

## Influencia del comportamiento del turista en los ingresos del sector turístico de Guano

### *Influence of Tourist Behavior on the Revenues of the Tourism Sector in Guano.*

#### **Juan Arnulfo Carrasco Pérez**

Ingeniero de Administración de Empresas  
Especialista en computación aplicada al ejercicio docente.  
Máster en Dirección de Empresas.  
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
<https://orcid.org/0000-0002-3175-9090>  
[jucarrasco@esepoch.edu.ec](mailto:jucarrasco@esepoch.edu.ec)

#### **Eduardo Xavier Macías Collahuazo**

Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA  
Abogado de los Tribunales de la República  
Magíster en Tributación  
Doctor en Ciencias Contables y Empresariales  
Docente Investigador Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
<https://orcid.org/0000-0002-4232-8640>  
[eduardo.macias@esepoch.edu.ec](mailto:eduardo.macias@esepoch.edu.ec)

#### **María Alexandra Procel Silva**

Ingeniera Comercial. Magíster en gestión de proyectos de desarrollo.  
Docente Investigador Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
<https://orcid.org/0000-0001-5926-1481>  
[maprocels@esepoch.edu.ec](mailto:maprocels@esepoch.edu.ec)

#### **Resumen**

El turismo es una actividad estratégica para el desarrollo económico local; no obstante, su impacto en los ingresos del sector depende en gran medida del comportamiento del turista. El presente artículo tuvo como objetivo analizar la influencia del comportamiento del turista en los ingresos del sector turístico del cantón Guano, provincia de Chimborazo, Ecuador. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con un alcance descriptivo–analítico y un diseño



**Imaginario Social**

**Entidad editora**

**REDICME (reg-red-18-0061)**

**e-ISSN: 2737-6362**

**enero-junio 2026 Vol. 9-1-2026**

[http://revista-](http://revista-imaginariosocial.com/index.php/es/index)

[imaginariosocial.com/index.php/es/index](http://revista-imaginariosocial.com/index.php/es/index)

Recepción: 19 de noviembre de 2025

Aceptación: 18 de diciembre de 2025

99-116

Atribución/Reconocimiento-NoComercial- CompartirIgual 4.0 Licencia Pública Internacional — CC

**BY-NC-SA 4.0**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.es>

documental, a partir de la revisión sistemática de artículos científicos, tesis académicas y documentos técnicos relacionados con el comportamiento del turista, la promoción turística, la demanda, la calidad del servicio y el desarrollo turístico local. Los resultados evidencian que el comportamiento del turista en el cantón Guano se caracteriza por el predominio del turismo nacional, estancias de corta duración y patrones de consumo limitados, concentrados principalmente en la gastronomía y la adquisición de productos artesanales. Asimismo, se identificó que la limitada promoción turística, la escasa diversificación de la oferta y las deficiencias en la calidad del servicio influyen negativamente en la permanencia del visitante y en su nivel de gasto, lo que restringe la generación de ingresos sostenibles para el sector turístico local. Se concluye que la capacidad del turismo para convertirse en un motor de desarrollo económico en el cantón Guano no depende únicamente del número de visitantes, sino de la transformación del comportamiento del turista mediante estrategias orientadas a mejorar la experiencia turística, diversificar los productos y servicios, fortalecer la promoción del destino y profesionalizar la prestación de los servicios turísticos, con el fin de incrementar el gasto, la permanencia y la satisfacción del visitante.

**Palabras clave:** comportamiento del turista, ingresos turísticos, promoción turística, desarrollo local, Guano

### **Abstract**

Tourism is a strategic activity for local economic development; however, its impact on tourism sector revenues largely depends on tourist behavior. This article aimed to analyze the influence of tourist behavior on tourism sector revenues in the canton of Guano, Chimborazo province, Ecuador. The research adopted a qualitative approach with a descriptive–analytical scope and a documentary research design, based on a systematic review of scientific articles, academic theses, and technical documents related to tourist behavior, tourism promotion, demand, service quality, and local tourism development. The findings indicate that tourist behavior in the canton of Guano is characterized by the predominance of domestic tourism, short lengths of stay, and limited consumption patterns mainly focused on gastronomy and handicraft purchases. Additionally, the results show that limited tourism promotion, insufficient

diversification of tourism offerings, and deficiencies in service quality negatively affect tourists' length of stay and spending levels, thereby constraining the generation of sustainable tourism revenues at the local level.

