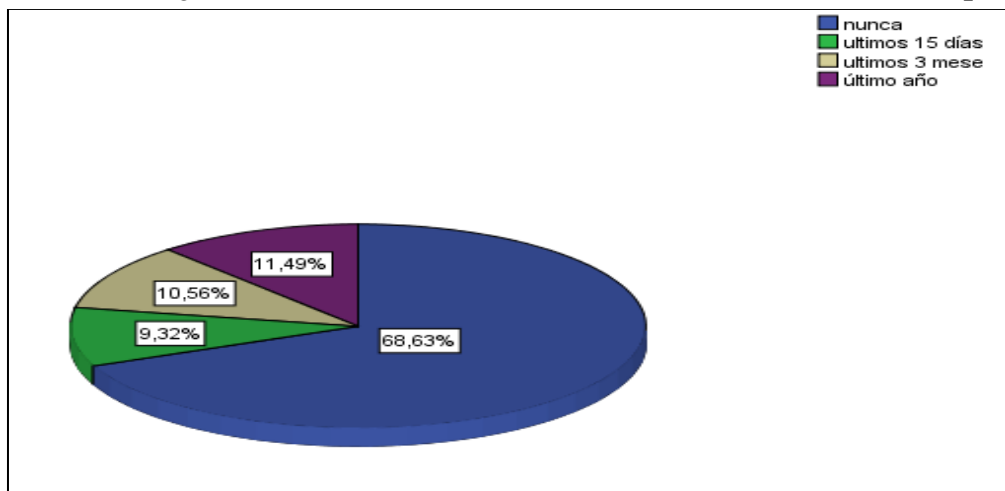
Tabla 8: ¿Ha visitado anteriormente el museo “Los Amantes de Sumpa”?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nunca	221	68,6	68,6	68,6
últimos 15 días	30	9,3	9,3	78,0
Válidos últimos 3 meses	34	10,6	10,6	88,5
último año	37	11,5	11,5	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 1702: ¿Ha visitado anteriormente el museo Los Amantes de Sumpa?



Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Como es apreciable en los datos obtenidos, un gran número de personas no conocían el museo, nunca habían venido, ni escuchado, e inclusive algunas personas que viven en la provincia de Santa Elena jamás habían visitado el museo, ni los mismos estudiantes sabían que el museo existía y era su primera vez, infiriendo que no se les enseña donde está ubicado muchas de las zonas históricas culturales del Ecuador o que la falta de publicidad del museo hace que este no sea conocido a nivel nacional.

9. ¿Cuál era su apreciación sobre el museo antes de visitarlo?

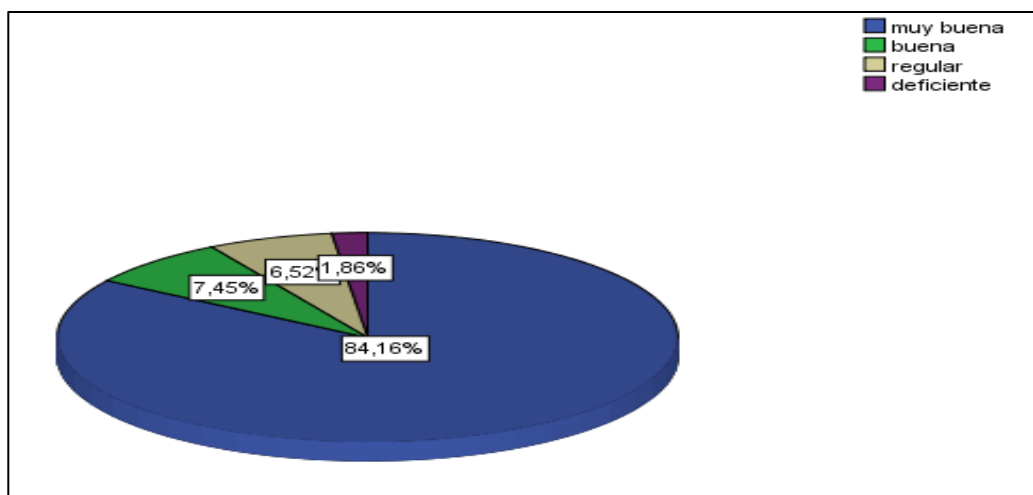
Tabla 9: ¿Cuál era su apreciación sobre el museo antes de visitarlo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
muy buena	271	84,2	84,2	84,2
buena	24	7,5	7,5	91,6
regular	21	6,5	6,5	98,1
deficiente	6	1,9	1,9	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 1945: ¿Cuál era su apreciación sobre el museo antes de



Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Los visitantes en su mayoría mencionaron que tenían una expectativa muy buena sobre el museo, cuando fueron informados sobre este se pusieron a investigar cómo era y les resultó óptimo, por lo que tuvieron alguna influencia por la investigación hecha con anterioridad, aunque se da a conocer que algunos de los visitantes extranjeros mencionaban que la apreciación sobre el museo era deficiente porque pensaban que iba a estar en mal estado y no iba a tener todo lo que posee, pero una vez que llegaron se sorprendieron.

10. ¿Qué expectativas tenía usted sobre el servicio de guianza?

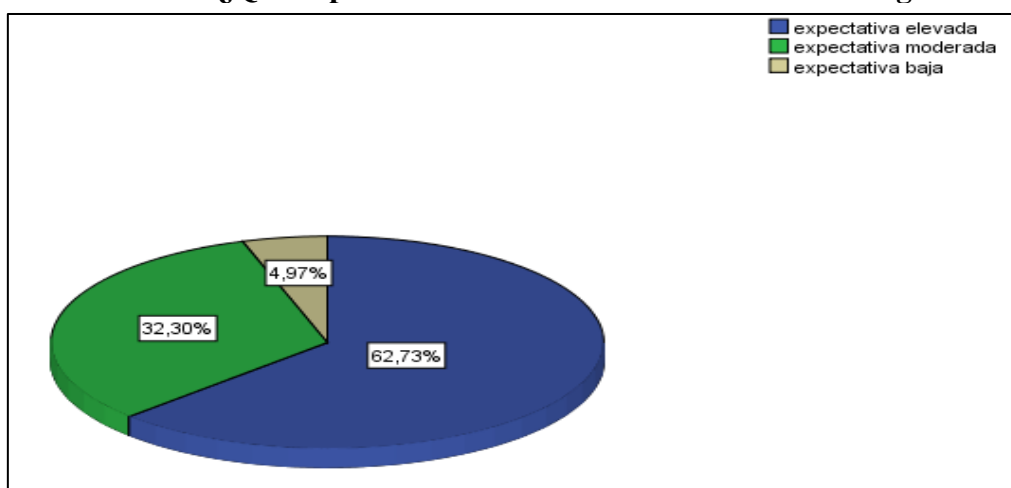
Tabla 10: ¿Qué expectativas tenía usted sobre el servicio de guianza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Expectativa elevada	202	62,7	62,7	62,7
Expectativa moderada	104	32,3	32,3	95,0
Expectativa baja	16	5,0	5,0	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 2188: ¿Qué expectativas tenía usted sobre el servicio de guianza?



Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Los resultados mostrados dan a conocer que los visitantes tenían en mente que si existe un servicio de guianza en el museo, aunque desconocían de la existencia, pero pudieron inferir que habría una persona que realizaba el recorrido, también se da a conocer que los extranjeros que no hablan español, tenían una expectativa baja porque en su mayoría piensa que no existe una persona que hable su mismo idioma, por eso traen consigo algún traductor, dichas expectativas no se cumple porque en el museo no existe el personal capacitado para dar la información en otros idiomas.

