



# **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

## **La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020**

Trabajo de titulación previo a  
la obtención del título de  
Ingeniero en Turismo

Autores:

Andrea Mercedes Pando López

C.I.:0105346878

David Ricardo Verdugo Chicaiza

C.I.:0106569569

Director:

Mg. Leonardo Torres León

C.I.: 0101768893

**Cuenca, Ecuador**

24-agosto-2020



## **Resumen:**

El presente trabajo de investigación estudia la satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa, del cantón San Fernando, para establecer si se cumplen o no las expectativas con las que llegan a este atractivo turístico. Para cumplir el objetivo anterior, analizamos la satisfacción de los visitantes con los siguientes aspectos: oferta turística, servicio de alimentación y alojamiento; adicionalmente se relacionan las características sociodemográficas del visitante y su satisfacción. La metodología empleada en el estudio es de carácter cualitativo. Con respecto a las técnicas que se emplearon para la investigación se utilizó la técnica documental para la recolección de literatura sobre satisfacción del cliente y estudios similares sobre el tema; se accedió a los datos existentes en el Registro de Visitantes elaborado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón San Fernando; y se procedió a realizar encuestas a los visitantes a la Laguna de Busa en el periodo junio 2019-febrero 2020, principalmente en los fines de semana y feriados ya que son los días donde se registran el mayor número de visitas. Con respecto a la satisfacción de los visitantes el resultado es positivo en general. La presente investigación proporciona información para las entidades pertinentes. Dicha información puede ayudar a mejorar y posicionar al atractivo y lograr que el turismo aporte más al crecimiento económico del cantón San Fernando.

**Palabras claves:** Laguna de Busa. Satisfacción. Visitantes. Alimentación. Alojamiento.



**Abstract:**

This research paper studies the satisfaction of Laguna de Busa visitors, in San Fernando canton, to establish whether their expectations are fulfilled or not when visiting this tourist attraction. To meet the above objective, we analyze the satisfaction of visitors with the following aspects: tourist offer, food and accommodation service; in addition, the sociodemographic characteristics of the visitor and their satisfaction are related. The methodology used in the study is qualitative in nature. With regard to the techniques used for research, the documentary technique for literature collection on customer satisfaction and similar studies on the subject was used; existing data was accessed in the Visitor Registry prepared by the Decentralized Autonomous Government of San Fernando canton; and surveys were carried out on visitors to the Laguna de Busa in the period June 2019-February 2020, mainly on weekends and holidays as it is then when most visits are recorded. When it relates to visitor satisfaction the result is generally positive. This investigation provides information for the pertaining entities. This information can help to improve and position the tourist spot and make tourism contribute more to the economic growth of San Fernando canton.

**Keywords:** Laguna de Busa. Satisfaction. Visitors. Food. Accommodation.

**Proyecto:** "La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020"

**Autores:** Andrea Mercedes Pando López, David Ricardo Verdugo Chicaiza

**Director:** Mg. Leonardo Torres León

**Certificado de Precisión FCH-TR-97**

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.

[guido.abad@ucuenca.edu.ec](mailto:guido.abad@ucuenca.edu.ec)

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 29 de mayo de 2020

Elaborado por: GEAV David Verdugo David Verdugo 29-06-2020 21:41  
cc. Archivo Recibido por: nombre / apellido / firma / fecha / hora



## Índice del trabajo

<b>Dedicatoria</b> .....	10
<b>Agradecimientos</b> .....	12
<b>Introducción</b> .....	13
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	15
<b>LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b> .....	15
<b>1.1 Antecedentes</b> .....	15
1.1.1 Satisfacción del cliente.....	15
1.1.2 Factores que influyen en la satisfacción.....	21
1.1.3 Herramientas de registro de información.....	22
1.1.4 Servicios turísticos .....	22
1.1.5 Estudios sobre satisfacción del cliente.....	24
1.1.6 Muestra .....	24
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	26
<b>LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES CON LA OFERTA TURÍSTICA DE LA LAGUNA DE BUSA</b> .....	26
<b>2.1 Satisfacción de los visitantes con el costo de ingreso a la Laguna de Busa</b> .....	26
<b>2.2 Satisfacción de los visitantes con la limpieza de la Laguna de Busa</b> .....	28
<b>2.3 Satisfacción de los visitantes con la seguridad de la Laguna de Busa</b> .....	29
<b>2.4 Satisfacción de los visitantes con la accesibilidad de la Laguna de Busa</b> .....	30
<b>2.5 Satisfacción de los visitantes con la belleza paisajística de la Laguna de Busa</b> .....	32
<b>2.6 Satisfacción de los visitantes con el servicio de botes de la Laguna de Busa</b> .....	33
<b>2.7 Satisfacción de los visitantes con la actividad de pesca en la Laguna de Busa</b> .....	34
<b>2.8 Satisfacción de los visitantes con la caminata en la Laguna de Busa</b> .....	36
<b>2.9 Satisfacción de los visitantes con el servicio de cabalgata de la Laguna de Busa</b> .....	37
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	38
<b>LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES CON EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN DE LA LAGUNA DE BUSA</b> .....	38
<b>3.1 Servicios de alimentación en la Laguna de Busa</b> .....	38
<b>3.2 Satisfacción de los visitantes en los restaurantes de la Laguna de Busa</b> .....	39



3.2 Satisfacción de los visitantes con los locales de comida rápida de la Laguna de Busa .....	46
<b>CAPÍTULO 4.....</b>	<b>53</b>
<b>LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES CON EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO DE LA LAGUNA DE BUSA.....</b>	<b>53</b>
4.1 Servicios de alojamiento en la Laguna de Busa.....	53
4.2 Satisfacción de los visitantes con el servicio de cabañas en la Laguna de Busa ...	54
4.3 Satisfacción de los visitantes con el área de acampar de la Laguna de Busa .....	60
<b>CAPÍTULO 5.....</b>	<b>67</b>
<b>ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES A LA LAGUNA DE BUSA .....</b>	<b>67</b>
5.1 Características sociodemográficas de los visitantes a la Laguna de Busa.....	67
5.1.1 Inferencia de resultados .....	75
5.2 La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa con el precio, limpieza, seguridad, trato, calidad y actividades recreativas.....	82
5.3 Gasto turístico .....	89
<b>Conclusiones.....</b>	<b>92</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>96</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>98</b>
<b>Anexo 1 .....</b>	<b>98</b>
<b>Diseño de tesis aprobado.....</b>	<b>98</b>
<b>Anexo 2 .....</b>	<b>113</b>
<b>Encuesta en español para determinar la satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa .....</b>	<b>113</b>
<b>Anexo 3 .....</b>	<b>119</b>
<b>Encuesta en inglés para determinar la satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa .....</b>	<b>119</b>



## Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

Andrea Mercedes Pando López, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, junio de 2020

---

Andrea Mercedes Pando López

C.I: 0105346878



## Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Andrea Mercedes Pando López, autor del trabajo de titulación “La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, junio de 2020

---

Andrea Mercedes Pando López

C.I: 0105346878



## Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

David Ricardo Verdugo Chicaiza, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, junio de 2020

David Ricardo Verdugo Chicaiza

C.I: 0106569569



## Cláusula de Propiedad Intelectual

---

David Ricardo Verdugo Chicaiza, autor del trabajo de titulación “La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, junio de 2020

David Ricardo Verdugo Chicaiza

C.I: 0106569569



## Dedicatoria

Le dedico de manera especial a mi madre Mercedes López, por ser el pilar fundamental en mi vida, por el apoyo incondicional y motivación para seguir adelante y sobre todo por creer en mí. Todos mis logros se los debo a ella y siempre será mi mejor ejemplo a seguir.

A toda mi familia, en especial a mis abuelitos que a pesar de ya no estar a mi lado, siempre los llevaré en mi corazón.

A mi compañero de tesis David V con quien he compartido situaciones complicadas, logros y alegrías en todo este tiempo de amistad.

A todos mis amigos, sin excluir a ninguno, en especial a: Naty M, Vero V, Kary A, Vivi R, Tefa G y Alex C por estar presentes aportando cosas buenas a mi vida incluso en momentos difíciles.

**Andrea Pando López**



## Dedicatoria

A mis padres Cornelio y Rosario por haberme forjado como la persona que soy, y por su apoyo incondicional a base de esfuerzo y amor; todos mis logros se los debo a ustedes, a mis hermanos Catherine, Fernando, Mateo y Josué, quienes son el motor y la inspiración para seguirme superando día a día, y que hacen de mi vida más feliz.

A mi compañera y amiga de tesis Andre, por unir esfuerzos conmigo para la realización de este trabajo de investigación y por haber compartido los mejores momentos dentro y fuera de las aulas de clase.

A esas personas inigualables que conocí durante la vida universitaria, mis amigas: Nata, Maribel, Alex, Vivi, Tefa, Kari y Vero, por estar para mí en las buenas y en las malas; me llevo los más hermosos recuerdos y siempre estarán en mi corazón; las palabras se quedan cortas para expresar el cariño hacia ustedes.

Finalmente al CEI "A.B.C.", mi lugar de trabajo, donde tengo muy buenas amigas en especial a Zaidita y Sonita, por acoplarse a mi tiempo y por esas palabras de aliento siempre.

**David Ricardo Verdugo Chicaiza**



## **Agradecimientos**

Agradecemos a Dios por guiar cada uno de nuestros pasos y permitirnos concluir con nuestra carrera universitaria.

A la Universidad de Cuenca por abrirnos sus puertas y permitirnos estudiar esta carrera.

A la “Facultad Ciencias de la Hospitalidad”, en especial a nuestros docentes quienes brindaron sus conocimientos y apoyo para formarnos como profesionales íntegros.

De manera especial expresamos nuestra gratitud a nuestro Tutor Magister Leonardo Torres León, por su valiosa ayuda y conocimientos, así como la paciencia para guiarnos durante el desarrollo de este trabajo de titulación.

Además, al Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón San Fernando por permitirnos la ejecución de este trabajo y compartirnos información útil para el desarrollo del mismo.

Finalmente, un agradecimiento a todas las personas y espacios donde realizamos nuestras prácticas pre profesionales, quienes depositaron su confianza y contribuyeron en nuestra formación profesional.

**Andrea Mercedes Pando López**

**David Ricardo Verdugo Chicaiza**



## Introducción

El presente trabajo de investigación trata sobre la satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020. La Laguna de Busa es uno de los atractivos más visitados en la provincia del Azuay por su encanto natural, esta puede ser visitada en un solo día o pernoctar en el sitio acampando u hospedándose en las cabañas que hay en el lugar o en la Hostería Intihuatana, además el visitante dispone de algunas opciones donde consumir alimentos ya sea en los restaurantes o locales de comida rápida que hay en el sitio.

En el primer capítulo revisamos fuentes bibliográficas para tener claro el significado, la importancia y las ventajas de la satisfacción del cliente en la actividad turística. Para lograr lo anterior se comparan los criterios que tienen sobre el tema varios autores y se analiza de manera breve estudios sobre la satisfacción en la provincia del Azuay.

En el segundo capítulo se expone la satisfacción de los visitantes con la oferta turística de la Laguna de Busa en los siguientes aspectos: costo de ingreso al atractivo turístico, limpieza, seguridad, accesibilidad y paisaje natural, además de la satisfacción con respecto a las actividades de botes, pesca, caminata y cabalgata.

En el tercer capítulo se analiza la satisfacción de los visitantes con respecto al servicio de alimentación tanto en los restaurantes como en los locales de comida rápida. Para lograr lo anterior se analiza el trato, la rapidez, la calidad del servicio, la variedad de la carta y el precio, factores importantes a considerar para tener un excelente servicio.

Además de ello, en el cuarto capítulo se determina la satisfacción de los



visitantes con respecto al servicio de alojamiento en las cabañas y en el área para acampar. Esto se realiza mediante la calificación que se da en aspectos como el trato, rapidez, calidad del servicio, comodidad, limpieza, seguridad y precio.

En el quinto y último capítulo se analiza las características sociodemográficas como: sexo, edad, estado civil, procedencia de los visitantes, ocupación, motivo de la visita, con quien viaja, el medio que influencio su visita y el gasto durante la visita. Además se expone la inferencia de resultados y finalmente se analiza la satisfacción y la insatisfacción de los visitantes con los servicios y actividades que tienen variables comunes para conocer el mejor servicio o actividad calificado, al igual que el de mayor insatisfacción.