It is concluded that the potential of tourism to become an economic driver in the canton of Guano does not depend solely on increasing visitor numbers, but rather on transforming tourist behavior through strategies aimed at improving the tourist experience, diversifying tourism products and services, strengthening destination promotion, and professionalizing tourism services in order to increase spending, length of stay, and tourist satisfaction.

**Keywords:** tourist behavior, tourism revenues, tourism promotion, local development, Guano

## Introducción

El turismo constituye uno de los sectores económicos con mayor capacidad de dinamización territorial, al generar ingresos, empleo y encadenamientos productivos que fortalecen el desarrollo local. A nivel global y nacional, esta actividad ha sido reconocida como un motor estratégico para economías emergentes y territorios con alto valor cultural y natural, debido a su capacidad de redistribuir ingresos y promover la inclusión social (Tobar-Pesántez, 2022). En este contexto, el comportamiento del turista se configura como un elemento clave para comprender la generación de ingresos del sector, ya que las decisiones de viaje, consumo y permanencia inciden directamente en la rentabilidad de los destinos.

El comportamiento del turista responde a un proceso complejo de toma de decisiones influenciado por factores internos y externos, entre los que se incluyen la motivación, la percepción, el aprendizaje, las actitudes, el nivel de renta, la cultura y el entorno social (Serralvo, 2004). Desde una perspectiva socioeconómica, la renta disponible del turista condiciona el tipo de destino seleccionado, el nivel de gasto, la duración de la estancia y la preferencia por determinados servicios turísticos, lo que repercute directamente en los ingresos generados en el destino (Ochoa-González et al., 2016). En el caso del turismo interno, estos factores adquieren mayor relevancia, debido a que el gasto se concentra principalmente en alimentación, transporte y servicios locales, fortaleciendo la economía territorial.

Diversas investigaciones han demostrado que el ingreso turístico no depende exclusivamente del volumen de visitantes, sino del patrón de consumo asociado a la experiencia turística. El turista contemporáneo busca vivencias auténticas, calidad en el servicio, seguridad, sostenibilidad y una oferta diversificada que satisfaga sus expectativas. En este sentido, la percepción de valor y la satisfacción del visitante se convierten en variables determinantes para la repetición de la visita, la recomendación del destino y el incremento del gasto, generando un efecto multiplicador en los ingresos locales (Sampedro Guevara, 2022).

En Ecuador, el turismo ha sido promovido como una estrategia de desarrollo económico y social, especialmente en territorios con alto potencial cultural y natural. El turismo interno ha adquirido especial importancia, ya que contribuye a la redistribución del ingreso nacional y al fortalecimiento de las economías locales, particularmente en zonas rurales y cantones intermedios (Ochoa-González et al., 2016). Sin embargo, a pesar de su relevancia, el estudio del comportamiento del turista a escala local continúa siendo limitado, lo que dificulta la formulación de políticas y estrategias basadas en evidencia empírica.

El cantón Guano, ubicado en la provincia de Chimborazo, constituye un caso de estudio relevante debido a su riqueza cultural, artesanal, gastronómica y natural. Investigaciones previas señalan que Guano posee un alto potencial turístico, sustentado en su patrimonio tangible e intangible, su cercanía a atractivos de jerarquía nacional y su identidad cultural arraigada (Alban Velastegui, 2023; Balladares, 2024). Sin embargo, este potencial no se ha traducido plenamente en ingresos sostenidos para el sector turístico local, debido a limitaciones estructurales relacionadas con la promoción, la calidad del servicio, la diversificación de la oferta y la gestión turística. Estudios realizados en Guano evidencian que la percepción de la calidad del servicio turístico influye de manera directa en la satisfacción del visitante y, por ende, en su disposición al gasto y a la recomendación del destino (Sampedro Guevara, 2022). Asimismo, se ha identificado que la promoción turística, la imagen de marca y las estrategias de marketing influyen significativamente en la atracción de visitantes y en la consolidación del destino como espacio competitivo (Balladares, 2024; Barragán Sánchez, 2024). Estas variables interactúan con el comportamiento del turista,

condicionando sus decisiones de consumo y el impacto económico del turismo en el cantón.