11. Califique el servicio de guianza: Conocimiento de la información

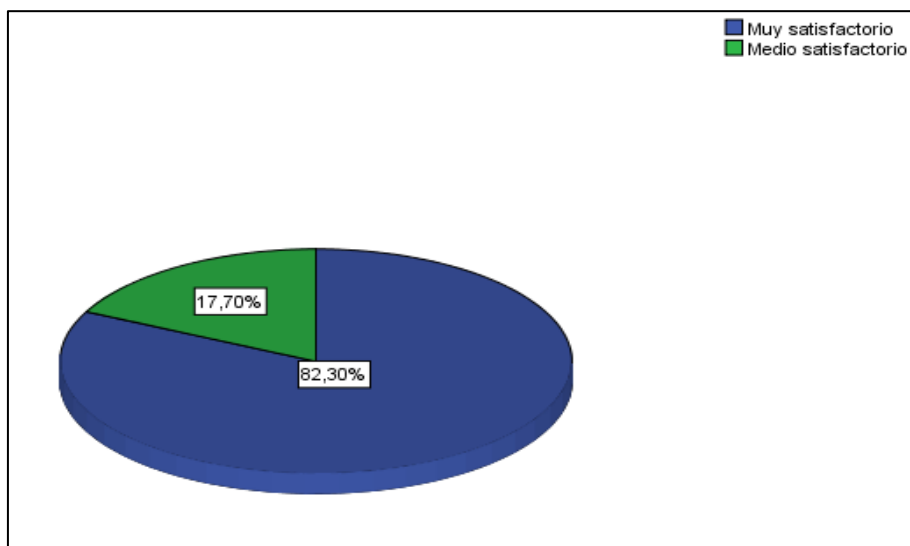
Tabla 11: Conocimiento de la información

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy satisfecho	265	82,3	82,3	82,3
Válidos Medio satisfecho	57	17,7	17,7	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 2431: Conocimiento de la información



Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

En este apartado se pudo observar que una de las cualidades del guía que se evaluó es el dominio de la información, este la maneja de forma precisa e inclusive se puede decir que para poder ser guía tienen que saber todo lo que posee el atractivo, aunque a algunas personas les parece poco buena porque no contestó algunas de sus inquietudes como debe de ser.

12. Organización

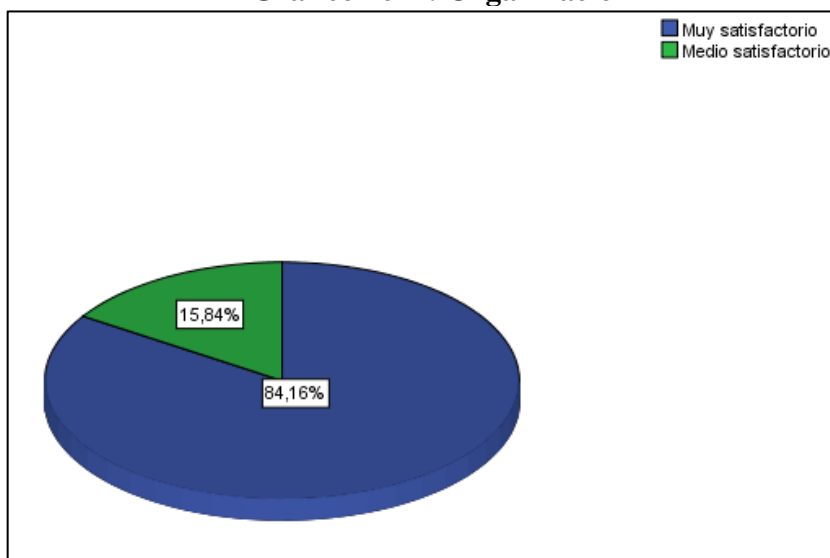
Tabla 12: Organización

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy satisfecho	271	84,2	84,2	84,2
Válidos Medio satisfecho	51	15,8	15,8	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 2674: Organización



Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Los visitantes consideran que la organización del guía siempre estuvo excepcional ya que su rendimiento en este aspecto fue óptimo, algunos quienes pensaron que el guía solo iba a dar a conocer una breve información de lo que se podía hacer, se llevaron un grata sorpresa de como este trabaja ante las personas, aunque sin duda si hubo quienes lo criticaban y no los convenció mucho el esfuerzo dado porque le faltó más energía al momento de estar organizando a un grupo para la respectiva guianza; según versiones de los encuestados.

13. Trato en las salas

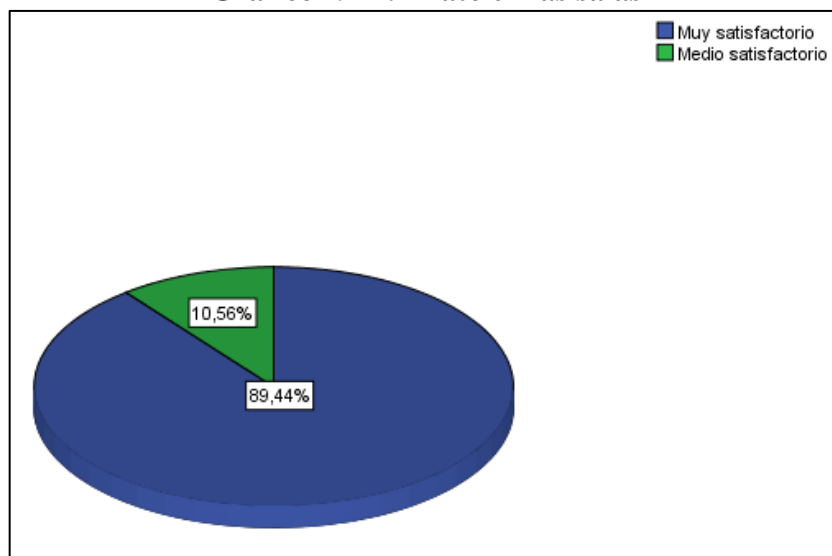
Tabla 13: Trato en las salas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy satisfecho	288	89,4	89,4	89,4
Válidos Medio satisfecho	34	10,6	10,6	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre e, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 2917: Trato en las salas



Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre e, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

La mayoría de los visitantes dio a conocer que el trato recibido por el guía fue muy bueno, hicieron mención que siempre se los trataba con respeto aunque algunos hicieran ruido, él siempre estuvo calmado se dio a respetar en cada momento, pero para algunos les pareció bueno, ya que piensan que el llamarles la atención es una falta de respeto cuando ellos solo lo que hacían era divertirse, aunque para el guía muchas veces es molesto que cuando él esté hablando alguien le interrumpa.

14. Habilidades

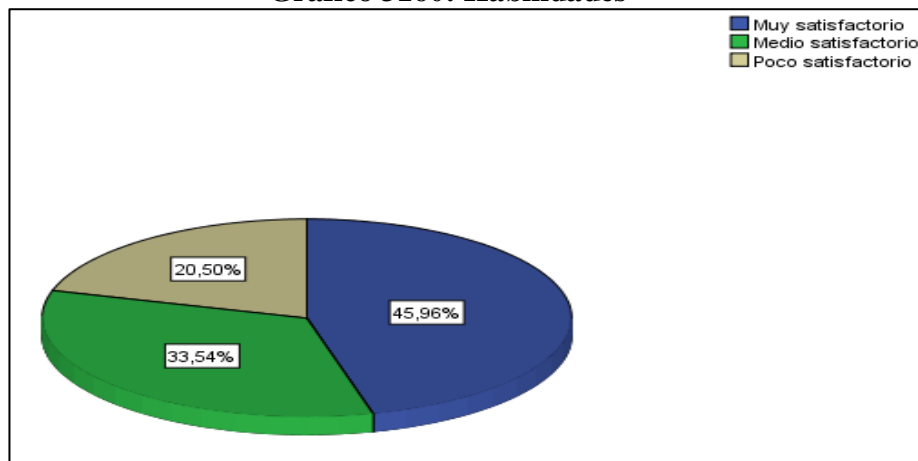
Tabla 14: Habilidades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy satisfecho	148	46,0	46,0
	Medio satisfecho	108	33,5	79,5
	Poco satisfecho	66	20,5	100,0
	Total	322	100,0	100,0

Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 3160: Habilidades



Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Estos datos demuestran que existen falencias sobre las habilidades que se utilizó como las técnicas de guianza que usa la persona que está a cargo del recorrido en el museo, aunque hubo un porcentaje que mencionó que estas fueron muy buenas, se da a conocer que entre buena y regular hay una mayoría, y por lo tanto mencionan que en muchas ocasiones el guía solo le da prioridad a las personas que están cerca de él, en otras también mencionan que muchas veces no escuchan por donde tienen que ir y simplemente siguen al resto, y cuando hay muchas personas el guía tiene que llevarlas a todas para que no se queden sin hacer el recorrido y es un poco incómodo, ya que no existen muchos guías.