Mediante la técnica documental se procedió a identificar autores que estudian la problemática de la satisfacción del cliente. Además, para poder valorar la satisfacción de un visitante es necesario conocer el concepto de calidad al momento de brindar un producto o servicio. La calidad se define como la dimensión en que una cosa o experiencia satisface una necesidad, soluciona un problema o agrega valor para alguien (Tigani, 2006, p. 32). En el caso de estudio se busca la calificación más alta posible, es decir la excelencia tanto en los productos como servicios, teniendo en cuenta que la excelencia es superar las expectativas que el cliente tiene del sitio.

Para la recolección de datos sobre la visita a la Laguna de Busa se acudió a los archivos del GAD de San Fernando existentes. De otra parte se diseñó una encuesta para aplicarla a los visitantes, con preguntas de opción múltiple, preguntas abiertas y cerradas. En cuanto a la herramienta de medición se utilizó la escala de Likert con cuatro niveles: dos positivos y dos negativos, con el fin de obtener mayor confiabilidad, no se utilizó cinco niveles ya que por lo general las personas se inclinan por una respuesta neutral.



## **CAPÍTULO 1**

### **LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

En este capítulo se revisa literatura existente sobre la satisfacción del cliente con el fin de conocer el significado, la importancia y los elementos de la misma. Además estudios realizados en la provincia del Azuay relacionados con el tema y se obtendrá el tamaño de la muestra para la aplicación de las encuestas a los visitantes a la Laguna de Busa.

#### **1.1 Antecedentes**

Es importante analizar el significado de satisfacción al cliente, los factores que influyen en la satisfacción, las herramientas para registrar la información, los servicios turísticos que posee el atractivo, además de la revisión de estudios previos acerca de la satisfacción y el tamaño de la muestra con el fin de tener bases y argumentos antes de desarrollar el trabajo de investigación en la Laguna de Busa.

##### **1.1.1 Satisfacción del cliente**

La satisfacción del cliente es uno de los parámetros más importantes a considerar dentro del área turística, ya que es un elemento que se encuentra directamente relacionado con la lealtad a la marca. Un cliente atendido de manera adecuada repite sus compras, recomienda el producto, genera buenos comentarios en redes sociales y, por ende, crea nuevos ingresos. Por lo tanto, desde un punto de vista administrativo, la satisfacción del cliente, se vuelve una



ventaja competitiva diferenciadora de los destinos como empresas turísticas competidoras (Pasquotto, Monfort y De Oliveira, 2012, p. 1245). Las consideraciones sobre satisfacción del cliente que se presentan en este estudio nos orientarán en la comprensión de como se está aplicando el servicio en la Laguna de Busa, ya que la opinión del cliente es primordial dentro de cualquier organización para la venta de un producto o servicio.

La satisfacción del cliente se define como la experiencia vivida por una persona que interactuó con un producto o servicio, o la unión de las dos, tal es su importancia que, las empresas, al emplear parámetros de calificación en este tema, analizan el éxito de su actividad comercial, y posteriormente, toman decisiones para la corrección o mejora de estrategias, a fin de entregar productos de calidad (Oliver, 1997, p. 32). La Laguna de Busa posee lo indispensable para la satisfacción de los visitantes, ya que ofrece tanto producto como servicios, por lo que es fácil evaluar los factores indispensables para la venta tales como: la accesibilidad, la limpieza, el trato, la calidad, los precios, entre otros.

Por su parte los consumidores son cada vez más exigentes y demandan mayores y mejores servicios turísticos. Con el fin de obtener una experiencia satisfactoria, exigen más desde la contratación de los servicios hasta la finalización de los mismos (Pasquotto, Monfort y De Oliveira, 2012, p. 1245). Por lo que es necesario un levantamiento de información, con el fin de generar estrategias de posicionamiento y marketing, enfocadas en el consumidor, además de reconocer si algún punto en la actividad turística está fallando.

Las encuestas realizadas en la Laguna de Busa brindan información que sirve para tomar decisiones a corto, mediano y largo plazo, a partir de las necesidades de los clientes, además por medio de estas no solo se identifican errores que hay que corregir sino también las fortalezas, las cuales no solo



servirán para el GAD de San Fernando sino que también para las agencias que venden productos o paquetes en la Laguna de Busa. Este trabajo brinda información útil para planificar, controlar y mejorar la calidad del servicio en la Laguna de Busa, partiendo de los criterios evaluados mediante las encuestas realizadas. Con ello se contribuye a superar una falencia debido a que el Gobierno Autónomo Descentralizado de San Fernando no cuenta con estudios realizados para medir la satisfacción al cliente.

En cuanto a la satisfacción del cliente con un producto o servicio utilizado es una opinión subjetiva fundada en la evaluación que se da luego de una experiencia; uno de los principales indicadores es su predisposición a recomendar o regresar al sitio. Dicho de otra manera, la satisfacción viene a ser un antecedente evidente de la lealtad hacia el destino (Marinao, 2018, pp. 35-36). La satisfacción de las necesidades del cliente es muy importante, ya que indistintamente del servicio o producto turístico, existe en el mercado un gran abanico de opciones en donde el usuario puede elegir, y en la actualidad; ya no es solo el valor monetario uno de los condicionantes, sino más bien, la experiencia y beneficios que se obtenga, tal es el caso de la Laguna de Busa que ofrece a los visitantes variedad de restaurantes, hospedaje de diferentes tipos como cabañas y áreas para acampar, y varias actividades de recreación y esparcimiento.

La satisfacción del cliente debe ser evaluada con ciertos criterios, los mismos que se deben aplicar después de culminado el servicio, indistintamente si se trata de prestaciones de carácter individual como restauración, desplazamiento, hospedaje, entre otros; o como destinos propiamente dichos. En el peor de los casos, cuando existe insatisfacción, se reduce la posibilidad de que el usuario desee utilizar los mismos servicios nuevamente; y asimismo, aumenta el riesgo de que se critique la mala experiencia con familiares y amigos (Fuentes, Hernández y Morini, 2016, p. 204). La Laguna de Busa dispone de todos los



elementos para la actividad turística, lo que hace fácil la evaluación para reconocer los pros y contras del atractivo. También la evaluación permite identificar si existe lealtad de los visitantes y si está dispuesto a comprar nuevamente el servicio o producto.

Con relación a la calidad turística es el resultado de todo un proceso que abarca la satisfacción de las necesidades de los usuarios que adquieren tanto productos como servicios turísticos, identificando las expectativas y requerimientos que el usuario estima, por lo que es necesario poner énfasis en la eficacia del servicio en turismo (Organización Mundial del Turismo, 2015, pp. 16-17). Por lo tanto la evaluación de la satisfacción se realizó en aspectos puntuales como la calidad en el servicio de alimentación, servicio de alojamiento y actividades de ocio que ofrece la Laguna de Busa, para así conocer si se cumplieron o no las expectativas de los visitantes.

La satisfacción del cliente y la calidad del servicio están relacionadas directamente, ya que los usuarios se predisponen a tener altas expectativas con referencia a la experiencia potencial del servicio, por lo que emplear técnicas engañosas de operación y marketing, sería un error estratégico por parte de la empresa turística, y difícilmente podrá fidelizar al cliente (Pokryshkina, 2015, p. 48). En el caso de este estudio, las expectativas de los visitantes nacen principalmente a partir de las recomendaciones de personas que ya visitaron la Laguna de Busa, además de realizar marketing mediante las redes sociales; donde lo que se muestra en las fotos es lo que se encontrará en la Laguna de Busa, a pesar de no existir la suficiente información ni la actualización constante de estos sitios en Internet con lo que respecta a turismo.

Hoy en día, la información se transmite con gran velocidad y facilidad mediante el acceso a las redes sociales, incluso se viraliza. Es decir, prácticamente



cualquier persona con un dispositivo con acceso a Internet, posee la facilidad de obtener un sinnúmero de opiniones, críticas y calificaciones que han dejado usuarios en las redes sociales, previo a adquirir un producto, servicio o destino (Fuentes, Hernández, y Morini, 2016, p. 204). Por tanto, la Laguna de Busa puede ser fácilmente dada a conocer sin requerir de grandes inversiones. Aún más, las propias personas que tienen negocios en el lugar pueden ser las encargadas de realizar la promoción de la Laguna de Busa por el interés de que su local sea visitado.

De las consideraciones anteriores, se deduce que el personal encargado de analizar la satisfacción del cliente, hoy por hoy, debe estar al tanto no solo de reclamos o quejas por parte de los usuarios, sino además, pendiente de posibles críticas en la páginas sociales, y dar respuestas inmediatas para solucionar cualquier inconveniente, ya que comentarios y calificaciones negativas, suelen llegar a más personas que las recomendaciones positivas dentro de los recursos tecnológicos más empleados en la actualidad. No solo a partir de una mala experiencia se deberían realizar acciones correctivas; si no que, desde las etapas de la prestación del servicio, se debe vigilar que la atención al cliente sea eficiente.

La satisfacción se define además como un proceso dinámico, activo y dependiente del entorno. En ese sentido, alcanzar la satisfacción del cliente es una cuestión de gran importancia para el destino turístico y las empresas que allí operan, dado que de ello dependerá que el cliente repita su visita, y que realice una comunicación positiva del destino a otros clientes (Moreno Gil, Celis Sosa y Aguiar Quintana, 2002, p. 71). A la fecha, la Laguna de Busa por si sola posee gran atractivo paisajístico, pero además cuenta con servicios como restauración, alojamiento y actividades de ocio los cuales juegan un papel fundamental en la satisfacción de los visitantes, ya que a partir de esta combinación dependerá si un cliente regresa o recomienda el sitio. Es decir no



basta con que un sitio sea muy bonito, sino que necesita de un entorno y servicios de buena calidad para complementarlo.

Los procesos para controlar la satisfacción de los clientes, no deben ser aplicados de manera opcional; en otras palabras, se debería implementar de manera inmediata, de modo que sea parte activa dentro del proceso de ventas de cualquier producto o servicio turístico. Lo dicho hasta el momento tiene la finalidad de que la satisfacción del cliente destaque como un elemento diferenciador con el resto de la competencia. Lo anterior, sobre todo es pertinente ya que en el sector turístico la competencia aumenta día a día y alcanzar un elevado índice de satisfacción entre los clientes es un objetivo prioritario. Así, obtener clientes satisfechos es uno de los principales motores del crecimiento de número de visitantes que experimenta un destino turístico, más aún si consideramos el papel crucial que desempeña la comunicación y la principal herramienta de marketing como es el de boca-oído (Moreno Gil, Celis Sosa y Aguiar Quintana, 2002, p. 80).

Todo lo anterior tienen consecuencias para la lealtad por parte del turista, la cual puede ser del tipo comportamental, en el caso de existir una repetición en la compra, o una lealtad actitudinal, es decir, que el turista se muestra positivo y contento con el destino turístico y muestra cierto interés en volver a adquirir el producto en el futuro, así como recomendarlo a sus allegados (Devesa, Laguna y Palacios, 2009, p. 170). El presente trabajo permite conocer si existe lealtad de los visitantes mediante la disposición que tienen para volver al sitio. No siempre existe lealtad a pesar que un cliente quede totalmente satisfecho puede decidirse por la oferta de la competencia, ya que factores mínimos pueden influir al momento de la fidelización del cliente.



### 1.1.2 Factores que influyen en la satisfacción

El servicio turístico demanda de factores indispensables como la amabilidad, cordialidad y en general un buen trato durante la experiencia, los cuales condicionan de manera directa la satisfacción positiva o negativa del cliente. Otro elemento a considerar viene relacionado con la facilidad de acceso a los servicios que se ofertan.

Existen tres componentes generales en la satisfacción: el primero tiene que ver con una respuesta que puede ser emocional, cognitiva o comportamental, la segunda respuesta se enfoca en aspectos determinados como las expectativas, el producto, la experiencia del consumo, entre otros y por último una respuesta que se da en un momento particular que puede ser después del consumo, después de la elección, basada en la experiencia acumulada, etc. (Mora Contreras, 2011, p. 148). Para conocer el grado de satisfacción de los visitantes se realizaron encuestas en la Laguna de Busa, para determinar de manera efectiva la satisfacción.

Sin embargo, también existen otros elementos condicionantes en la satisfacción del cliente, a los cuales se denomina satisfactores generales, que se los asocia directamente a la dimensión y experiencia de la persona y su interacción con el destino: hospitalidad, trato y calidad del personal que los atiende, y además, las características individuales del paquete turístico como (alojamiento, entorno, bares y restaurantes, patrimonio, precios, entre otros) (Devesa, Laguna y Palacios, 2009, p. 170). Lo expuesto hace referencia a la importancia de como dirigirse al cliente y el trato que debe de recibir desde que entra en contacto con el destino turístico, hasta el servicio postventa que se realiza a fin de verificar la calidad de servicio entregado.