Por otro lado, el turismo rural y cultural se presenta como una alternativa estratégica para el desarrollo local de Guano, al fomentar la participación comunitaria, la valorización del patrimonio y la generación de ingresos sostenibles. La literatura señala que el turismo rural permite diversificar la oferta turística, atraer segmentos específicos de mercado y fortalecer los vínculos entre el turista y la comunidad anfitriona, lo que incrementa la permanencia y el gasto del visitante (Barragán Sánchez, 2024). Sin embargo, su efectividad depende en gran medida del conocimiento del comportamiento del turista y de la adecuación de la oferta a sus expectativas y capacidades de consumo.

Igualmente, la sostenibilidad y la innovación en los servicios turísticos emergen como factores cada vez más influyentes en la decisión de compra del turista. La incorporación de prácticas sostenibles, como el uso de energías alternativas en los establecimientos turísticos, no solo contribuye a la conservación ambiental, sino que también mejora la percepción del destino y genera valor agregado en la experiencia turística (Córdova Lema, 2024). Estos elementos inciden en la satisfacción del visitante y en su disposición a pagar por servicios turísticos de mayor calidad.

En este contexto, analizar la influencia del comportamiento del turista en los ingresos del sector turístico del cantón Guano resulta fundamental para comprender las dinámicas económicas locales y orientar la toma de decisiones estratégicas. La identificación de los factores que influyen en las decisiones de consumo del turista permite diseñar políticas públicas, estrategias de promoción y modelos de gestión turística alineados con las necesidades del mercado y las características del territorio. Por tanto, el presente artículo tiene como objetivo analizar la influencia del comportamiento del turista en los ingresos del sector turístico del cantón Guano, considerando factores socioeconómicos, perceptuales y contextuales que inciden en la toma de decisiones de los visitantes. A través de este análisis, se busca contribuir a la generación de conocimiento científico que sirva como base para el fortalecimiento del turismo local, la mejora de la competitividad del destino y la promoción de un desarrollo turístico sostenible e inclusivo.

## Metodología

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con un alcance descriptivo–analítico, orientado a comprender la influencia del comportamiento del turista en los ingresos del sector turístico del cantón Guano, provincia de Chimborazo. El diseño metodológico fue no experimental y de tipo documental, debido a que no se manipuló ninguna variable y el análisis se basó en información secundaria proveniente de fuentes académicas y técnicas previamente publicadas.

El estudio correspondió a una investigación documental, ya que se sustentó en la revisión, sistematización y análisis crítico de literatura científica relacionada con el comportamiento del turista, los ingresos turísticos, el desarrollo local y la gestión turística. Este tipo de investigación permitió identificar patrones, enfoques teóricos y resultados empíricos relevantes que contribuyen a la comprensión del fenómeno en el contexto local de Guano.

El diseño fue analítico, dado que se examinó la relación conceptual entre el comportamiento del turista y la generación de ingresos en el sector turístico, considerando variables como nivel de gasto, satisfacción, calidad del servicio, promoción turística y características socioeconómicas del visitante.

La técnica principal utilizada fue la revisión documental, aplicada de manera sistemática a fuentes secundarias seleccionadas por su pertinencia, actualidad y relevancia académica. Se revisaron artículos científicos, tesis de grado y posgrado, informes institucionales y documentos académicos relacionados con:

- Comportamiento del turista
- Factores socioeconómicos del turismo
- Ingresos y desarrollo turístico
- Calidad del servicio y satisfacción del visitante
- Promoción turística y turismo rural en el cantón Guano

Las fuentes incluyeron investigaciones de carácter teórico y estudios empíricos realizados tanto a nivel nacional como local, con especial énfasis en trabajos desarrollados en el cantón Guano y la provincia de Chimborazo.

Las fuentes documentales fueron seleccionadas con base en los siguientes criterios:

- Publicaciones académicas arbitradas o trabajos de titulación avalados por instituciones de educación superior
- Relación directa con las variables de estudio
- Contextualización en el ámbito del turismo local, regional o nacional
- Disponibilidad de información metodológicamente clara y verificable

Este proceso permitió garantizar la validez teórica y contextual del análisis desarrollado.