15. Facilidad para comunicarse

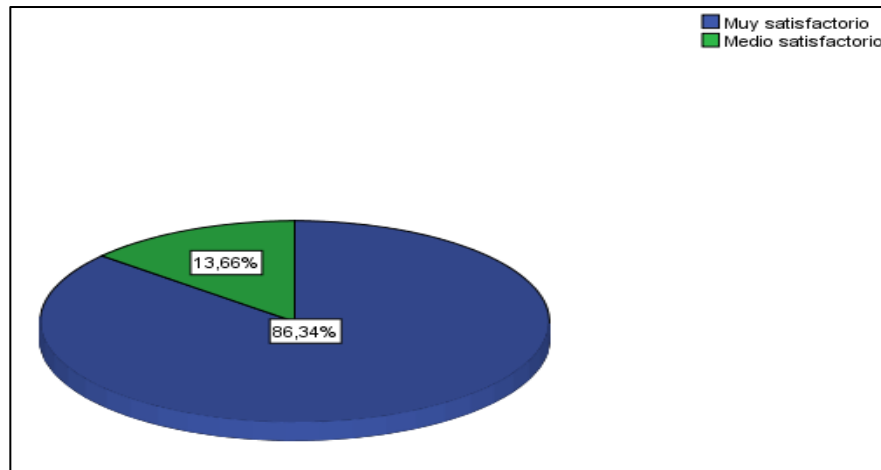
Tabla 15: Facilidad para comunicarse

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy satisfecho	278	86,3	86,3	86,3
Válidos Medio satisfecho	44	13,7	13,7	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 3403: Facilidad para comunicarse



Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Se da a conocer que para las personas la facilidad para comunicarse es esencial en la guianza, por lo tanto los visitantes en su mayoría mencionan que fue muy buena, y se puede decir que en este caso no hubo alguna contrariedad ya que los individuos caminaban en grupos pequeños, pero hubo un tiempo en el que tenían que ir con demasiados elementos ya que llegaban muchas y aquí fue donde la facilidad para comunicarse se deterioraba ya que eran demasiados visitantes, y en algunas zonas aunque el guía alzara la voz todos no lo iban a poder escuchar porque se mencionan que algunos hacían bulla y obstruían la información.

16. Actitud

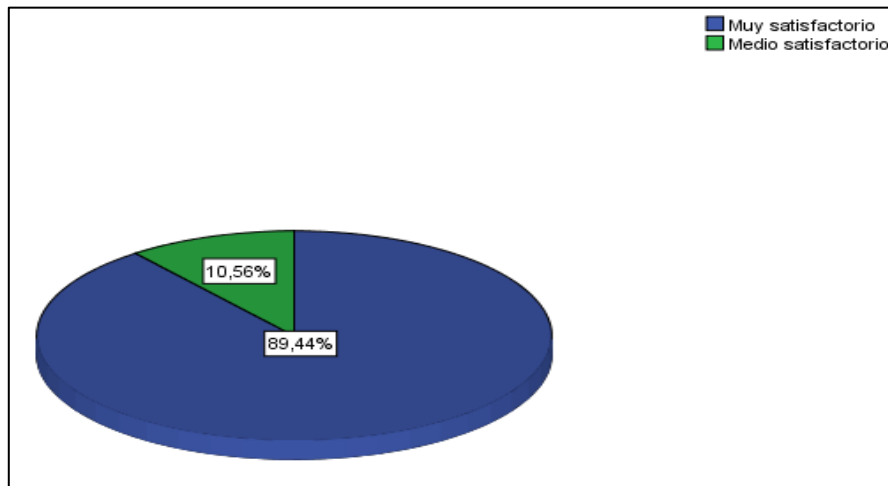
Tabla 16: Actitud

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy satisfecho	288	89,4	89,4	89,4
Válidos Medio satisfecho	34	10,6	10,6	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 3646: Actitud



Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

La actitud del guía fue muy buena ya que lo mencionan la mayoría de los visitantes, diciendo que siempre estuvo con buena actitud, aunque hubieran ciertas zonas donde se escuchara un poco de bulla este trataba de mantenerse calmada con la misma algarabía que comenzó con el recorrido, aunque para ciertas personas si mencionaron que hubo un cierto cambio de actitud en el guía, y fue más cuando habían muchas personas realizando el recorrido, aunque el cambio no fue drástico mencionan que si lo notaron.

17. Servicio Complementario

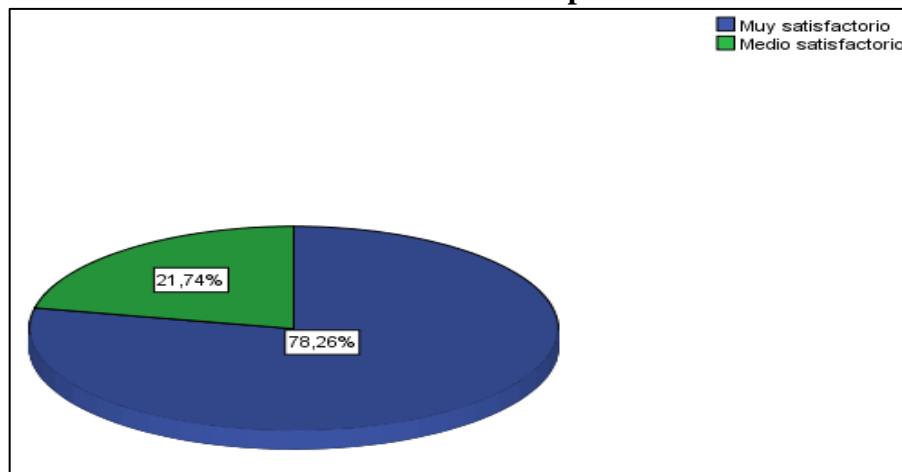
Tabla 17: Servicio Complementario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy satisfecho	252	78,3	78,3	78,3
Válidos Medio satisfecho	70	21,7	21,7	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 3887: Servicio Complementario



Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Se da a conocer que para la mayoría de las personas el servicio complementario por el museo fue muy bueno, destacaban que para las personas les sorprendió que el museo posea parqueadero, áreas verdes, áreas de descanso, servicio de información y sala de eventos, aunque quisieron investigar antes de venir que ofrecía el museo, se llevaron una grata sorpresa porque fue información muy importante para su conocimiento, aunque algunas personas dijeron que les faltó más de lo que ellos esperaban, e inclusive algunos de los que habían venido anteriormente hicieron énfasis que se puede mejorar algunas cosas de la infraestructura, pero de por sí completamente en buen estado.