### **1.1.3 Herramientas de registro de información**

Las bitácoras, registro, estadísticas, etc. son importantes para llevar un control y para identificar fortalezas y debilidades, y así tomar decisiones para la mejora continua, para obtener la mejor calificación posible en lo que respecta a la satisfacción del cliente, ya que existen varios elementos que son causa de satisfacción con el producto turístico, por ejemplo: los de carácter motivacional como la conservación del patrimonio; la tranquilidad que genera el destino; la accesibilidad y carreteras disponibles en el área; medios de transporte público, puntos de información; espacios de recreación; actividades culturales y estado de infraestructura (Devesa, Laguna y Palacios, 2009, p. 170). A la fecha el GAD de San Fernando cuenta únicamente con un registro de ingreso a la Laguna de Busa, cuyo objetivo es conocer el número de visitantes y los ingresos que se generan en el sitio, no así su satisfacción. El presente trabajo proporciona en los capítulos información sobre lo último.

### **1.1.4 Servicios turísticos**

A continuación veremos los servicios turísticos que encontramos en la Laguna de Busa. En cuanto a los servicios de acomodación hay tres cabañas y un área para acampar. El 10 de agosto de 2019 se inauguró la Hostería Intihuatana que esta junto a la laguna y la cual ofrece hospedaje en cabañas matrimoniales, familiares y grupales, además, el servicio de restaurante que ofrece comida nacional e internacional y un área de recreación y esparcimiento que incluye piscina, sauna, turco, hidromasaje y servicio de Spa. Los precios de la acomodación van desde los US\$ 5,00 en la Laguna de Busa y hasta los US\$ 200,00 en la Hostería Intihuatana, dependiendo del número de personas que se alojen.



La Laguna de Busa cuenta con varios establecimientos destinados para la alimentación, en los restaurantes se encuentran variedad de platos a la carta que van desde los US\$ 2,00 en adelante, también existen puestos de comida rápida con precios desde US\$ 0,50. En el sitio también existen espacios destinados para que los visitantes preparen sus propios alimentos, equipados con parrillas. La Hostería Intihuatana pone a disposición su restaurante donde se encuentra una variedad de platos nacionales e internacionales con precios más elevados con respecto a los anteriores. En los restaurantes de la Laguna de Busa se puede contratar el servicio de hospedaje para las cabañas o áreas para acampar.

Las actividades de recreación que hay en el sitio van desde la pesca deportiva, paseo en bote, juegos recreativos para niños, cabalgata y caminata. Adicionalmente, en el lugar se pueden contratar vuelos en parapente los mismos que se inician en el cerro San Pablo, a una hora y media de distancia a pie y que dejan al pasajero en las inmediaciones de la Laguna de Busa. En la Hostería Intihuatana por el costo de US\$ 7,00 se puede hacer uso de su piscina, *jaccuzi*, turco e hidromasaje.

En Laguna de Busa hay cobertura a todas las operadoras móviles. Don Mario's Restaurant es el único establecimiento que ofrece Internet para sus clientes. En cuanto a las baterías sanitarias se encuentran tres: dos alrededor de la laguna de libre acceso en estado regular y una en la entrada, a cargo de una persona que cobra y da limpieza continua. En cada restaurante hay baterías sanitarias sin costo para sus clientes, a excepción de Don Mario's Restaurant donde el uso de las mismas tiene un precio adicional. Todos los establecimientos cuentan con energía eléctrica y agua potable.



### **1.1.5 Estudios sobre satisfacción del cliente**

La excelencia en el servicio al cliente es un factor fundamental para el crecimiento del sector turístico y por ende para la satisfacción de los visitantes. Por ello se ha visto necesario hacer un estudio en la Laguna de Busa sobre este tema ya que se carecía de información, para incrementar estándares de calidad dentro de los procesos y actividades que se realizan. En el caso de la Laguna de Busa se comprobó que el 98% de los visitantes volverían a visitar el atractivo turístico ya que la atención y servicios que se brindan en el lugar, en promedio su calificación van de buena a muy buena, lo cual se verá a detalle en los capítulos siguientes.

Así mismo, una investigación realizada en la provincia del Azuay determinó que el turista que visitaba la capital provincial en un 92% afirmaron que si tienen el propósito de volver a la ciudad (Prada Trigo, Armijos Chillogallo, Crespo Córdova y Torres León, 2017, pp. 870-877). En comparación a lo anterior en la Laguna de Busa, como quedó anotado, el resultado fue aún mejor. La mayoría de los visitantes calificaron el trato en el servicio de alimentación como bueno y de alojamiento como muy bueno, a pesar de que este último no dispone de un lugar para la atención al cliente, puesto que los dueños de los restaurantes son los que realizan las reservas de cabañas y alquiler de plataformas para acampar. Tampoco existe un lugar específico para la atención al cliente en general.

### **1.1.6 Muestra**

El GAD de San Fernando cuenta con un registro de ingreso de los visitantes a la Laguna de Busa desde el año 2016 hasta el año 2019. El tamaño de la población en cuatro años es de 14.288 personas, considerando únicamente los visitantes de fin de semana y feriados ya que son los días más frecuentados,



se realizó un promedio anual obteniendo que en un año llegan 3.572 personas por lo que se hizo un muestreo aleatorio simple para determinar el tamaño de la muestra. De este modo se obtuvo el número de personas a encuestar, para lo cual se aplicó la siguiente formula:

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

n= Tamaño de la muestra	n= (?)
N= Tamaño de la población	N= (3.572)
Z= Nivel de confianza	Z= 95% (1,96)
d= Margen de error	d= 5% (0,05)
p= Variabilidad positiva	p= 0,5
q= Variabilidad negativa	q= 0,5

$$n = \frac{3.572 \times (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 \times (3.572 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3.429,12}{9,89}$$

$$n = 346,72$$

Dando como resultado que el tamaño de la muestra es de 346,72. En este trabajo se aplicaron 380 encuestas de las cuales se utilizaron 347 encuestas.



## **CAPÍTULO 2**

### **LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES CON LA OFERTA TURÍSTICA DE LA LAGUNA DE BUSA**

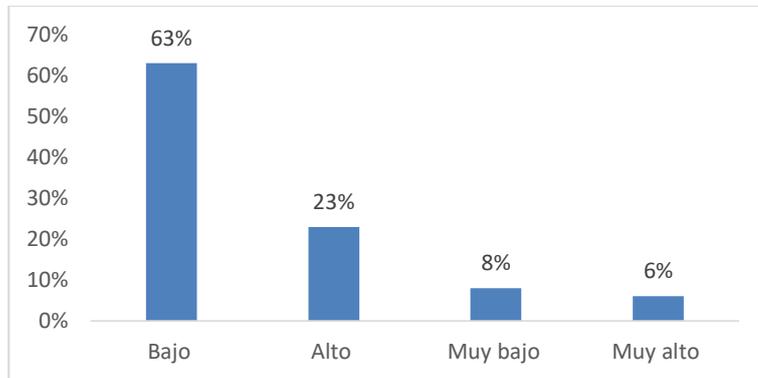
En este capítulo se revisa la satisfacción de los visitantes con respecto a los principales elementos de la oferta turística que se puede encontrar en la Laguna de Busa, y así conocer si los visitantes quedaron satisfechos o insatisfechos con estos elementos. Para evaluar la satisfacción con la oferta turística se ha tomado en cuenta: el costo de ingreso, la limpieza, la seguridad, la accesibilidad y el paisaje natural.

#### **2.1 Satisfacción de los visitantes con el costo de ingreso a la Laguna de Busa**

Es importante conocer si el visitante está o no satisfecho con el costo de ingreso a la Laguna de Busa ya que este es el primer rubro que se cancela antes de entrar al sitio, pudiendo influir en un próximo retorno de los visitantes.

El primer gráfico muestra la valoración de los visitantes con respecto al costo de ingreso a la Laguna de Busa.

**Gráfico 1**  
**Valoración de los visitantes con respecto al costo de ingreso**  
**a la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



**Fuente:** Encuesta del proyecto de investigación  
**Elaboración:** Los autores

Más de tres quintos de los visitantes dicen que el costo de ingreso a la Laguna de Busa es bajo. El costo de ingreso es de US\$ 1,00 tanto para adultos como extranjeros y US\$ 0,50 para niños y tercera edad. Casi un cuarto opina que el costo de ingreso es alto, consideran que el ingreso debería ser gratuito o que se debería cancelar un valor menor, ya que para utilizar las instalaciones como los servicios higiénicos hay que pagar; al igual que para realizar las actividades de recreación.

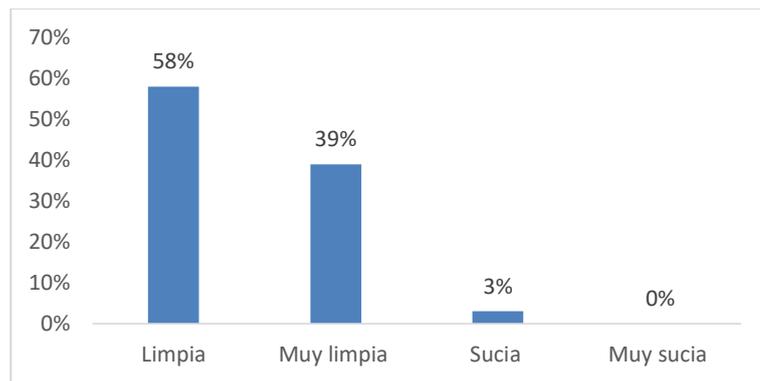
Casi un décimo de los visitantes opina que el costo es muy bajo, ya que en relación a otros lugares es barato. Más de un veinteavo de visitantes opina que el costo es muy alto. Por lo anotado, se puede concluir que hay conformidad con el valor correspondiente al costo de ingreso, de acuerdo a la mayoría de los visitantes.

## 2.2 Satisfacción de los visitantes con la limpieza de la Laguna de Busa

La limpieza forma parte de la primera impresión que tiene el visitante al momento de ingresar a la Laguna de Busa ya que formará criterios y ciertas expectativas desde el primer momento.

A continuación se muestra gráficamente la valoración de los visitantes con respecto a la limpieza de la Laguna de Busa.

**Gráfico 2**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la limpieza de la Laguna de Busa (2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Casi tres quintos califican a la Laguna de Busa como limpia. El nivel de exigencia de estos visitantes es muy alto. La Laguna de Busa está equipada con basureros para los desperdicios en el área de estacionamiento, los corredores, la zona de picnic y en los restaurantes.

Casi dos quintos opinan que la Laguna de Busa es muy limpia, por tanto su nivel de exigencia es menor. Menos de un veinteavo de los visitantes son muy severos y consideran que la laguna es sucia. La Laguna de Busa no cuenta con diferentes tipos de basureros para la separación de desechos, además no existe personal destinado para la limpieza constante del sitio, cada restaurante

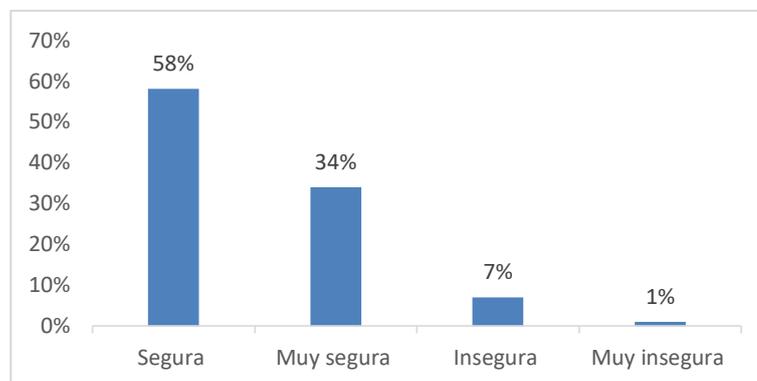
se encarga de la limpieza de su establecimiento, al igual que los dueños de las carpas de comida rápida. Por tanto, hay una conformidad casi completa en cuanto a la limpieza.

### 2.3 Satisfacción de los visitantes con la seguridad de la Laguna de Busa

Es de vital importancia cuidar la integridad de los visitantes con responsabilidad, ya que un lugar puede ser muy atractivo pero si el visitante percibe un ambiente inseguro no regresará al sitio.

En el siguiente gráfico se expone la valoración de los visitantes con respecto a la seguridad de la Laguna de Busa.