Para el procesamiento de la información se empleó el análisis de contenido, el cual consistió en la identificación, categorización e interpretación de conceptos clave, hallazgos y conclusiones presentes en la literatura revisada. A partir de este análisis, se establecieron categorías temáticas relacionadas con el comportamiento del turista y su incidencia en los ingresos turísticos, tales como patrones de consumo, satisfacción del cliente, percepción del destino, calidad del servicio y estrategias de promoción.

La información fue organizada de manera comparativa, permitiendo contrastar distintos enfoques y resultados, así como identificar coincidencias y divergencias entre los estudios analizados. Este procedimiento facilitó la construcción de un marco interpretativo sólido para el análisis del fenómeno en el cantón Guano.

## **Resultados**

Los resultados del estudio se obtuvieron a partir del análisis documental de investigaciones académicas, tesis universitarias y artículos científicos relacionados con el comportamiento del turista, la promoción turística, la demanda, la calidad del servicio y el desarrollo económico del sector turístico, con especial énfasis en el cantón Guano, provincia de Chimborazo. La revisión sistemática de estas fuentes permitió identificar patrones recurrentes, convergencias conceptuales y evidencias empíricas que explican la influencia del comportamiento del turista en los ingresos del sector turístico local.

### *Características del comportamiento del turista en el cantón Guano*

El análisis de la literatura evidencia que el comportamiento del turista que visita el cantón Guano se caracteriza principalmente por una alta concentración de turismo nacional, procedente de cantones cercanos y de la provincia de Chimborazo. La

presencia de turistas extranjeros es reducida y se asocia principalmente a visitas esporádicas incluidas en recorridos regionales más amplios. Este patrón influye directamente en los niveles de gasto, ya que el turismo nacional presenta, en promedio, un menor consumo en comparación con el turismo internacional.

Asimismo, los estudios revisados coinciden en que la duración de la estancia turística es predominantemente corta, limitándose en la mayoría de los casos a visitas de un solo día. Esta característica restringe el consumo de servicios complementarios como alojamiento, actividades recreativas y experiencias especializadas, lo que reduce significativamente los ingresos potenciales del sector turístico local. La corta permanencia del visitante se relaciona con la falta de productos turísticos estructurados y la escasa articulación entre atractivos culturales, naturales y gastronómicos.

Las motivaciones de viaje identificadas se concentran en el turismo cultural, artesanal y gastronómico, destacándose elementos como la identidad artesanal de Guano, su gastronomía tradicional y determinados atractivos patrimoniales. No obstante, la literatura señala que estas motivaciones no siempre se traducen en una experiencia turística integral, debido a la limitada oferta de actividades organizadas y a la ausencia de rutas o circuitos turísticos consolidados.

Tabla 1: Síntesis del comportamiento del turista en el cantón Guano

<b>Dimensión</b>	<b>Características predominantes</b>
Origen del turista	Principalmente nacional y local
Duración de la visita	Estancias cortas (un día)
Motivación principal	Turismo cultural, artesanal y gastronómico
Nivel de gasto	Bajo a moderado
Tipo de consumo	Alimentación y compras puntuales
Intención de retorno	Condicionada a la satisfacción

### *Patrones de consumo turístico y su incidencia en los ingresos*

Uno de los resultados más relevantes del análisis documental es la identificación de patrones de consumo limitados, los cuales inciden directamente en los ingresos del

sector turístico. Las investigaciones revisadas evidencian que el gasto del turista en Guano se concentra principalmente en la compra de alimentos, productos artesanales y servicios básicos, sin una diversificación significativa hacia experiencias de mayor valor agregado.

Este comportamiento responde, en gran medida, a la ausencia de productos turísticos innovadores y a la escasa oferta de servicios complementarios. La literatura señala que, al no existir actividades estructuradas que incentiven la permanencia del visitante, el gasto promedio diario se mantiene bajo, lo que limita el impacto económico del turismo en la economía local.