18. Capacidad para enfrentar situaciones inesperadas

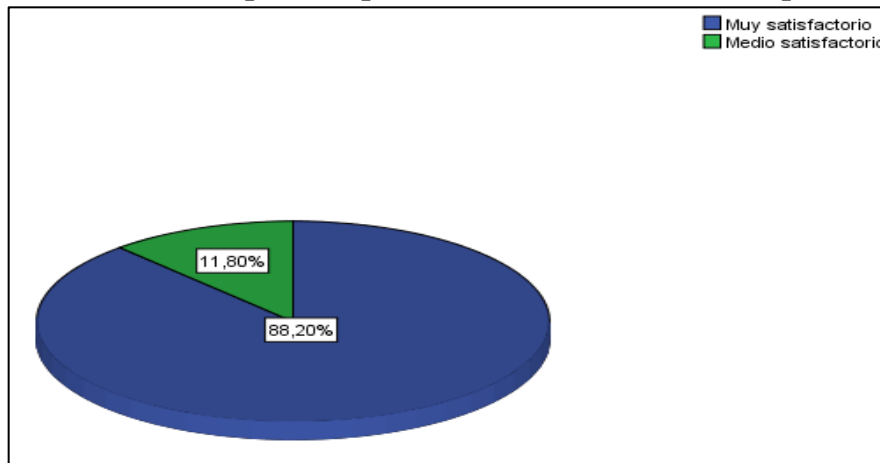
Tabla 18: Capacidad para enfrentar situaciones inesperadas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy satisfecho	284	88,2	88,2	88,2
Válidos Medio satisfecho	38	11,8	11,8	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 4110: Capacidad para enfrentar situaciones inesperadas



Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Los datos demuestran que la mayoría de los visitantes del museo, señalaron que no presenciaron problemas a solucionar, por eso se dio la calificación de muy bueno, pero algunas personas dieron que cuando había muchas personas la solución a este problema fue de tratar de hacer el recorrido con el mayor número de personas posibles para que todos puedan escuchar la información, pero esto generó otro problema que no se resolvió y era que al haber mucha gente en algunas zonas del museo se sentían un poco incómodo por el lugar era un poco pequeño y no podían apreciar bien lo que ofrecía el museo, y si se quedaban apreciando perdían información del otro punto al que tenían que ir.

19. Apariencia personal

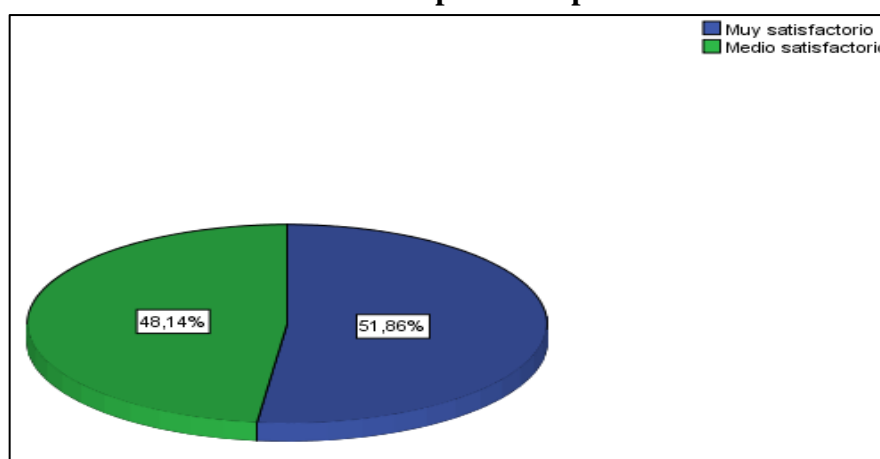
Tabla 19: Apariencia personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy satisfecho	167	51,9	51,9	51,9
Válidos Medio satisfecho	155	48,1	48,1	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 4271: Apariencia personal



Fuente: Encuestas a turistas (octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

En este apartado los visitantes mencionaron que la forma en que vestía el guía les llamaba mucho la atención porque nunca pensaron que el guardia de seguridad iba a realizarles el recorrido, aunque en otros casos lo realizaban algunos estudiantes que realizaban las pasantías en el museo, siempre tratando de dar lo mejor los estudiantes y los guardias capacitados ayudaban eficientemente en el recorrido. Al mayor porcentaje de visitantes les agrado que su apariencia fuera de guardia y les dieron una calificación muy buena, pero a otros esto les pareció un poco mal, aunque no juzgan al guardia, sino que mencionan que esto al ser gestionado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio, éste puede poner a personal capacitado para que realice la actividad de guía.

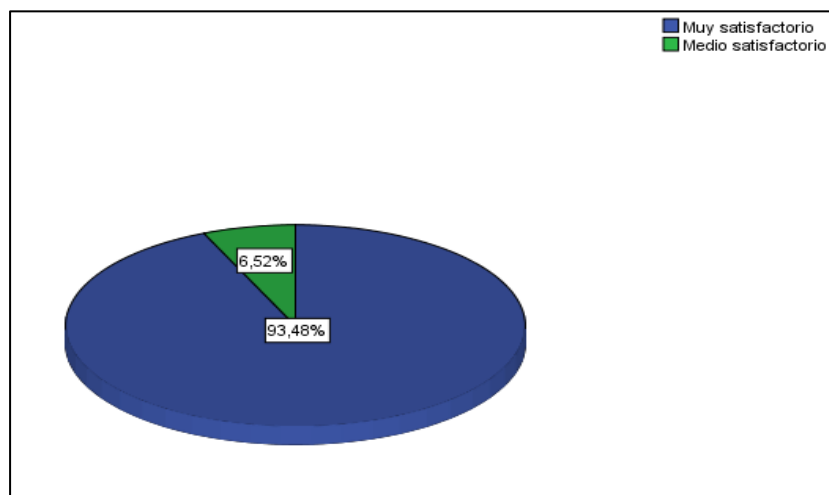
Tabla 20: ¿Califique la satisfacción del servicio de guianza recibido?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Muy satisfactorio	301	93,5	93,5	93,5
Medio satisfactorio	21	6,5	6,5	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Gráfico 4334: ¿Califique la satisfacción del servicio de guianza recibido?



Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán

Se da a conocer que la satisfacción del visitante siempre estuvo en muy satisfactorio y que en su mayoría regresaría a visitar el museo nuevamente, hubo ciertas personas que quedaron medio satisfactoria ya sea porque no les gustos el recorrido, la persona que hizo el recorrido, no les gusto el lugar o las prohibiciones que existen en el museo, pero de manera general se puede decir que el guía daba lo mejor de él para que las personas se sientan satisfechas y a su vez les brindó toda la información que se encontraba a su disposición sobre el museo.

Análisis General

Se da a conocer que la mayoría de los visitantes que dieron la entrevista son personas que les gusta la cultura, ya que al visitar el museo están haciendo uso de un bien cultural que está en la provincia, destacando que las visitas a los lugares siempre se realiza por educación, o turismo, aunque en las encuestas se pudo apreciar que la mayoría de las personas que visitaron eran de edades entre 18 a 27 años, pero quienes realizan más seguido estas visitas son personas entre 38 a 57 años.

Se puede mencionar que muchos de visitantes que viven dentro de la provincia no conocen el museo o nunca antes lo han venido a conocer, pero personas de otras provincias identifican más el museo que los mismo pobladores de la localidad, ya sea por la falta de interés de las personas por conocer la cultura local, por eso es que muchas veces cuando un convidado de otro lugar viene a visitarlo cree que el museo tienen deficiencias porque piensan que el interés por la cultura de los peninsulares es escasa, y se llevan una sorpresa al visitar el museo.

Satisfacer a los visitantes hace que muchas veces estos regresen, y no solo retornen ellos, sino que arriben con más personas a conocer algo nuevo e inclusive único, es un punto muy importante saber que tan satisfecho fue, ya que de ahí es donde parte la felicidad del visitante, y como este reconocerá una vez que lo tenga que divulgar en otros lados.

3.2. Limitaciones

En el proceso de investigación se pudo evidenciar limitaciones que hicieron que la información fuera un poco más difícil de conseguir, uno de los puntos fue la falta de los recursos materiales para la recolección de información ya que muchas veces se llevaba un número específico de las encuestas para realizarlas ya que no se podía imprimir muchas.

Otra limitación que se presentó fue la económica, ya que el dinero no alcanzaba muchas veces para poder desplazarse al lugar donde se realizaba la encuesta y esto causaba que en días que llegan pocas personas no se realiza la investigación, además de que al escasear el dinero no se pudo contratar a otro personal para que ayudase con la recolección de información y poder terminar más rápido.