**Gráfico 3**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la seguridad de la Laguna de Busa (2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Casi tres quintos de los visitantes manifiestan como segura a la Laguna de Busa. Los dueños de cada establecimiento son parte de la seguridad de su sitio y de su alrededor. No existe un guardia o guardabosques que vigile el lugar.



Más de un tercio calificó como muy segura a la Laguna de Busa ya que es un lugar que a simple vista está libre de riesgos reales o potenciales como delincuencia o violencia.

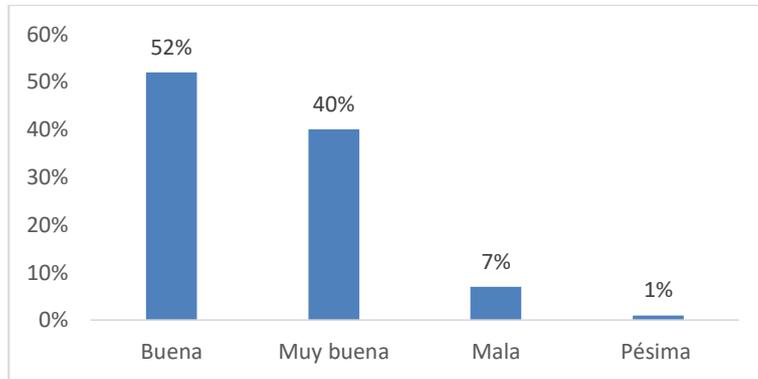
Más de un veinteavo opinó que el sitio es inseguro. En caso de que se presente algún incidente que vaya contra la integridad física o moral de los turistas el lugar más cercano para atención médica o de ayuda está en el centro del cantón de San Fernando. Sin embargo, quienes desconfían de la seguridad es una minoría.

#### **2.4 Satisfacción de los visitantes con la accesibilidad de la Laguna de Busa**

Ya sea en vehículo o caminando al visitante se le hará más fácil trasladarse si las vías de acceso están en buen estado y con una señalización clara, ya que de este modo se disminuye el tiempo de recorrido hasta el atractivo turístico y se evita contratiempos como perdidas en la carretera.

A continuación se muestra de manera gráfica la valoración de los visitantes con respecto a la accesibilidad en la Laguna de Busa.

**Gráfico 4**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la accesibilidad a la Laguna de Busa (2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de la mitad expresa que la accesibilidad a la Laguna de Busa es buena. Las vías de acceso al sitio son de primer y segundo orden, hay partes de tierra que se encuentran en mal estado ocasionando así que no se obtengan mejores resultados. Dos quintos opinan que la accesibilidad es muy buena ya que en general en la vía no se encuentra ninguna dificultad mayor para llegar al sitio. Más de un veinteaño opina que la accesibilidad es mala, ya que hoy en día es primordial una vía de acceso de calidad para realizar turismo.

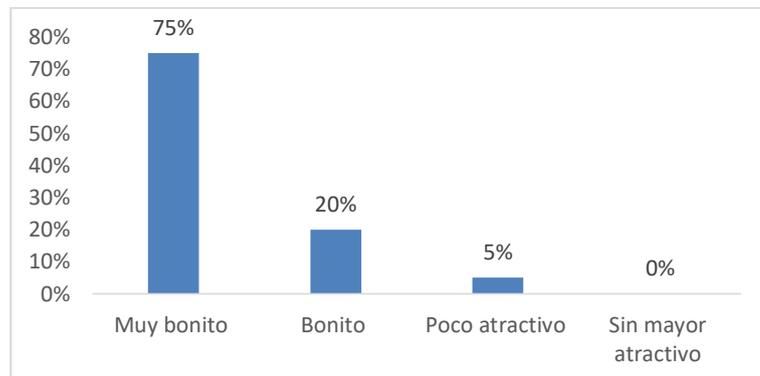
Existen dos principales vías de acceso desde Cuenca; la primera es por la Panamericana llegando a Girón y posteriormente por la vía a San Fernando hasta llegar a la Laguna de Busa, el tiempo aproximado de llegada es cuarenta minutos y la otra vía de acceso que es por la Panamericana y luego se toma la vía a la Asunción, cuyo tiempo de llegada a este lugar es el doble. En ciertas ocasiones se producen deslizamientos de tierras por lo que para llegar a la Laguna de Busa los visitantes tienen que tomar la vía más larga. No obstante, pese a lo anterior solo un pequeño porcentaje es el que se encuentra inconforme con la accesibilidad.

## 2.5 Satisfacción de los visitantes con la belleza paisajística de la Laguna de Busa

En un atractivo natural como lo es Laguna de Busa uno de los principales motivos por el cual un visitante decide trasladarse al sitio es la belleza paisajística por lo que a continuación se puede observar el nivel de satisfacción de los visitantes con la misma.

En este gráfico se puede observar la valoración de los visitantes con la belleza paisajística en la Laguna de Busa.

**Gráfico 5**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la belleza del paisaje natural de la Laguna de Busa (2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Tres cuartos de los visitantes califican al paisaje natural como muy bonito. Este resultado se debe a que la Laguna de Busa posee gran encanto natural donde se puede establecer una conexión inmediata con la naturaleza a través de su variedad de flora y fauna, el avistamiento de aves y peces y la belleza de sus aguas cristalinas que reflejan el cielo. Además los visitantes encuentran la imagen del Corazón de Jesús en medio de la laguna, muy apreciado por los

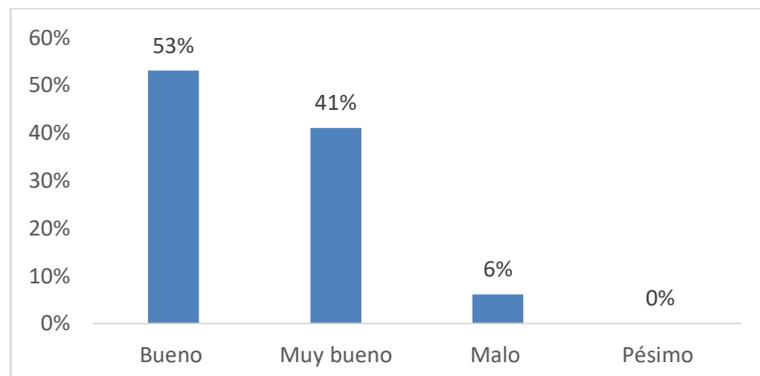
fieles católicos, además de observar el majestuoso cerro San Pablo que se visibiliza al momento de la llegada de los visitantes.

Un quinto opina que el paisaje natural es bonito, no es un mal resultado pero en ciertas ocasiones el clima lluvioso y con neblina es un factor externo por el que no se puede apreciar y disfrutar de dicho paisaje, ocasionando que la satisfacción de los visitantes disminuya. Un veinteaño de los visitantes opina que el sitio es poco atractivo. Pese a lo anterior, prácticamente la totalidad de los visitantes quedó satisfecho.

## 2.6 Satisfacción de los visitantes con el servicio de botes de la Laguna de Busa

El paseo en bote es una de las actividades pagadas más utilizada por los visitantes a la Laguna de Busa, a continuación se muestra el gráfico con respecto a la valoración que se da a dicho servicio.

**Gráfico 6**  
**Valoración de los visitantes con respecto al servicio de botes en la Laguna de Busa (2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores



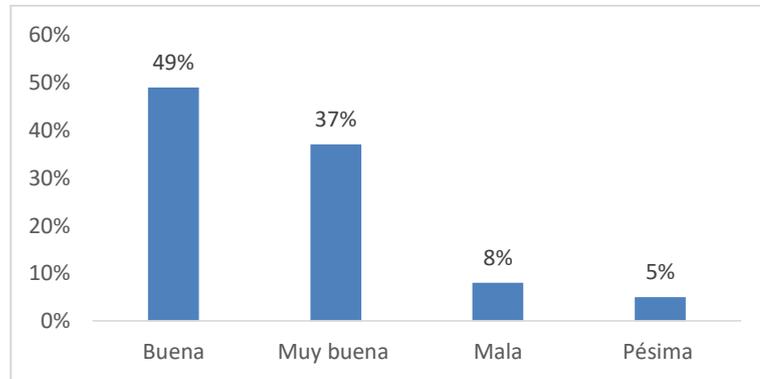
Más de la mitad de los visitantes califican al servicio de botes como bueno. Para el uso de los mismos se cancela un valor de US\$ 2,00 por bote, durante treinta minutos, con capacidad para cuatro personas; además el uso de chaleco salvavidas es obligatorio. En el caso de que ocurriera algún accidente no hay personal para responder a esa situación.

Más de dos quintos opina que es el servicio de botes es muy bueno. El tiempo brindado permite al visitante recorrer toda la laguna, llegar hasta el centro donde está el Corazón de Jesús y avistar a los patos silvestres en su hábitat natural. Más de un veinteavo opina que el servicio es malo ya que el grado de exigencia es alto y se fijan en todos los detalles como por ejemplo algunos chalecos no están en buen estado de conservación al igual que algunos de los botes. Este último criterio es minoritario, ya que nuevamente se acerca la totalidad de la satisfacción en este servicio.

## **2.7 Satisfacción de los visitantes con la actividad de pesca en la Laguna de Busa**

En la Laguna de Busa está permitido pescar, ya sea que el visitante traiga su propia caña de pescar o la adquiera en el sitio, en el siguiente gráfico se puede apreciar la valoración que se da a esta actividad según los visitantes.

**Gráfico 7**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la pesca**  
**en la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Casi la mitad de los visitantes mencionaron que la pesca es buena. El resultado no es mejor ya que por el valor de US\$ 1,00 se puede comprar una caña de pescar realizada de manera artesanal con carrizo y su respectiva carnada, el uso es un poco complicado.

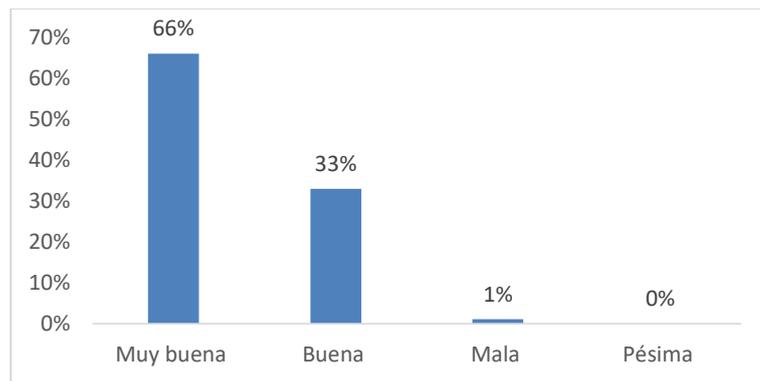
Más de un tercio opinó que la pesca es muy buena, debido a que la cantidad de truchas es abundante dependiendo de la temporada, además es una actividad de recreación entretenida para niños y adultos. Existe la opción de que el visitante lleve su propia caña de pescar.

Los restaurantes de la Laguna de Busa ofrecen la oportunidad de preparar la trucha pescada en ese momento. Casi un décimo calificó a la pesca como mala, ya que no existe información con respecto a esta actividad, pero en general resulta minoritario el grupo de visitantes insatisfechos.

## 2.8 Satisfacción de los visitantes con la caminata en la Laguna de Busa

La Laguna de Busa tiene establecida las áreas por donde se puede realizar caminatas para así poder disfrutar de la flora y fauna. La parte del bosque posee senderos naturales, mientras que alrededor de la Laguna de Busa existe infraestructura de madera y adoquín para que los visitantes puedan realizar el recorrido. El gráfico siguiente muestra la valoración de los visitantes con respecto a la satisfacción en la caminata.

**Gráfico 8**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la caminata en la Laguna de Busa (2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Dos tercios de los visitantes afirmaron que la caminata en la Laguna de Busa es muy buena, existe un solo sendero que conecta a todos los servicios que posee la Laguna de Busa: como restaurantes, cabañas, área para acampar, servicios básicos, el área del bosque, área de botes etc. por lo que es muy fácil movilizarse por el sitio.