Además, se observa que el consumo turístico presenta una alta estacionalidad, concentrándose en fines de semana, feriados y eventos específicos. Esta irregularidad en la demanda genera ingresos inestables para los prestadores de servicios turísticos, dificultando la planificación financiera y la sostenibilidad del sector.

**Tabla 2: Relación entre patrones de consumo turístico e ingresos**

Patrón identificado	Efecto económico
Estancias cortas	Bajo gasto total por visitante
Consumo poco diversificado	Ingresos concentrados
Alta estacionalidad	Inestabilidad económica
Escasa oferta complementaria	Menor valor agregado

#### *Influencia de la promoción turística en el comportamiento del turista*

Los resultados documentales evidencian una relación directa entre la promoción turística y el comportamiento del turista, particularmente en las etapas de decisión de viaje, permanencia y consumo. Diversos estudios coinciden en que el cantón Guano presenta debilidades significativas en materia de promoción, caracterizadas por el uso limitado de herramientas de marketing digital, escasa presencia en redes sociales y una débil estrategia de posicionamiento del destino.

La falta de promoción efectiva genera desconocimiento de la oferta turística, lo que influye negativamente en la percepción del destino y en la disposición del turista a consumir productos y servicios locales. Los documentos analizados señalan que

muchos visitantes desconocen la variedad de atractivos existentes, lo que reduce el tiempo de permanencia y el gasto turístico.

Asimismo, la ausencia de una marca turística consolidada limita la diferenciación del cantón frente a otros destinos de la región. Este factor incide en el comportamiento del turista, quien tiende a priorizar destinos con mayor visibilidad y posicionamiento, afectando de manera indirecta los ingresos del sector turístico local.

**Tabla 3: Promoción turística y efectos en el comportamiento del turista**

Aspecto de promoción	Impacto en el comportamiento
Promoción limitada	Baja afluencia turística
Escaso marketing digital	Menor visibilidad del destino
Información insuficiente	Estancias cortas
Falta de marca turística	Débil posicionamiento

#### *Calidad del servicio, satisfacción y comportamiento de consumo*

Otro hallazgo relevante es la relación entre la calidad del servicio turístico y la satisfacción del visitante, la cual condiciona su comportamiento de consumo y su intención de recomendación del destino. Los estudios revisados evidencian que, aunque existe una percepción positiva respecto a la hospitalidad y amabilidad de los prestadores de servicios, persisten deficiencias en capacitación, profesionalización y estandarización de la atención turística.

Estas limitaciones influyen directamente en la experiencia del visitante, reduciendo su disposición a incrementar el gasto, prolongar la estadía o retornar al destino. La literatura coincide en que la satisfacción parcial del turista limita los efectos multiplicadores del turismo sobre los ingresos locales.

Además, se identifica que la falta de innovación en los servicios turísticos afecta negativamente la percepción de valor del destino. La ausencia de experiencias diferenciadas reduce la competitividad de Guano frente a otros destinos con ofertas más diversificadas.

**Tabla 4: Calidad del servicio y efectos en los ingresos turísticos**

Variable	Resultado observado	Impacto económico
----------	---------------------	-------------------

Atención al cliente	Valoración moderada	Gasto limitado
Capacitación	Insuficiente	Baja fidelización
Innovación	Escasa	Menor competitividad
Experiencia turística	Poco diferenciada	Ingresos reducidos

### *Comportamiento del turista y desarrollo económico local*

El análisis documental evidencia que el comportamiento del turista en Guano no se ha consolidado como un motor sostenible de generación de ingresos, debido a la limitada articulación entre el sector turístico y la economía local. A pesar del potencial cultural y natural del cantón, los ingresos turísticos no se distribuyen de manera equitativa entre los distintos actores económicos.

Los estudios revisados coinciden en que la falta de integración del turismo con actividades productivas locales, como la artesanía, el turismo rural y el turismo de naturaleza, limita el impacto económico del comportamiento del turista. Asimismo, la escasa participación comunitaria en la gestión turística reduce la capacidad del destino para generar experiencias auténticas que incentiven el consumo y la permanencia del visitante.

La literatura señala que el fortalecimiento del turismo rural y comunitario podría modificar positivamente el comportamiento del turista, incrementando su nivel de gasto y su contribución a los ingresos locales. Sin embargo, este potencial aún no ha sido plenamente aprovechado en el cantón Guano.