El recurso humano también fue una limitación, como se mencionaba solo había una persona que se encargaba de la recolección de información y muchas veces esta no podía encuestar a todas las personas que salían de haber hecho el recorrido, a veces le ayudaba otra persona más pero era en determinados días.

También se evidencia que los encuestados muchas veces no querían responder a las preguntas por que tenían poco tiempo y no podían quedarse en el lugar, en otras ocasiones simplemente no las querían responder debido a que no les interesaba.

3.3. Resultados

Posterior al análisis de la información mediante los datos obtenidos basándose en las diferentes técnicas de recolección de datos, se determina lo siguiente:

- La calidad del servicio de guianza es un aspecto muy importante para el museo, aunque no existen guías especializados como los guardias que ayudan en la guianza, tratan de mejorar el personal implementando pasantes universitarios, ya que no se cuenta con el apoyo del estado para implementar personal adecuado.
- El idioma inglés es un deficiente en el servicio de guianza, y se vuelve un tanto complicado cuando se realiza la guianza a personas que hablen un idioma diferente, aunque en muchos casos algunas de estas personas traen su propio guía.
- Los visitantes en su mayoría no conocían el museo, y algunos que han escuchado de él nunca han ido a visitarlo, se puede decir que hay poco interés por la cultura, aunque se puede apreciar que los estudiantes de algunas escuelas, colegios y universidades en épocas de salida de campo visitan el museo, para conocer y comparar lo que se les enseña en las aulas.
- Los visitantes se sienten muy satisfechos por el servicio de guianza recibido del museo, destacando que la apariencia del guía no es un problema siempre y cuando este se desenvuelva de forma óptima, pero si dejan claro que al ser una institución administrada por el gobierno debe de tener un personal adecuado.

- Los resultados abarcaron que todos los indicadores expuestos en el proyecto como: Actitud, habilidades, trato en las salas, apariencia personal, conocimiento de la información, organización, capacidad para enfrentar situaciones inesperadas, facilidad de comunicación, servicios complementarios, de los cuales los visitantes indicaron que estuvieron muy satisfechos con todos, aunque se aprecia el caso del uso de las habilidades como las técnicas de guianza que solo 45% estuvo muy satisfecho, a diferencias de otros indicadores, entonces para mejorar la calidad en este apartado se debería implementar más dinamismo en el recorrido, ser positivo, innovador capaz de proponer alternativas y ser creativo, para que el visitante no se sienta en un ambiente monótono cuando vuelva a visitar el museo, porque si esto no se cambia generaría en un periodo determinado que el visitante busque mejores lugares dejando a un lado el museo.

3.4. Hipótesis, Chi Cuadrado

Tabla 21: Resumen del procesamiento de los casos, Conocimiento de la información

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Qué tan satisfecho estuvo con el servicio de guianza recibido? * Dominio de la información	322	100,0%	0	0,0%	322	100,0%

Tabla 22: Pruebas de chi-cuadrado, Conocimiento de la información

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,802 ^a	1	,000		
Corrección por continuidad ^b	11,693	1	,001		
Razón de verosimilitudes	10,781	1	,001		
Estadístico exacto de Fisher				,001	,001
Asociación lineal por lineal	13,759	1	,000		
N de casos válidos	322				

Tabla 23: Resumen del procesamiento de los casos-Organización

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Qué tan satisfecho estuvo con el servicio de guianza recibido? * Rendimiento	322	100,0%	0	0,0%	322	100,0%

Tabla 24: Pruebas de chi-cuadrado, Organización

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,505 ^a	1	,000		
Corrección por continuidad ^b	19,668	1	,000		
Razón de verosimilitudes	16,462	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	22,435	1	,000		
N de casos válidos	322				

Tabla 25: Resumen del procesamiento de los casos, Trato en las salas

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Qué tan satisfecho estuvo con el servicio de guianza recibido? * Trato recibido	322	100,0%	0	0,0%	322	100,0%

Tabla 26: Pruebas de chi-cuadrado, Trato en las salas

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,718 ^a	1	,005		
Corrección por continuidad ^b	5,812	1	,016		
Razón de verosimilitudes	5,721	1	,017		
Estadístico exacto de Fisher				,015	,015
Asociación lineal por lineal	7,694	1	,006		
N de casos válidos	322				

Tabla 27: Resumen del procesamiento de los casos, Actitud

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Qué tan satisfecho estuvo con el servicio de guianza recibido? * Actitud	322	100,0%	0	0,0%	322	100,0%

Tabla 28: Pruebas de chi-cuadrado, Actitud

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,718 ^a	1	,005		
Corrección por continuidad ^b	5,812	1	,016		
Razón de verosimilitudes	5,721	1	,017		
Estadístico exacto de Fisher				,015	,015
Asociación lineal por lineal	7,694	1	,006		
N de casos válidos	322				

Análisis Chi Cuadrado

La investigación ha sido comprobada mediante la prueba de chi-cuadrada, que a su vez da a conocer que hay algunos factores en los cuales se relaciona mucho la satisfacción del visitante, esto se evidencia al identificar los indicadores de calidad del servicio de guianza recibido en el museo “Los Amantes de Sumpa”, de los cuales el dominio de la información, la organización, el trato en las salas, la actitud, muestran un nivel de confianza de 95%. Se identifica este nivel de confianza debido a que los resultados dados por el chi cuadrado no superan el 5% de margen de error, y así mismo se plantean que son cualidades que ayudan muchas a que la satisfacción del visitante sea muy buena, por otro lado se puede mencionar que los indicadores como: las habilidades, la capacidad para enfrentar situaciones inesperadas, la solución de problemas, el aspecto físico y los servicios complementarios, son algunos factores que las personas muchas veces tienden a cuestionar, ya que desean recibir lo mejor pero hay ciertas falencias que se pueden mejorar. Lo que se sugiere es que haya una mejora en los indicadores que se cuestionan para que los visitantes al momento de regresar puedan evidenciar una renovación del servicio, como se puede lograr esto implementando voluntariados para las personas que trabajen en turismo y quieran ayudar como guías en el museo, así mismo atraer más estudiantes universitarios que se están preparando como guía para que puedan hacer sus prácticas en el museo, e inclusive a los que estudian turismo en general, ya que si no se resuelven estos problemas por poco que sea, puede afectar a los indicadores de mayor desempeño y ocasionar fallas en la calidad del servicio.

CONCLUSIONES

Determinando los resultados de la investigación, se da a conocer que mediante los indicadores obtenidos se pudo medir la calidad del servicio y así mismo de la satisfacción de los visitantes, de los cuales están al tanto que hay aspectos que son muy importantes para que estos se sientan satisfechos como la actitud, el conocimiento de la información, el trato en las salas y la organización. No se puede dejar de lado que existen algunos aspectos que forman parte de la satisfacción pero estos en cierta forma no se han mejorado para beneficio del museo ni del servicio de guía como son: la facilidad para comunicarse, la capacidad para enfrentar situaciones inesperadas, el aspecto físico, las habilidades, y los servicios complementarios. Aunque el visitante demuestre un nivel de satisfacción muy bueno, aunque que no se esté brindando todo el potencial que puede ofrecer el guía, ya que en muchas ocasiones la falta de personal adecuado hace que lo que se trata de ofrecer sea de menor calidad o que no cumpla con las expectativas, esto ocasionaría que la calidad del servicio disminuya con el paso del tiempo, y por lo tanto la satisfacción no se generaría, sino más bien ocasionaría que las personas no regresen al lugar.

El servicio de guía es parte de un servicio que brinda el museo, donde se puede dar a conocer que si se puede mejorar, ya que como se puede apreciar hay ciertos indicadores donde las personas muestran que el nivel de calidad del servicio de guía es bueno como: en la actitud, el conocimiento de la información, el trato en las salas y la organización, pero no muy bueno como en la facilidad para comunicarse, la capacidad para enfrentar situaciones inesperadas, el aspecto físico,

las habilidades, y los servicios complementarios, con la mejorar de la calidad del servicio de guianza existirían nuevas formas para hacer el recorrido, este no se volvería monótono cuando una persona regresa, e inclusive las personas regresarían porque tendrían en mente encontrar algo diferenciador en cada visita, la forma más óptima de mejorar la calidad es innovar en la persona, ya que el establecimiento está en buenas condiciones pero el personal carece de habilidades como guía pero esto se daría siempre y cuando el museo reciba ayudas económicas.