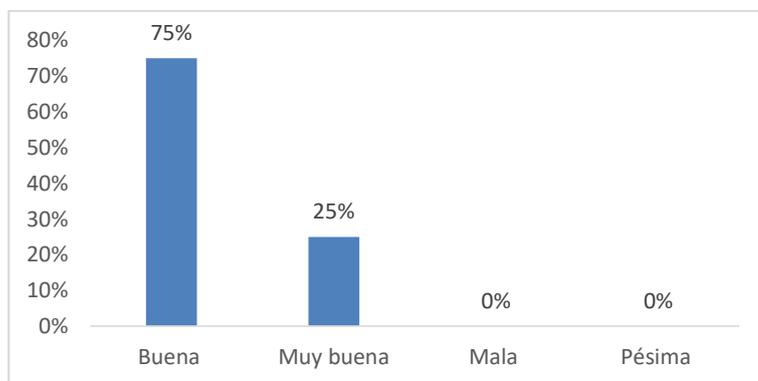
En algunos tramos el camino es de cemento, en otros de piedra y adoquín y en el área de bosque es de tierra, por lo general el sendero se encuentra en buen estado y limpio. Un tercio opina que la caminata es buena. El resultado anterior se puede ver influenciado por factores externos como el clima ocasionando que

en épocas de lluvia haya lodo en la parte de tierra del sendero, por lo que exige un mejor servicio. Expuesto a lo anterior la satisfacción con la actividad de la caminata es una de las mejores ya que prácticamente es absoluta.

## 2.9 Satisfacción de los visitantes con el servicio de cabalgata de la Laguna de Busa

La cabalgata es la actividad pagada menos utilizada, pese a esto los visitantes que contrataron este servicio dieron buenas referencias; como se expone en el siguiente gráfico.

**Gráfico 9**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la cabalgata en la Laguna de Busa (2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Tres cuartos de los visitantes calificaron la cabalgata como buena, este es la actividad menos utilizada por los visitantes, tiene un costo de US\$ 5,00, el recorrido es únicamente en un espacio verde a la orilla de la laguna, ya que el sendero es utilizado únicamente por personas a pie. Mientras que un cuarto de los visitantes opinó que la cabalgata es muy buena. Este es el mejor resultado obtenido de todos los aspectos analizados en este capítulo, pese a ser la actividad menos utilizada en comparación con las otras.

## CAPÍTULO 3

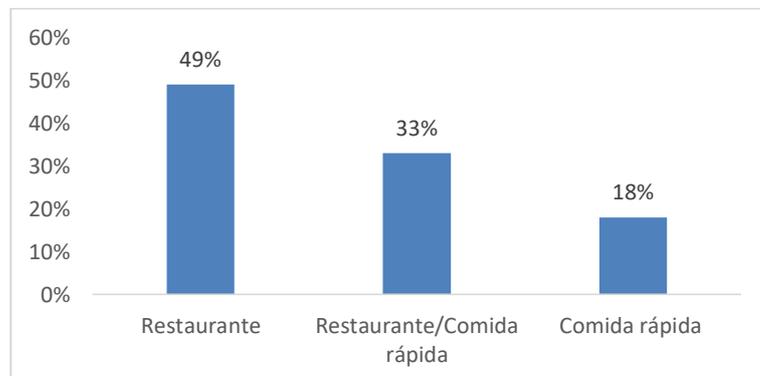
### LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES CON EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN DE LA LAGUNA DE BUSA

El presente capítulo analiza la satisfacción de los visitantes con los restaurantes y locales de comida rápida de la Laguna de Busa, para conocer los aspectos en los que el visitante está conforme o inconforme con el fin de corregir ciertas falencias. Hoy en día es muy importante ofrecer un buen servicio a los visitantes para cumplir todas las expectativas y así destacar al atractivo turístico de la competencia y llegar a la excelencia.

#### 3.1 Servicios de alimentación en la Laguna de Busa

En la Laguna de Busa existen dos tipos de servicios de alimentación: los restaurantes y los locales de comida rápida. En el siguiente gráfico se muestra el servicio más utilizado.

**Gráfico 10**  
**Tipo de servicio de alimentación que utilizan los visitantes a la Laguna de Busa (2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores



El servicio de alimentación más utilizado en la Laguna de Busa es el de restaurante, ya que casi la mitad de los visitantes eligió esta opción. En el sitio encontramos cuatro restaurantes los cuales ofrecen: trucha, pollo *broaster*, carnes asadas, los tradicionales secos de pollo y de carne, además platos más elaborados como: pizzas, cuy asado, costillas, entre otros. Como se puede apreciar se trata de platos comunes que no ofrecen novedad.

A parte de los restaurantes también existen puestos ambulantes de comida rápida, el número de puestos varían entre 2 y 6, usualmente se incrementa en los feriados, la oferta de alimentos presenta: salchipapas, empanadas de viento, espumillas, chochos, helados, granizados y diferentes platos como *chaulafán*, ceviche, *guatita*, secos de pollo y carne.

Las condiciones del servicio de comida rápida son precarias, apenas uno de los lugares dispone de sillas y una mesa para el consumo de los alimentos, esta es una de las razones para que la mayoría de los visitantes hayan elegido como primera opción los restaurantes, otra razón es que el momento en el que más consumen alimentos es a la hora del almuerzo por lo que prefieren comidas más completas ofrecidas en los restaurantes.

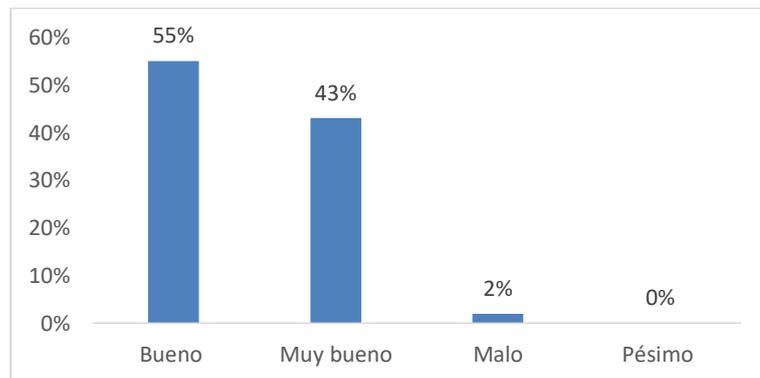
Un tercio de los visitantes utilizó tanto el servicio de restaurante como de comida rápida. Mientras que casi un quinto utilizó únicamente el servicio de comida rápida, a pesar de haber varios locales y ser el más económico, es el menos frecuentado, por el hecho de la comodidad y la calidad.

### **3.2 Satisfacción de los visitantes en los restaurantes de la Laguna de Busa**

La Laguna de Busa cuenta con tres restaurantes propios y uno que pertenece a la Hostería Intihuatana el cual está a disposición de los visitantes. Se evaluará la satisfacción de los visitantes a través de elementos como: el trato, la rapidez, la calidad, el precio, la variedad y la limpieza.

En el gráfico siguiente se observa la valoración acerca del trato que recibieron los visitantes al utilizar el servicio de restaurante.

**Gráfico 11**  
**Valoración del trato que brindan los restaurantes según los visitantes a la Laguna de Busa (2019-2020)**

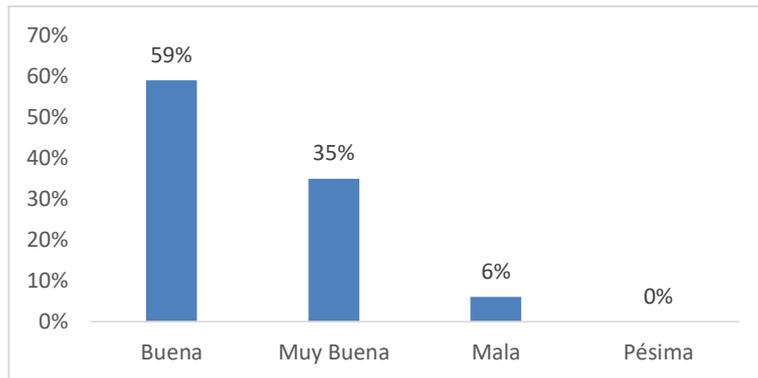


Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de la mitad de los visitantes eligieron que el trato es bueno, debido a que el trato que se brinda en los establecimientos es cordial pero no profesional, se presentan algunas variables que influyen para esta elección, una de estas es que el personal de estos no está capacitado en cada área designada, por ejemplo en la mayoría de estos los cocineros funcionan como meseros y como cajeros, siendo esto un punto desfavorable en la atención de los comensales. Es por eso que más de dos quintos eligieron como muy bueno el trato brindado. De superarse las debilidades identificadas se lograrían una relación inversa, ya que en general la valoración no es mala. Solo una minoría de los visitantes quedó insatisfechos con este aspecto.

La valoración con respecto a la rapidez del servicio en los restaurantes de la Laguna de Busa se expone en el gráfico siguiente.

**Gráfico 12**  
**Valoración con respecto a la rapidez del servicio en los restaurantes según los visitantes a la Laguna de Busa (2019-2020)**



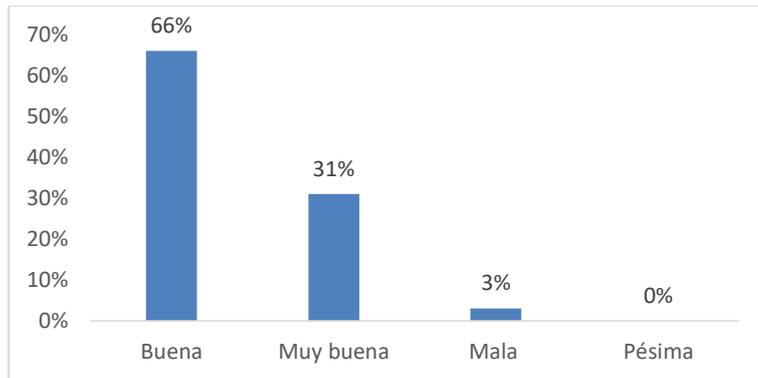
**Fuente:** Encuesta del proyecto de investigación  
**Elaboración:** Los autores

Casi tres quintos de los visitantes califican la rapidez del servicio como buena, no se obtienen mejores resultados ya que en dos restaurantes la cocinera es la misma quien se encarga de servir la comida haciendo así que el tiempo estimado en entregar un plato se prolongue más de lo normal.

Poco más de un tercio opina que la rapidez es muy buena, esto puede ser porque los comensales aprecian que los platos son elaborados en ese instante y no les importa esperar. Más de un veinteavo expresó que la rapidez del servicio es mala, no en todos los restaurantes, pero si en el más concurrido ya que muchas veces es el único que se llena y los meseros no se abastecen a atender. Por tanto la casi totalidad de los visitantes se encuentran satisfechos en este aspecto.

A continuación, se observa la valoración dada a la limpieza en los restaurantes según los visitantes a la Laguna de Busa.

**Gráfico 13**  
**Valoración con respecto a la limpieza en los**  
**restaurantes según los visitantes a la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



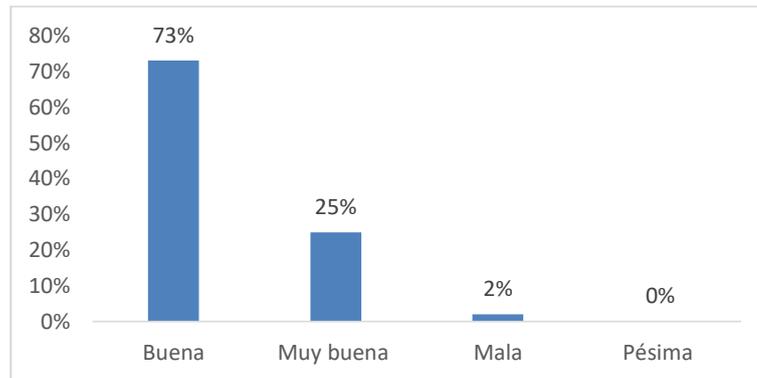
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Dos tercios de los encuestados califican a la limpieza en los restaurantes como buena, su nivel de exigencia no es muy alto por eso esta respuesta. La limpieza se ve afectada ya que en algunas ocasiones los restaurantes están llenos y los meseros no alcanzan a atender y a limpiar las mesas de los visitantes anteriores al mismo tiempo. Otro factor que influye en que las mesas no estén impecables es porque el personal es escaso y muchas veces el cajero tiene que funcionar como mesero incluso en ocasiones el cocinero es el encargado de todo.

Casi un tercio opina que la limpieza es muy buena su nivel de exigencia es bajo por lo que tener una mesa con polvo o que en ciertas ocasiones se realice la limpieza en ese instante, no es un factor que influya en la calificación de este aspecto. Menos de un veinteavo dice que la limpieza es mala. A parte de este criterio minoritario, casi la totalidad está satisfecho.

En el siguiente gráfico se identifica la valoración con respecto a la calidad del servicio en los restaurantes de la Laguna de Busa.