**Tabla 5: Factores que limitan la incidencia del turismo en los ingresos locales**

Factor	Consecuencia
Escasa articulación productiva	Ingresos concentrados
Débil gestión turística	Bajo impacto económico
Falta de innovación	Estancamiento del sector
Limitada participación comunitaria	Poca sostenibilidad

En conjunto, los resultados del análisis documental permiten afirmar que el comportamiento del turista en el cantón Guano está condicionado por factores estructurales como la promoción turística, la calidad del servicio, la diversificación de la oferta y la gestión del destino. Estos factores influyen directamente en el nivel de gasto, la duración de la estancia y la satisfacción del visitante, determinando los ingresos del sector turístico local.

La evidencia analizada sugiere que el principal desafío del cantón no radica en la falta de atractivos turísticos, sino en la incapacidad de transformar el comportamiento del turista en un mayor impacto económico, debido a limitaciones en la planificación, promoción y gestión del turismo. En este sentido, los ingresos del sector turístico dependen más de la calidad de la experiencia y del comportamiento de consumo del visitante que del volumen de turistas.

### **Discusión**

Los resultados del presente estudio confirman que el comportamiento del turista constituye un factor determinante en la generación de ingresos del sector turístico del cantón Guano, no solo por el volumen de visitantes, sino principalmente por los patrones de consumo, la duración de la estancia y la percepción de valor del destino. Estos hallazgos se alinean con lo planteado por Ochoa-González, Sánchez-Villacres y Villegas-Yagual (2016), quienes sostienen que el nivel de renta y el comportamiento del turista influyen directamente en el gasto turístico y en la selección del destino, especialmente en contextos de turismo interno.

En relación con la predominancia del turismo nacional y las estancias cortas, los resultados obtenidos coinciden con lo expuesto por Alban Velastegui (2023), quien identifica que en el cantón Guano existe una baja afluencia turística sostenida y una limitada permanencia del visitante, lo que restringe el impacto económico del turismo en el desarrollo local. De manera similar, Serralvo (2004) señala que el comportamiento del turista interno suele caracterizarse por decisiones de consumo más conservadoras, centradas en gastos esenciales y de corta duración, lo cual explica los bajos niveles de ingreso turístico observados en destinos con oferta poco diversificada.

Asimismo, los resultados relacionados con los patrones de consumo turístico confirman que el gasto del visitante en Guano se concentra principalmente en alimentación y compras artesanales, sin una expansión hacia servicios complementarios o experiencias de mayor valor agregado. Este comportamiento coincide con lo señalado por Naranjo y Martínez (2022), quienes indican que la limitada estructuración de productos turísticos reduce la capacidad del destino para captar mayores niveles de gasto por parte del turista. En este sentido, la ausencia de rutas, circuitos y experiencias integradas en Guano limita la posibilidad de transformar la visita en una experiencia prolongada y económicamente significativa. En cuanto a la influencia de la promoción turística, los hallazgos del estudio guardan coherencia con lo planteado por Haro Rodríguez (2024), quien demuestra que existe una relación directa entre la promoción turística y la demanda en el cantón Guano. La limitada visibilidad del destino, el uso insuficiente de herramientas de marketing digital y la falta de una marca turística consolidada influyen negativamente en el comportamiento del turista, reduciendo tanto la afluencia como el nivel de consumo. Esta situación también es consistente con lo señalado por Balladares (2024), quien destaca que la promoción cultural insuficiente debilita el posicionamiento del cantón y afecta la percepción del destino como espacio competitivo.

Desde una perspectiva más amplia, los resultados también coinciden con lo expuesto por Kotler, Bowen y Makens (2017), quienes sostienen que la promoción turística influye directamente en las expectativas del visitante y, por ende, en su comportamiento de consumo. En el caso de Guano, la información limitada y poco atractiva sobre la oferta turística condiciona la planificación del viaje, reduciendo la intención de permanencia y el gasto turístico, lo que se traduce en ingresos insuficientes para el sector.