RECOMENDACIONES

Se deben implementar mejoras en los servicios que ofrece el museo, ya que para algunos visitantes el servicio de guianza es una de las partes que fundamentan el recorrido, pero también se debe de percatar que existen otras cosas como son las señaléticas, arreglos de muchas zonas que están en deterioro, así mismo también implementar un personal adecuado para la debida realización de la guianza, ya que en ciertos aspectos muchos de los guías actuales fallan y además decir que estos ayudarían a que los pasantes que vengan a realizar sus prácticas pre profesionales salgan con un conocimiento mayor, basados en la guianza como tal, y no solo en el recorrido del museo.

Se recomienda que aunque no exista un presupuesto para un guía especializado, traten de que los estudiantes universitarios enfocados en la carrera de turismo se integren como pasantes en el museo, no solo estudiantes de colegio que son los que se ven más haciendo prácticas, sino los mismo universitarios ya que tienen un nivel de formación mayor y pueden mejorar el grado de satisfacción de los visitantes en el museo, todo esto haciendo un acuerdo con las autoridades de la Universidad y del museo para que se pueda llevar a cabo la labor conjunta entre entidades para dar conocimientos a sus estudiantes.

TRABAJOS CITADOS

American Academi of Child & Adolescent Psychiatry. (2015). Los Tics Nerviosos. Obtenido de American Academi of Child & Adolescent Psychiatry: www.aacap.org

Antonietti, B. (2017). Servicios turisicos I. Universidad Tecnologica Nacional de Turismo y Hotelerí, Obtenido de: <http://utntyh.com>

Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Montecristi, Ediciones legales, obtenido de: <http://biblioteca.defensoria.gob.ec/handle/37000/823>

Bastías, M. (2013). Los derechos culturales en los museos de America Latina. Lima: Inter arts. Obtenido de <http://www.interarts.net>

Botía , M., & Orozco, L. (2012). Competencias en servicio al cliente y efectividad en solución de problemas. Estudios y Perspectivas en Turismo, 646-662.

Brida, J., Monterubbianesi, P., & Zapata, S. (2013). Determinantes del grado de satisfacción en la visita a un atractivo cultural: El Caso del Museo de Antioquia - Colombia. Estudios y perspectivas en turismo, 729-744.

Briz, A., Hidalgo, A., Albelda, M., Contreras, J., & Hernández Flores, N. (2006). Cortesia y conversación de lo escrito a lo oral. Valencia: Edice.

Cerdán, L. (2011). La evaluación. Pedagogia Magna, 303-310.

- Fernández , I. (1982). Construcción de una escala de actitudes tipo Likert. Obtenido de Instituto nacional de seguridad e higienen en el trabajo: <http://www.insht.es>
- Flores, M. (1974). Las motivaciones turísticas. Estudios turísticos, 520 - 538.
- Ham, S., & O'Brien, T. (2012). Hacia el profesionalismo de los guias turisticos, manual para capacitadores. Estados Unidos: Agencia Estadounidense para el Desarrollo. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com>
- Huang, S., Hsu, C., & Chan, A. (2010). Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: a Study of the Package Tours in Shanghai. Journal of Hospitality & Tourism Research, 1-33.
- Huang, S., Weiler, B., & Assaker, G. (2014). Effects of Interpretive Guiding Outcomes on Tourist Satisfaction and Behavioral Intention. Australia: Journal of Travel Research. 344-358
- Instituto de turismo de España. (2009). Buenas prácticas para la atencion al cliente Museos y Centros de interpretacion. España: Anfitriones de Turismo. Obtenido de: <http://www.anfitrioneturismo.es>
- International Business Machines . (2016). Evaluación de la calidad de un servicio. España.
- Jiménez, N. (2004). La formación de las expectativas profesionales de los jovenes en los procesos de inserción social y profesional. Pedagogia, 1-8.

- Kamolpattana , S. (2014). Thai visitors' expectations and experiences of explainer interaction within a science museum context. *Understanding of Science*, 1-17.
- Licontti, M., & Pellegrini, N. (2015). Programa de Formación para los Guías de Sala del Museo de Ciencias de Caracas. Caracas: Revista de Investigación.
- Luque, J. (1993). EL conocimiento. Sevilla: Servicio de Publicaciones. Departamento de Tecnología Electronica.
- Macías, T., Rivadeneira, W., Gavilanes, J., Maldonado, G., & Estrella, M. (2017). Percepciones de Ecuador como Destino según el Turista que viaja desde Guayaquil. *PODIUM*, 69-86.
- Márquez, A., & Sánchez, Á. (2007). Turismo y ambiente: la percepción de los turistas nacionales en Bahía de Banderas, Nayarit, México. *Investigaciones Geográficas*, 134-152.
- Mantecón, A. (2006). Turismo cultural en México: ¿un modelo alternativo? Salvador: Caderno CRH, 19-48.
- Matos, R., & Gutiérrez, S. (2012). Análisis sobre la reputación de marca, las emociones y la confianza como formadoras de la satisfacción del turista. *Contaduría y Administración*, 256-283.

Mayorga, A. (2011). El guía profesional de turismo como elemento clave de la calidad del servicio turístico de guianza. Quito. Ecuador. Obtenido de: <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/13366>

Mendoza , J. (2017). Percepción del turista sobre el servicio de guianza en la comuna salanguillo parroquia colonche cantón Santa Elena. La libertad. Obtenido de: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4143>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2018). Sistema de Ingresos de Visitantes y Estadísticas. Obtenido de Portal Cultural: <http://www.portalcultural.culturaypatrimonio.gob.ec>

Ministerio de Cultura y Turismo Argentina. (2012). Tecnicas de guiado. Salta: Ley de turismo de Salta. Obtenido de <http://turismo.salta.gov.ar>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2018). Estadística de Museos y Colecciones Museográficas 2016. Madrid: publicacionesoficiales.boe.es .

Ministerio de Turismo. (2014). La experiencia turística en el Ecuador. Obtenido de Ministerio de Turismo: www.turismo.gob.ec

Ministerio de Turismo. (2015). Ley de Turismo. Obtenido de Ministerio de Turismo: www.turismo.gob.ec

Ministerio de Turismo. (2016). Reglamento de Guianza Turística. Obtenido de Ministerio de Turismo: www.turismo.gob.ec

- Moreno, S. (2015). Imagen Turística. Obtenido de Universidad de las Palmas de Gran Canaria: <http://www.tides.ulpgc.es>
- Morère, N. (2017). Haciendo camino en el Turismo Cultural. *methaodos*, 4-8.
- Muñoz, A., Carrera, P., Inostroza, G., & Cupueran, E. (2008). Nivel de satisfacción de los servicios de guiados en el Parque Nacional Galapagos, Ecuador. *Reserchgate*, 59-76.
- Oliveira, B. (2013). Determinantes de la satisfacción del turista. *Fundación Educacional Inaciana* , 1-14.
- OMT. (2008). Glosario Básico. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://www2.unwto.org/>
- Orduna , G. (2010). Turismo cultural como experiencia educativa de ocio. *Polis*. 120-140
- Peterson, A. (2015). Enfoques de enseñanza y el aprendizaje en el programa de diplomado del bachillerato internacional. *Reino Unido*.
- Prat, J., & Cànoves, G. (2017). Análisis de la motivación y satisfacción en las visitas al Museo de Historia de los Judíos (Girona). *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 375-389.
- Rico, L. (2008). El museo en busca de los turistas. *Toluca: El Periplo Sustentable*. 120-144

Rivera, R., & Peralta, A. (2016). Turismo cultural en Mexico. Mexico: Reporte Anáhuac de investigación turística. Obtenido de <https://www.anahuac.mx>

Rodríguez, K. (2011). Estudios de visitantes a museos. Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación", 1-37.