**Gráfico 14**  
**Valoración con respecto a la calidad del servicio en los restaurantes según los visitantes a la Laguna de Busa (2019-2020)**



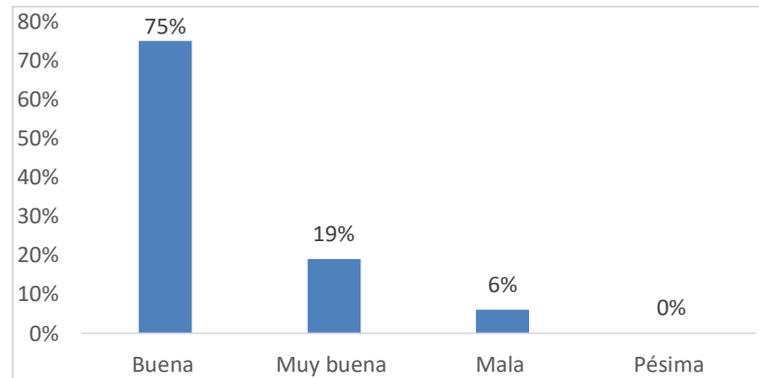
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Casi tres cuartos de los visitantes afirman que la calidad del servicio es buena, no se obtiene mejor calificación debido a que los platos que se ofrecen no son innovadores y el sabor de los alimentos no es excelente. Otros factores que influyen en la calidad son: el estado del menaje de los restaurantes que es bueno, a pesar de ser un sitio con clima frío ninguno cuenta con calefacción, generando así que la calidad disminuya, el mobiliario no es el mejor, son mesas de madera de estilo rústico y solo dos restaurantes de los cuatro tienen mantelería.

De los cuatro restaurantes uno carecen de servicios higiénicos dentro de sus instalaciones, con respecto a los servicios básicos dos no cuentan con conexión a Internet, todo esto ocasiona que la calidad del servicio en los restaurantes disminuya. Sin embargo un cuarto del total quedó satisfecho ya que concluyó que la calidad del servicio es muy buena. Excepto una minoría, la satisfacción es prácticamente total.

Se puede observar en el siguiente gráfico la valoración de la satisfacción con respecto a la variedad del menú de los restaurantes.

**Gráfico 15**  
**Valoración de la variedad del menú en los**  
**restaurantes de según los visitantes a la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

El primer restaurante que se encuentra en la entrada de la Laguna de Busa es el restaurante Don Mario's donde se ofrecen los tradicionales platos como: secos de carne y pollo, costillas, carne de res y chuleta asadas, trucha; bebidas como: chocolate, horchata, café, canelazos, jugos y gaseosas. Este es el restaurante más amplio y más frecuentado por los visitantes a la Laguna de Busa además de realizarse reservaciones para grupos grandes a través de redes sociales y llamadas.

El segundo restaurante Reina del Cisne, en el cual la variedad no es tan amplia, además de tener una carta que ofrece platos que en la realidad no se elaboran aquí se ofrecen secos de pollo y carne, pollo apanado y *broaster*, jugos naturales y gaseosas. Se observó que este es el menos frecuentado por los visitantes.

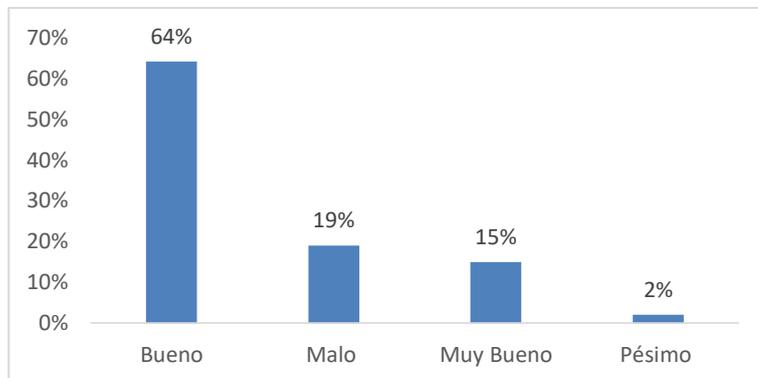
El tercer restaurante El Bosque, en cuanto variedad ofrece: carne de res y chuleta asada, pollo a la plancha y *broaster*, secos de pollo y carne, jugos naturales y gaseosas. Este es el segundo restaurante más frecuentado por los visitantes a la Laguna de Busa, también se manejan mediante reservaciones para grupos grandes a través de redes sociales y llamadas.

El cuarto restaurante es parte de la Hostería Intihuatana es el único que cuenta con una amplia oferta de platos como: costillas de cerdo, alitas, lomo de res y

Este gráfico muestra que la variedad es aceptable pero no se ajusta a todos los comensales debido a que tan solo cerca de dos décimos de los visitantes asumen que la variedad es muy buena, mientras que tres cuartos califican la variedad tan solo como buena. Más de un veinteavo opina que la variedad es mala. Pese a lo anterior, casi la totalidad de los visitantes quedaron satisfechos con la variedad de menú.

En el gráfico siguiente se expone la valoración de los visitantes con respecto al precio del menú en los restaurantes.

**Gráfico 16**  
**Valoración con respecto al precio del menú en los restaurantes según los visitantes a la Laguna de Busa (2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de tres quintos de los visitantes consideran que el precio es bueno; de nuestra observación en el lugar podemos establecer que este porcentaje que está conforme con el precio lo hace debido a que son platos con porciones grandes que llenan el estómago de la persona que lo consume.



No se presentaron mejores resultados debido a la relación calidad-precio, ya que la sazón de la mayoría de restaurantes es un poco básica y no son platos muy elaborados para el precio que se paga a pesar de ser asequibles, por otro lado en cuanto a la relación cantidad-precio hay platos contundentes que merecen el precio que se oferta, pero se debería mejorar la calidad del plato y la presentación.

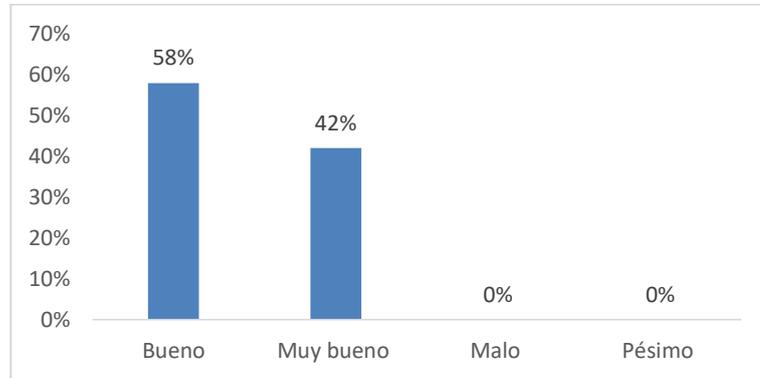
Casi un quinto de los visitantes asumió que el precio es malo siendo superior a tres veinteavos que eligió muy bueno, además se da a que estos visitantes son de ingresos medios o bajos ya que los precios de los platos varían entre US\$ 2,00 hasta los US\$ 15,00. Un porcentaje significativo quedo insatisfecho con el precio.

### **3.2 Satisfacción de los visitantes con los locales de comida rápida de la Laguna de Busa**

En cuanto a la comida rápida que se oferta en la Laguna de Busa, al inicio de la investigación se observó que se encuentra ubicado en carpas en la entrada del sitio, pero se están construyendo quioscos de madera para la mayor comodidad y mejor servicio, tanto de los dueños como de los clientes. Se evaluará la satisfacción de los visitantes a partir de: el trato, la rapidez, la calidad, el precio, la variedad y la limpieza.

A continuación, se identifica la valoración que los visitantes dieron al trato brindado en los locales de comida rápida.

**Gráfico 17**  
**Valoración del trato que brindan los locales de comida rápida según los visitantes a la Laguna de Busa (2019-2020)**



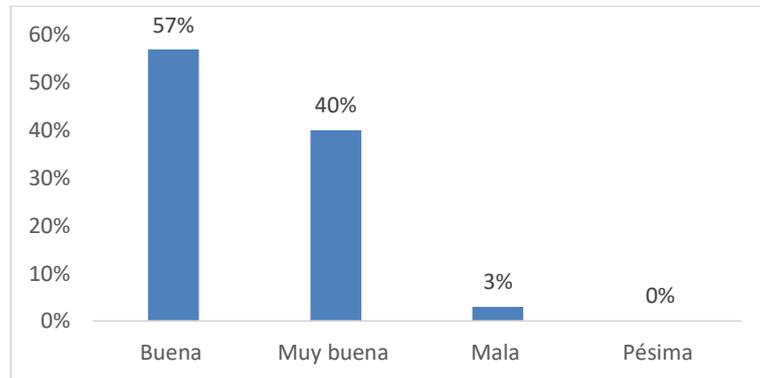
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

El trato que se brinda en los locales de comida rápida es percibido por los usuarios como bueno que representa a casi tres quintos de los visitantes, el servicio no tienen una mejor calificación ya que una sola persona atiende a mucha gente, además los dueños de estos establecimientos tampoco son profesionales en el área gastronómica o en servicio al cliente además no existe una atención personalizada.

Solo un poco más de dos quintos calificaron a el trato como muy bueno, no se obtiene un porcentaje más amplio ya que el objetivo principal de los dueños es vender la mayor cantidad de productos mas no establecer un vínculo largo con los clientes, además que la intensión de los comerciantes es llamar la atención con sus productos y venderlos, pero no brindar una mayor experiencia a los visitantes, por desconocer la importancia del trato a los clientes. La totalidad quedó satisfecho con respecto al trato que recibieron en los locales de comida rápida, pese a no tener una excelente valoración en otros aspectos.

En el siguiente gráfico se observa la valoración con respecto a la rapidez del servicio en los locales de comida rápida.

**Gráfico 18**  
**Valoración con respecto a la rapidez del servicio en los establecimientos de comida rápida según los visitantes a la Laguna de Busa (2019-2020)**



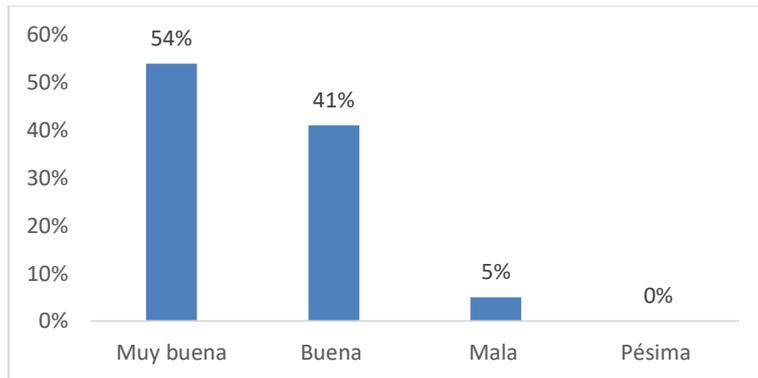
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

La mayoría de los establecimientos disponen de productos ya preparados, siendo un beneficio para la mayor rapidez de la entrega, pero aun así de todos los visitantes casi tres quintos respondieron que la rapidez es solo buena; ya que a pesar de que los alimentos se entreguen de inmediato han sido preparados con anterioridad y no se sirven con la temperatura adecuada.

Esto puede ser consecuencia de que no disponen de espacios adecuados y apenas cuentan con una cocina para preparar varios productos a la vez, ya que son negocios instalados en el lugar. Sin embargo hay dos quintos de los visitantes que quedaron completamente satisfechos quienes manifiestan que la rapidez es muy buena. Solo un porcentaje minoritario quedó insatisfecho.

A continuación, se expone la valoración con respecto a la limpieza en los locales de comida rápida.

**Gráfico 19**  
**Valoración con respecto a la limpieza en los locales de comida rápida según los visitantes a la Laguna de Busa (2019-2020)**



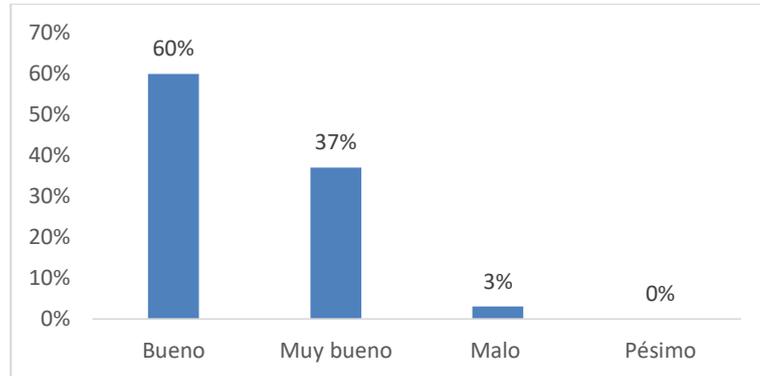
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de la mitad de los visitantes opinan que la limpieza es muy buena. A pesar que los lugares son reducidos existe una buena organización y se preocupan por que todo se vea limpio. Más de dos quintos de los visitantes opinan que la limpieza es buena.