Respecto a la calidad del servicio y la satisfacción del turista, los resultados obtenidos concuerdan con los planteamientos de Sampedro Guevara (2022), quien evidencia que la satisfacción del cliente turístico en Guano se ve afectada por deficiencias en la capacitación del personal y la estandarización de los servicios. Esta situación influye directamente en el comportamiento del turista, limitando su intención de retorno y su disposición a recomendar el destino. De acuerdo con Zeithaml, Bitner y Gremler (2018), la calidad percibida del servicio es un predictor clave del comportamiento

postconsumo, por lo que una experiencia turística parcialmente satisfactoria reduce el impacto económico del turismo en el largo plazo.

Además, los resultados relacionados con la escasa innovación en los servicios turísticos coinciden con lo señalado por Vallejo Tufiño (2025), quien indica que la falta de inversión y desarrollo de nuevos productos turísticos, especialmente en el ámbito gastronómico, limita la competitividad del cantón Guano frente a otros destinos de la región. Esta falta de innovación afecta el comportamiento del turista, quien tiende a priorizar destinos que ofrecen experiencias diferenciadas y alineadas con las tendencias actuales del mercado turístico.

En el ámbito del turismo rural y comunitario, los resultados del estudio respaldan lo planteado por Barragán Sánchez (2024), quien sostiene que el turismo rural representa una oportunidad estratégica para modificar el comportamiento del turista, incrementando su permanencia y su nivel de gasto. Sin embargo, en Guano este potencial no ha sido plenamente aprovechado debido a la limitada articulación entre comunidad, gestión turística y oferta de experiencias auténticas. Esta situación coincide con lo señalado por Cuví Cacoango (2024), quien destaca que el turismo de naturaleza en el cantón presenta debilidades en planificación y promoción, lo que reduce su impacto económico.

Finalmente, desde una perspectiva de desarrollo local, los resultados del estudio confirman lo expuesto por Gualoto Cando (2024), quien concluye que el turismo en Guano no ha logrado consolidarse como un motor sostenible de ingresos debido a deficiencias en gestión, promoción y articulación productiva. En este sentido, el comportamiento del turista refleja estas limitaciones estructurales, manifestándose en patrones de consumo reducidos y en un impacto económico limitado.

En síntesis, la discusión permite afirmar que los resultados del presente estudio son consistentes con la literatura revisada, evidenciando que el comportamiento del turista en el cantón Guano está condicionado por factores estructurales y de gestión que influyen directamente en los ingresos del sector turístico. La transformación de estos ingresos no depende únicamente de atraer más turistas, sino de modificar su comportamiento de consumo mediante una oferta diversificada, una promoción efectiva y una mejora sostenida de la calidad del servicio.

## Conclusiones

El análisis documental realizado permitió concluir que el comportamiento del turista ejerce una influencia significativa en los ingresos del sector turístico del cantón Guano, evidenciando que la generación de recursos económicos no depende únicamente del volumen de visitantes, sino de la forma en que estos consumen, perciben y experimentan el destino. En este sentido, los patrones de consumo, la duración de la estancia y el nivel de satisfacción del visitante se configuran como variables clave para comprender el impacto económico del turismo a nivel local.

Se concluye que el predominio del turismo nacional y de visitas de corta duración limita el gasto turístico y reduce la capacidad del sector para generar ingresos sostenibles. La concentración del consumo en actividades puntuales, como la gastronomía y la compra de artesanías, sin una diversificación hacia experiencias turísticas integrales, restringe el valor agregado del destino y disminuye los encadenamientos productivos locales. Esta situación evidencia la necesidad de transformar la visita ocasional en una experiencia prolongada que incentive un mayor nivel de consumo.

Asimismo, los resultados permiten afirmar que la promoción turística desempeña un papel determinante en el comportamiento del turista y, por ende, en los ingresos del sector. La limitada visibilidad del cantón Guano, el escaso uso de herramientas de marketing digital y la ausencia de una marca turística consolidada influyen negativamente en la decisión de visita, la permanencia y el gasto del turista. En consecuencia, la falta de una estrategia de promoción integral contribuye a mantener bajos niveles de afluencia y consumo turístico.