Sánchez, E. (2011). LA IMPORTANCIA DE CONTAR CON INFORMACIÓN PRECISA, CONFIABLE Y OPORTUNA EN LAS BASES DE DATOS. Revista Nacional de administración, 145-154.

Stohtert, K. (1997). Sumpa: Historia de la Península de Santa Elena. Santa Elena: Banco Central del Ecuador. 12-30

Subsecretaría de Planeación y Política Turística. (2018). Resultados de la actividad turística enero 2018. Mexico: Datatur. Obtenido de <https://www.datatur.sectur.gob.mx>

Vallina, E. (2016). Las expectativas del cliente. ¿Qué son? ¿En qué me ayuda conocerlas? Cuadernos de turismo 83-99.

Villa, J., & Montalt, B. (2014). Metodos Cualitativos. Obtenido de Indicadores y Medicion: www.povertyactionlab.org

ANEXOS

Oficio Nro. MCYP-MAAC-2019-0310-O

Guayaquil, 04 de junio de 2019

Asunto: CARTA AVAL PARA TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: "CALIDAD DEL SERVICIO DE GUIANZA Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE: CASO MUSEO LOS AMANTES DE SUMPA, CANTÓN SANTA ELENA"

Señora
Silvia Paola Peralta Mendoza
En su Despacho

De mi consideración:

En atención al Oficio No. 084-CGDT-2019, mediante el cual solicita una carta aval, para que el Sr. **MORAN YOSA DIEGO ALEX**, egresado de la carrera de **INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**, sea aceptado para que realice el respectivo trabajo de investigación: "**CALIDAD DEL SERVICIO DE GUIANZA Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE: CASO MUSEO LOS AMANTES DE SUMPA, CANTÓN SANTA ELENA**", previo a la obtención del título de **INGENIERO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**.

En mi calidad de Directora Ejecutiva del Museo Nuclear MAAC y su adscrito el Museo "**Los Amantes de Sumpa**", se confiere el presente aval para que se desarrolle dicho trabajo de investigación antes mencionado; reconociendo la labor que viene aportando la **UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA** con el Museo, por lo que ponemos vuestra disposición, todo el apoyo y colaboración para la formación de futuros profesionales en el área de turismo.

Además, autorizo a hacer uso de la información obtenida para los fines pertinentes de la elaboración y publicación del trabajo de investigación y para que esta en su totalidad sea publicada en el portal de la página web de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Sirva el presente documento para los fines pertinentes y exclusivos para el solicitante.
Sin otro particular, me suscribo.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Sra. María José Zurita Morales
DIRECTORA DE MUSEO NUCLEAR - MAAC

MUSEO
ANTROPOLOGICO
Y ARTE CONTEMPORANEO



Oficio Nro. MCYP-MAAC-2019-0310-O

Guayaquil, 04 de junio de 2019

Copia:

Señora Licenciada
Beatriz Lindao Bernabe
Guía de Museo Amantes de Sumpa



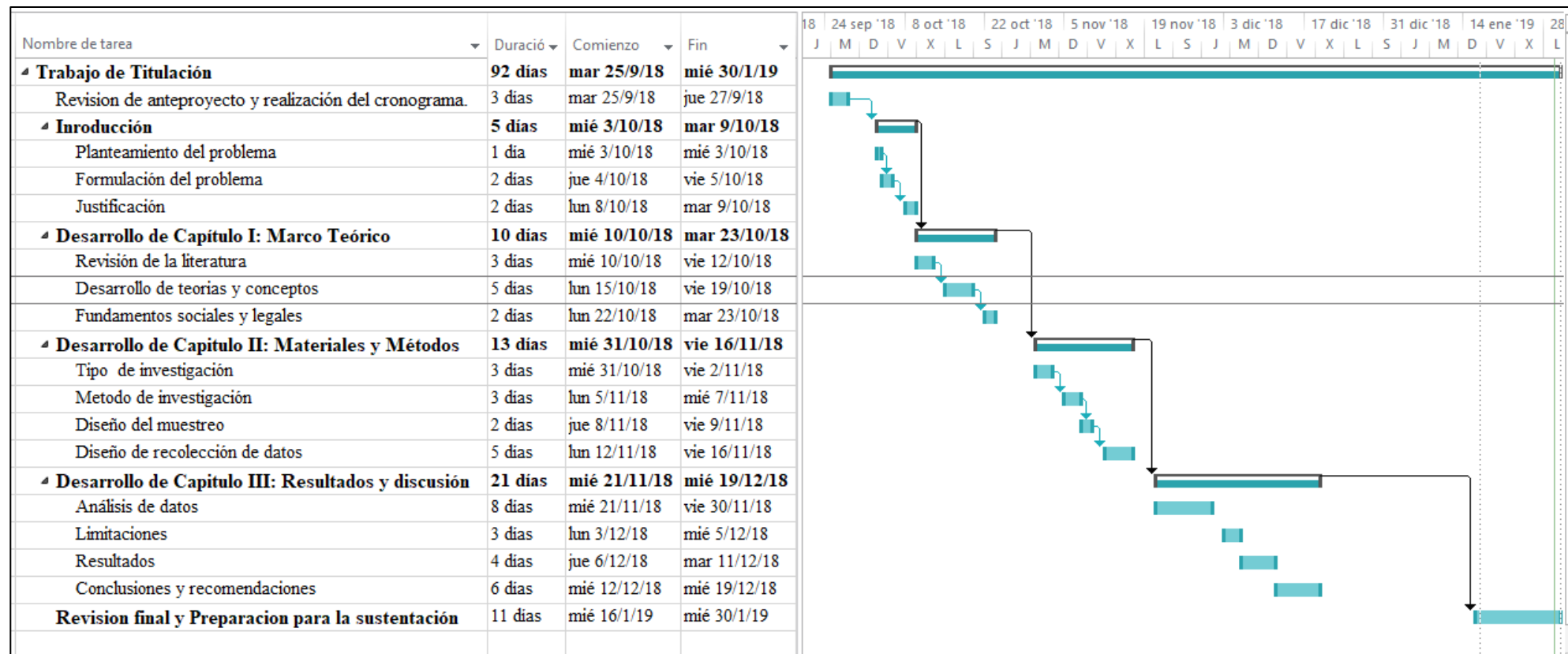
Firmado electrónicamente por:
**MARIA JOSE
ZURITA**

Anexo 1: Presupuesto y Fuentes de Financiamiento

CA NT.	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL
6	Resmas de hojas A4	3,15	18,90
8	Tinta	25,00	200,00
1	Impresora	320,00	320,00
300	Impresiones y papelería	0.10	60,00
	Movilización	50,00	50,00
6	Anillado	1.00	6,00
	Internet	100,00	100,00
TOTAL			754,90

Financiamiento propio

Anexo 2: Cronograma de Actividades



Anexo 3: Operacionalización de las variables

HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>El servicio de guianza se relaciona significativamente con la satisfacción del visitante en el museo Amantes de Sumpa, del cantón Santa Elena, años 2018.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Calidad del servicio de guianza.</p>	<p>La calidad del servicio es la brecha entre las expectativas del cliente y la percepción de una multitud de atributos de servicio (Huang, Hsu, & Chan, 2010) en donde el servicio de guianza es el componente principal de los diversos servicios turísticos ofrecidos por personas hacia los lugares visitados. (Huang, Weiler, & Assaker, 2014).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desempeño del Guía 2. Experiencia del guía 3. Enfoques de aprendizaje. 	<p>1a. Actitud</p> <p>1b. Habilidades.</p> <p>1c. Trato en las salas</p> <p>2a. Apariencia personal.</p> <p>2b. Conocimiento de la información.</p> <p>3c. Organización.</p> <p>3a. Capacidad de enfrentar situaciones inesperadas</p> <p>3b. Facilidad de comunicación.</p> <p>3c. Servicios complementarios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo lo recibió el guía? • ¿Qué tan satisfecho estuvo ante las habilidades del guía? • ¿Cuál fue el trato que recibió? • ¿Cómo se manifestó el guía ante usted? • ¿Cuál fue el nivel de conocimiento que posee del tema? • ¿De qué forma captó mejor la información? • ¿Cuál fue la solución que se manejó ante problemas? • ¿Es entendible la información que recibió? • ¿Cuál fue la apreciación que obtuvo del museo con el recorrido? 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas

	<p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Satisfacción del visitante</p>	<p>“Conjunto de sensaciones o sentimientos generados tanto de los aspectos cognitivos como emocionales de los bienes o servicios ofertados, así como la evaluación acumulada de diferentes componentes y características que posee un atractivo” (Brida, Monterubbianesi, & Zapata, 2013)</p>	<p>1. Evaluación del servicio.</p>	<p>1a. Percepción del visitante.</p> <p>1b. Expectativas del visitante.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué expectativas tenía sobre el servicio de guianza antes de conocer el museo? • ¿Cómo era su percepción sobre el recorrido del museo antes de conocerlo? • ¿Qué tan satisfactorio esta con el servicio de guianza recibido por el guía? 	
--	--	---	------------------------------------	---	---	--

Anexo 4: Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores
	Pregunta General	Objetivo General			
Calidad del Servicio de guianza y la satisfacción del visitante: caso museo los amantes de Sumpa, cantón Santa Elena. 2018	¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio de guianza y la satisfacción del visitante del museo Amantes de Sumpa?	Determinar la relación de la calidad servicio de guianza en la satisfacción del visitante del museo Amantes de Sumpa.	El servicio de guianza se relaciona significativamente con la satisfacción del visitante en el museo Amantes de Sumpa, del cantón Santa Elena, años 2018.	VARIABLE INDEPENDIENTE Calidad del servicio de guianza	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud • Habilidades • Trato en las salas • Apariencia personal • Conocimiento de la información. • Organización • Capacidad para enfrentar situaciones inesperadas • Facilidad de comunicación. • Servicios complementarios
	Pregunta Especifica	Objetivo Especifico			
	1. ¿Cuáles son los indicadores de calidad del servicio de guianza del museo Amantes de Sumpa?	1. Identificar los indicadores de calidad del servicio de guianza del museo Amantes de Sumpa		VARIABLE DEPENDIENTE Satisfacción del visitante	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción del visitante • Expectativas del visitante
	2. ¿Cuál es el grado de satisfacción de los visitantes en el servicio de guianza del museo Amantes de Sumpa?	2. Determinar el grado de satisfacción de los visitantes en el servicio de guianza del museo Amantes de Sumpa.			

Anexo 5 Matriz de indicadores

Proyectos:	Indicadores utilizados:	Indicadores a utilizar:
Huang et al. (2010), "Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: a Study of the Package Tours in Shanghai" Shanghai	El aseo personal, las apariencias personales, la empatía, la atención al cliente, la comprensión cultural, las habilidades lingüísticas, la capacidad para enfrentar situaciones inesperadas, la organización, coordinación, el humor, la pasión por el trabajo.	Capacidad para enfrentar situaciones inesperadas, la organización del recorrido, apariencia personal.
Huang et al. (2014), en la investigación sobre "Effects of Interpretive Guiding Outcomes on Tourist Satisfaction and Behaviora Intention" Australia	Empatía, actitud positiva, elaboración, lealtad de comportamiento, relevancia, satisfacción, intención boca a boca, comportamiento intencional.	Actitud
Kamolpattana (2014), llamada "Thai visitors' expectations and experiences of explainer interaction within a science museum context" Tailandia	El conocimiento, la comprensión, el disfrute, inspiración, creatividad, actitudes, valores, la acción en el comportamiento de progresión y habilidades	Conocimiento de la información
Brida et al. (2013), "Determinantes del grado de satisfacción en la visita a un atractivo cultural: caso museo Antioquia" Colombia	La señalización, el trato en las salas y el trato en taquilla.	Trato en las salas, Servicios complementarios
Muñoz, Carrera, Inostroza, & Cupueran (2008), "Nivel de satisfacción de los servicios guiados en el Parque Nacional Galápagos" Ecuador	El conocimiento, las habilidades y las actitudes.	las habilidades,
Mayorga (2011), "El guía profesional de turismo como elemento clave de la calidad del servicio turístico de guianza" Ecuador	El nivel de conocimiento, facilidad de comunicación, carisma, dominio del idioma.	Facilidad de comunicación

Anexo 6: Encuesta a visitantes del museo

Objetivo: Determinar la relación entre la calidad del servicio de guianza y la satisfacción del visitante del museo Amantes de Sumpa, cantón Santa Elena.

Encuesta #: _____

- 1) Sexo Hombre Mujer
- 2) Nacionalidad Ecuatoriano Extranjero
- 3) Lugar/residencia Dentro del país Fuera del país
- 4) Edad 18 a 27 28 a 37 38 a 47 48 a 57 58 a mas
- 5) Estado civil Soltero Casado Unión Libre Divorciado Viudo
- 6) Educación Primaria Secundaria Tercer nivel Cuarto nivel
- 7) Motivo de viaje Vacaciones Visita familiar Educación Turismo Otros _____
- 8) ¿Ha visitado anteriormente el museo Los Amantes de Sumpa?
 Nunca Últimos 15 días Últimos 3 meses Último año
- 9) ¿Cuál era su apreciación sobre el museo antes de visitarlo?
 Muy buena Buena Regular Deficiente
- 10) ¿Qué expectativas tenía usted sobre el servicio de guianza?
 Expectativa elevada Expectativa Moderada Expectativa baja

11) Califique lo siguiente en base al servicio de guianza:

Aspectos del guía	Muy satisfecho	Medio satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho
Conocimiento de la información				
La organización				
El trato en las salas				
Las habilidades				
La facilidad para comunicarse				
La actitud				
Servicios Complementarios				
Capacidad para enfrentar situaciones inesperadas				
Apariencia personal				

12) ¿Qué tan satisfecho estuvo sobre el servicio de guianza recibido por el guía?

- Muy satisfactorio Medio satisfactorio Poco satisfactorio Nada satisfecho

Anexo 7: Entrevista a los directivos del museo

Objetivo: Determinar la relación entre la calidad del servicio de guianza y la satisfacción del visitante del museo Amantes de Sumpa, cantón Santa Elena.

Nombre:

Institución:

1. ¿Considera usted, que el servicio de guianza es indispensable para el museo Los Amantes de Sumpa?
2. ¿Cuándo existe una ocupación por parte de los encargados del servicio de guianza, quienes realizan la actividad de guía?
3. ¿Se ha pensado alguna vez en incrementar el personal para ocuparse del servicio de guianza?
4. ¿Existe alguna herramienta (encuestas) donde usted puede medir el nivel de satisfacción que tiene el visitante?
5. ¿Cómo administrador usted ha percibido algún problema que ha afectado la satisfacción del visitante?

Anexo 8: Aspectos Legales

Constitución de la República del Ecuador

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

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;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;

- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Ley de Guianza Turística

Art. 1.- Objeto.- El presente reglamento tiene como objeto determinar los principios y criterios a los que habrán de someterse las personas reconocidas como guías de turismo, así como, toda regulación para el servicio de guianza turística desarrollado dentro del territorio ecuatoriano continental.

Anexo 9: Encuestas a turista extranjero



Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)
Elaborado por: Diego Morán

Anexo 10: Encuesta a turista nacional/local



Fuente: Encuestas a turistas (Octubre a noviembre, 2018)
Elaborado por: Diego Morán

Anexo 11: Entrevista Lcda. Beatriz Lindado, encargada del museo.



Fuente: Entrevista a la Lcda. Beatriz Lindao representante del museo Los Amantes de Sumpa (Noviembre, 2018)

Elaborado por: Diego Morán