Por otra parte tan solo un veinteavo consideró que la limpieza fue mala, el nivel de exigencia de estos visitantes es muy complaciente, uno de los factores que influyen en esta calificación es que en los sitios instalados no hay sistema de agua potable. A pesar de lo anterior, casi la totalidad quedó satisfecho.

Se observa a continuación la valoración de los visitantes con respecto a la calidad del servicio en los locales de comida rápida.

**Gráfico 20**  
**Valoración con respecto a la calidad del servicio en los establecimientos de comida rápida según los visitantes a la Laguna de Busa (2019-2020)**



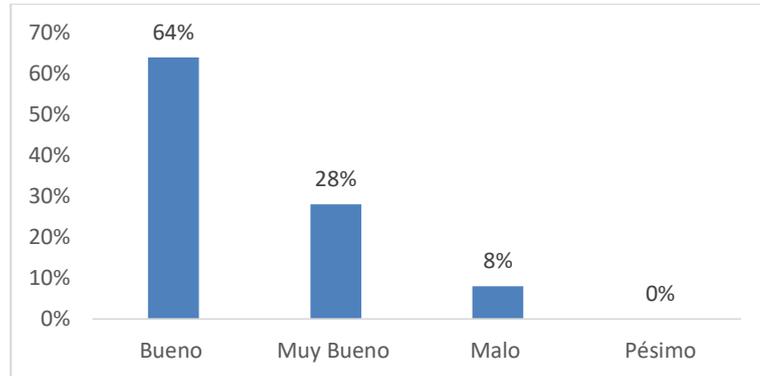
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Tres quintos de los visitantes manifiestan que la calidad del servicio es buena. La calificación del servicio se ve influenciada por el tipo de estructura de estos negocios, puesto que algunos no poseen el mobiliario adecuado para los visitantes, en el mejor de los casos estos negocios cuentan con solo una mesa para ellos, además los negocios no tienen un horario establecido de atención.

Casi dos quintos consideran que la calidad es muy buena, su nivel de exigencia es bajo y su interés principal es tener algo que consumir. Solo existe un grupo minoritario de visitantes insatisfechos.

La valoración de los visitantes con respecto a la variedad del menú en los locales de comida rápida se observa en el siguiente gráfico.

**Gráfico 21**  
**Valoración con respecto a la variedad del menú en los establecimientos de comida rápida según los visitantes a la Laguna de Busa (2019-2020)**

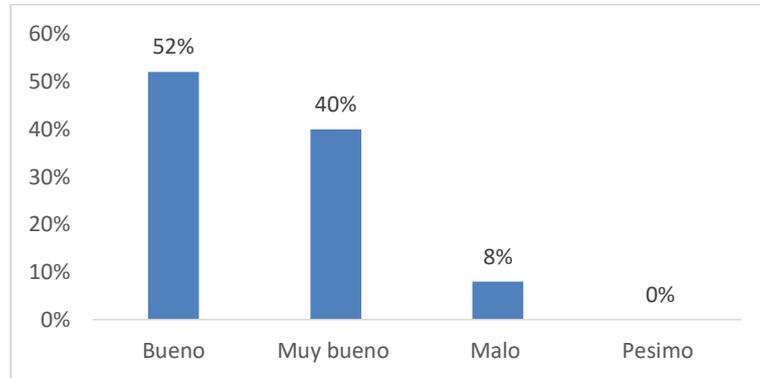


Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Casi dos tercios de los visitantes califican que la variedad del menú es buena, este resultado es aceptable, pero no se obtiene una mejor calificación ya que cuentan con un número limitado de productos. Más de un cuarto manifiesta que la variedad es muy buena, es decir su nivel de exigencia es mínimo porque a pesar de que casi no hay variedad en un mismo negocio, si existe variedad entre todos los locales de comida rápida. Mientras que casi un décimo dice que la variedad es mala. Sin embargo, el porcentaje de visitantes insatisfechos es una minoría.

A continuación, se representa la valoración con respecto al precio del menú en los locales de comida rápida.

**Gráfico 22**  
**Valoración con respecto al precio del menú de los establecimientos de comida rápida según los visitantes a la Laguna de Busa (2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de la mitad de los visitantes consideran que el precio del menú es bueno, pero no se obtuvieron mejores resultados debido a que no hay una buena relación entre precio-calidad; ya que a pesar de pagar un precio bajo la calidad de algunos productos con los que se elaboran los alimentos no es buena.

Dos quintos opinan que el precio es muy bueno. El precio varía desde US\$ 0,50 hasta US\$ 1,00 por lo que los productos son bastante accesibles. Y casi un décimo manifiesta que el precio es malo. Casi la totalidad quedó satisfecho con el precio, a pesar de una minoría que opina lo contrario.



## **CAPÍTULO 4**

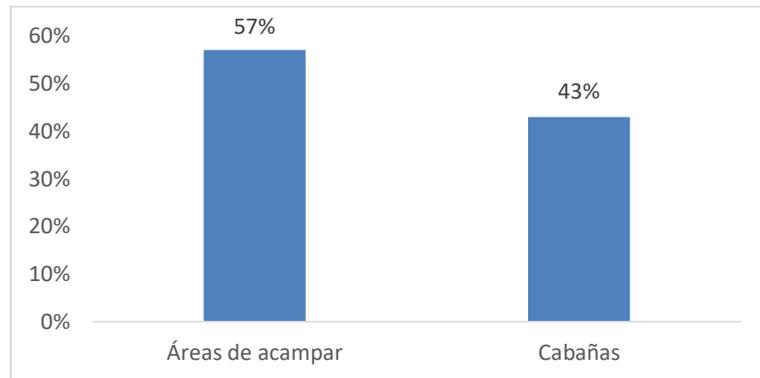
### **LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES CON EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO DE LA LAGUNA DE BUSA**

En este capítulo se analiza la satisfacción de los visitantes en las cabañas y área de acampar ya que el alojamiento es un elemento principal en la oferta turística e influye en la satisfacción de un visitante que desea pasar la noche en la Laguna de Busa.

#### **4.1 Servicios de alojamiento en la Laguna de Busa**

En la Laguna de Busa existen dos tipos de servicios de alojamiento. Estos se pueden encontrar junto a la laguna, y además el que ofrece la Hostería Intihuatana que en este trabajo de investigación no repercutió en el resultado puesto que ninguno de los visitantes encuestados se alojó en la hostería antes mencionada. A continuación, se observa gráficamente la elección de los visitantes.

**Gráfico 23**  
**Tipo de servicio de alojamiento que utilizan**  
**los visitantes a la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

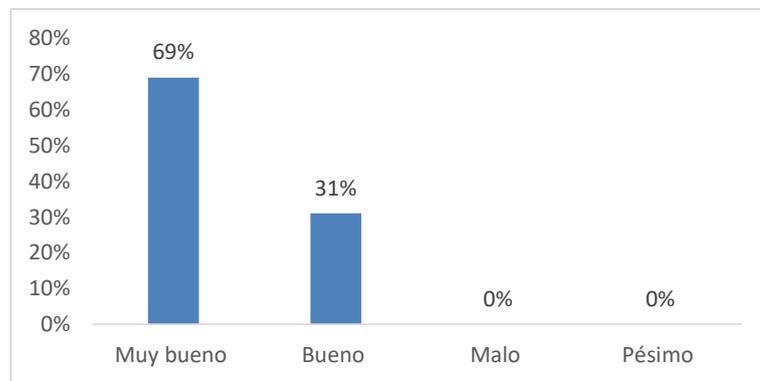
El servicio de alojamiento más utilizado en la Laguna de Busa es el de las áreas para acampar representando casi a tres quintos de los visitantes. Existen plataformas para armar las carpas, además que si estas están ocupada se pueden acampar en los espacios verdes a las orillas de la laguna. Un poco más de dos quintos utilizó las cabañas de alrededor de la laguna las cuales son de estilo rústico. La elección a favor del área de acampado se debe a más de una razón: de una parte el costo es menor y el uso de la carpa hace que se encuentren en mayor contacto con la naturaleza

#### **4.2 Satisfacción de los visitantes con el servicio de cabañas en la Laguna de Busa**

La Laguna de Busa cuenta con 3 cabañas en el área del bosque disponibles para hospedaje, mediante las cuales se evaluará la satisfacción de los visitantes a partir de la comodidad, limpieza, seguridad, trato, precio y calidad.

Cabe recalcar que el personal de los restaurantes de la Laguna de Busa es el encargado de reservar y cobrar por el alquiler de las cabañas o el área de acampar. El primer gráfico de este capítulo representa a la valoración que se da con respecto al trato en las cabañas

**Gráfico 24**  
**Valoración de los visitantes con respecto al**  
**trato en las cabañas de la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



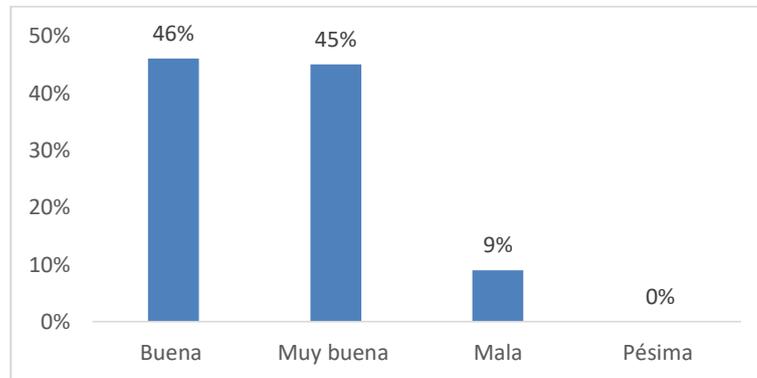
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de dos tercios calificaron a la atención como muy buena. Del trabajo de campo realizado nos ha permitido corroborar que las personas responsables de la reservación de las cabañas son amables.

Por lo general son los dueños de los restaurantes que hay en el sitio. Casi un tercio opinó que la cortesía y trato es buena ya que el nivel de exigencia de estos visitantes es mayor. Eventualmente influyó en su calificación el hecho de que no existe un lugar específico para realizar la reserva. Por tanto hay satisfacción total, siendo este uno los mejores resultados.

En el gráfico siguiente se observa la valoración que se da con respecto a la comodidad de las cabañas de la Laguna de Busa.

**Gráfico 25**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la**  
**comodidad en las cabañas de la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



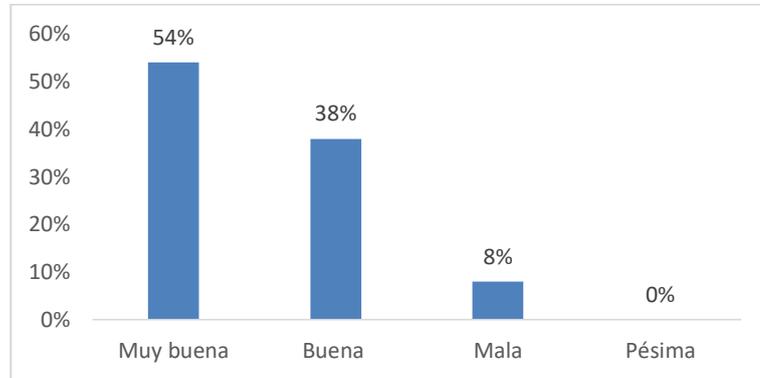
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Casi la mitad de los visitantes calificaron a la comodidad de las cabañas como muy buena y un centésimo más que la anterior como buena, siendo un resultado aceptable. Las cabañas están equipadas con camas de estilo rústico y su respectivo colchón que se encuentra en buen estado, un baño y un área con chimenea y parrilla que los visitantes pueden usar.

Además casi un veinteavo opina que la comodidad es mala. Hay que destacar que el alquiler de las cabañas no incluye sábanas ni cobijas, las mismas se proveen mediante una tarifa adicional. Es decir la insatisfacción es de un grupo minoritario.

A continuación, se observa la valoración con respecto a la limpieza de las cabañas de la Laguna de Busa.