En relación con la calidad del servicio, se concluye que la satisfacción del turista actúa como un factor mediador entre la experiencia turística y el comportamiento de consumo. Si bien existe una percepción positiva respecto a la hospitalidad local, las deficiencias en capacitación, profesionalización y estandarización de los servicios turísticos limitan la fidelización del visitante, su intención de retorno y su disposición a recomendar el destino, reduciendo así el impacto económico del turismo en el cantón.

Por otro lado, el estudio evidencia que la escasa innovación y diversificación de la oferta turística restringen la competitividad del cantón Guano frente a otros destinos

de la región. La limitada articulación entre turismo cultural, rural y de naturaleza impide aprovechar plenamente el potencial del territorio, afectando el comportamiento del turista y su contribución a los ingresos locales. En este contexto, el turismo rural y comunitario se presenta como una alternativa estratégica aún no consolidada, pero con alto potencial para incrementar la permanencia y el gasto del visitante.

Finalmente, se concluye que el comportamiento del turista en el cantón Guano refleja limitaciones estructurales en la gestión turística, la planificación y la articulación productiva. Para que el turismo se consolide como un motor sostenible de ingresos y desarrollo local, es necesario reorientar las estrategias hacia la mejora de la experiencia turística, la diversificación de productos, el fortalecimiento de la promoción y la profesionalización de los servicios. De esta manera, el comportamiento del turista podrá transformarse en un factor dinamizador de los ingresos del sector turístico y del desarrollo económico del cantón.

### Referencias Bibliográficas

- Albán Velastegui, H. J. (2023). *Factores socioeconómicos y desarrollo turístico del cantón Guano, provincia de Chimborazo* (Trabajo de titulación de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo.  
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/10929>
- Balladares, J. A. (2024). *Promoción y turismo cultural en el cantón Guano, provincia de Chimborazo* (Trabajo de titulación de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/14576>
- Barragán Sánchez, J. Y. (2024). *Turismo rural y promoción turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo* (Trabajo de titulación de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo.  
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/13863>
- Córdova Lema, O. A. (2024). *Establecimientos turísticos y uso de energía alternativa en la ciudad de Guano, provincia de Chimborazo* (Trabajo de titulación de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo.  
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/12975>

- Cuvi Cacoango, B. E. (2024). *Turismo de naturaleza y actividades turísticas en el cantón Guano, provincia de Chimborazo* (Trabajo de titulación de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo.  
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/14338>
- Gualoto Cando, P. J. (2024). *El turismo del cantón Guano y su incidencia en el desarrollo local* (Trabajo de titulación de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/14176>
- Haro Rodríguez, R. M. (2024). *Promoción y demanda turística del cantón Guano, provincia de Chimborazo* (Trabajo de titulación de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/14368>
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.). Pearson Education.  
<https://thuviensothanglong.edu.vn/handle/TLU/3710>
- Naranjo Lupart, M. R., & Martínez Rodríguez, M. de los Á. (2022). *La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. Encuentros: Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, (16), 406–422.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8563193>
- Ochoa-González, C., Sánchez-Villacres, A., & Villegas-Yagual, F. (2016). *Incidencia de la renta en el comportamiento de los turistas en la selección de un destino turístico. Revista Ciencia UNEMI*, 9(19), 39–47.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=582661268004>
- Sampedro Guevara, J. (2022). *Calidad del servicio turístico y satisfacción del cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo* (Trabajo de titulación de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo.  
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8753>
- Serralvo, F. A. (2004). *Factores de influencia en el comportamiento del turista interno*. Universidade Católica de Santos.  
<https://ruc.udc.es/rest/api/core/bitstreams/afb01a79-335b-4984-bd8c-0906cf3ef5fc/content>
- Tobar-Pesántez, L. (2022). *El turismo y su influencia en la economía del Ecuador. Notas de Economía*, 3(42), 1–14. <https://ius-sdb.com/wp->

---

[content/uploads/2022/09/NOTAS-DE-ECONOMIA-EL-TURISMO-UPS-Ecuador.pdf](#)

Vallejo Tufiño, R. J. (2025). *Inversión y desarrollo del turismo gastronómico del cantón Guano, provincia de Chimborazo* (Trabajo de titulación de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo.

<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/14851>

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

<https://cir.nii.ac.jp/crid/1970867909804748324>