**Gráfico 26**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la**  
**limpieza en las cabañas de la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



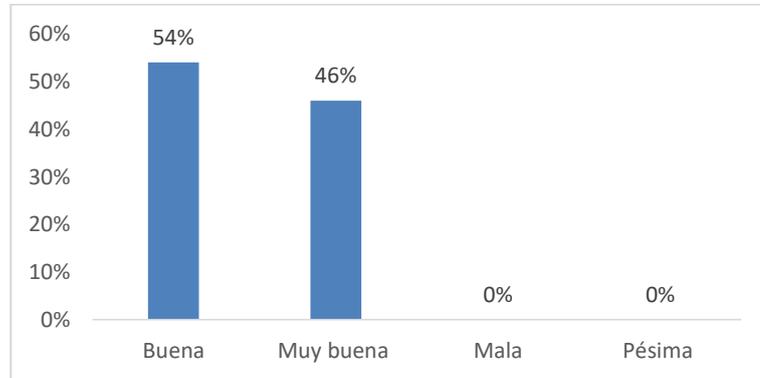
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de la mitad de los visitantes opinan que la limpieza de las cabañas es muy buena, ya que de manera general las cabañas se mantienen aseadas al momento de la llegada de los visitantes. Casi tres quintos de los visitantes manifestaron que la limpieza es buena, estos son visitantes más exigentes y que se fijan en todos los detalles. Casi un décimo calificó que la limpieza es mala.

Del trabajo de campo realizado, al momento de alojarse en las cabañas se encontró basura especialmente en los basureros del baño en cuanto al retrete y lavabo no se encontraban completamente limpios además de polvo en los colchones, piso y ventanas. Excepto por un grupo minoritario, casi la totalidad de los visitantes quedaron satisfechos.

La valoración de los visitantes con respecto a la calidad de las cabañas de la Laguna de Busa se evidencia en el siguiente gráfico.

**Gráfico 27**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la**  
**calidad de las cabañas de la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



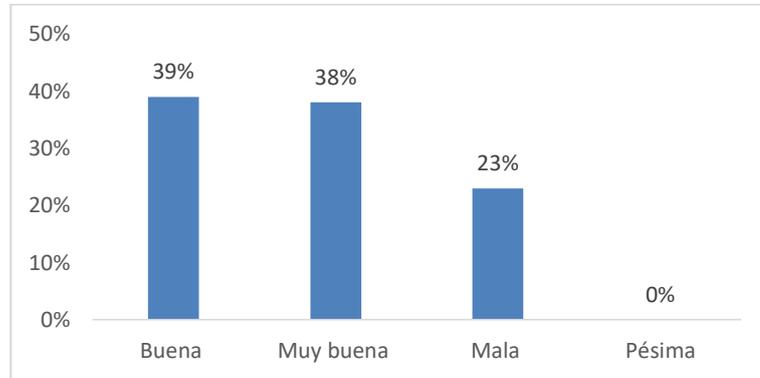
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de la mitad de los visitantes calificó la calidad de las cabañas como buena, no se obtuvo un mejor resultado ya que algunas cabañas no cuentan con una puerta de entrada al baño, además para los visitantes más exigentes el consumo de electricidad es limitado únicamente se puede utilizar para cargar un celular, no se puede utilizar para cocinas eléctricas, computadoras, planchas y secadoras de cabello.

Además cuenta con una chimenea pero esta no incluye leña ya que tiene un costo extra al igual que las sábanas y cobijas. Casi la mitad de los visitantes opinó que la calidad es muy buena ya que es un sitio bastante acogedor, en especial para las personas que les gusta el ambiente rustico. Se concluye que todos los visitantes quedaron satisfechos.

En el gráfico siguiente se identifica la valoración de los visitantes con respecto a la seguridad en las cabañas de la Laguna de Busa.

**Gráfico 28**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la seguridad en las cabañas de la Laguna de Busa (2019-2020)**



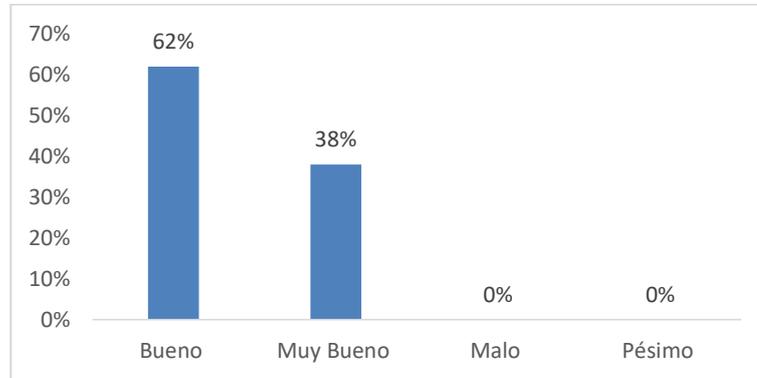
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Casi los dos quintos de los visitantes calificaron la seguridad de las cabañas como buena y a su vez un centésimo más que la cantidad anterior opinaron que es muy buena, se obtiene un resultado aceptable ya que cuentan con ventanas y puertas muy seguras con su respectivo candado.

Mientras que casi un cuarto de los visitantes manifestó que la seguridad es mala, debido a que no se cuenta con guardias de seguridad o algún tipo de alarmas en caso de emergencia. Se observa que el grupo de visitantes insatisfechos es importante.

A continuación se observa el gráfico sobre la valoración de los visitantes con respecto al precio de alojamiento en las cabañas de la Laguna de Busa.

**Gráfico 29**  
**Valoración de los visitantes con respecto al**  
**precio de las cabañas de la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

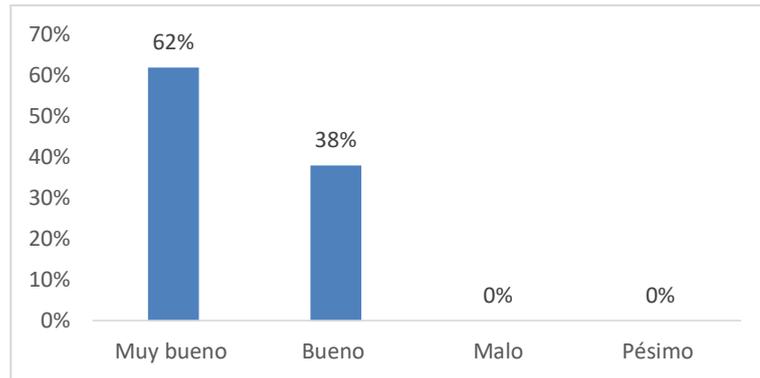
Más de los tres quintos calificó al precio de las cabañas como bueno. El precio de alquiler de las mismas es de US\$ 20,00 para máximo 4 personas ya que existe una litera y una cama, todas de una plaza y si desea acomodación para una cuarta persona se facilita un colchón por lo que se supondría un poco de incomodidad. Casi dos quintos opinan que el precio es muy bueno ya que su nivel de exigencia no es alto y el principal interés de ellos es tener un sitio abrigado donde pasar la noche. Por lo que la satisfacción con el precio es absoluta.

#### **4.3 Satisfacción de los visitantes con el área de acampar de la Laguna de Busa**

La Laguna de Busa cuenta con varias plataformas para acampar a pesar de ello se lo puede hacer en el piso alrededor de la laguna, por lo que se evaluará la satisfacción de los visitantes a partir de la comodidad, limpieza, seguridad, trato, precio y calidad.

El siguiente gráfico expone la valoración con respecto al trato recibido en las áreas para acampar de la Laguna de Busa.

**Gráfico 30**  
**Valoración de los visitantes con respecto al trato en las áreas para acampar de la Laguna de Busa (2019-2020)**

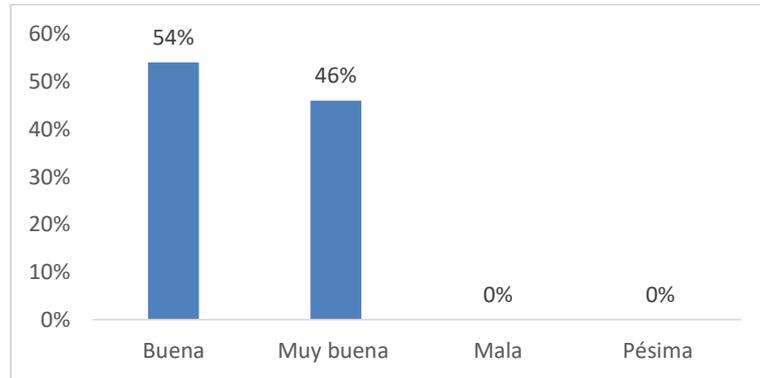


Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de tres quintos opina que el trato en el área de acampar es muy bueno, los dueños de los restaurantes son los encargados de cobrar el rubro por pasar la noche en el sitio, al momento del cobro dan varias indicaciones mostrando siempre una actitud cortés, amable y sobre todo respetuosa. Casi dos quintos calificaron al trato como bueno, estos son clientes con nivel de exigencia muy alto que se fijan en mínimos detalles. Se observa nuevamente que los visitantes quedaron totalmente satisfechos.

La valoración con respecto a la comodidad de las áreas para acampar de la Laguna de Busa se expone en el siguiente gráfico.

**Gráfico 31**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la comodidad**  
**en las áreas para acampar de la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



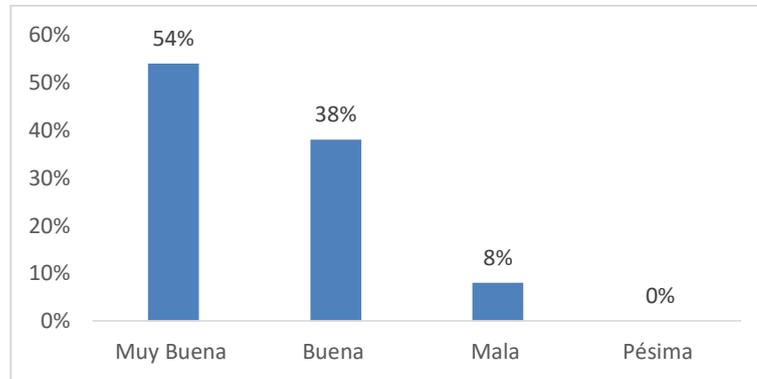
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de la mitad de los visitantes manifestó que la comodidad es buena, ya que su nivel de exigencia muy alta. En varias ocasiones las plataformas destinadas para acampar están ocupadas por lo que los visitantes tienen que acampar en el piso a las orillas de la laguna, ocasionando así que la calificación disminuya porque la comodidad es diferente, sobre todo en épocas de lluvia ya que en las plataformas al ser altas no se ocasionan inundaciones dentro de las tiendas de acampar.

Más de dos quintos opinan que la comodidad es muy buena. Demostrando así que el principal objetivo de estos visitantes es pasar la noche y disfrutar de la naturaleza del sitio, su nivel de exigencia es bajo por lo que no les importa acampar en las plataformas o en el piso a las orillas de la laguna. Por tanto, los visitantes están satisfechos con la comodidad.

A continuación, se muestra el gráfico de la valoración con respecto a la limpieza de las áreas para acampar de la Laguna de Busa.

**Gráfico 32**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la limpieza**  
**en las áreas para acampar de la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



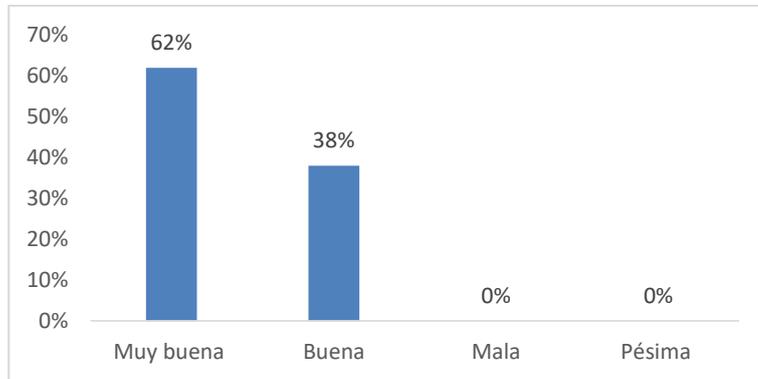
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de la mitad de los visitantes concluyó que la limpieza en el área de acampar es muy buena. Cuentan con varias plataformas de madera y sitios destinados para acampar los cuales se encuentran limpios, lo que demuestra que los encargados dan constante mantenimiento al lugar.

Casi dos quintos opinan que la limpieza es buena, debido a que el nivel de exigencia de los visitantes es alto no permite que haya mejores resultados. Casi un veinteavo manifestó que la limpieza es mala. Pese a existir un porcentaje bajo de insatisfacción con la limpieza, la conformidad es casi absoluta.

El siguiente cuadro indica la valoración con respecto a la calidad de las áreas para acampar de la Laguna de Busa.

**Gráfico 33**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la calidad de las áreas para acampar de la Laguna de Busa (2019-2020)**

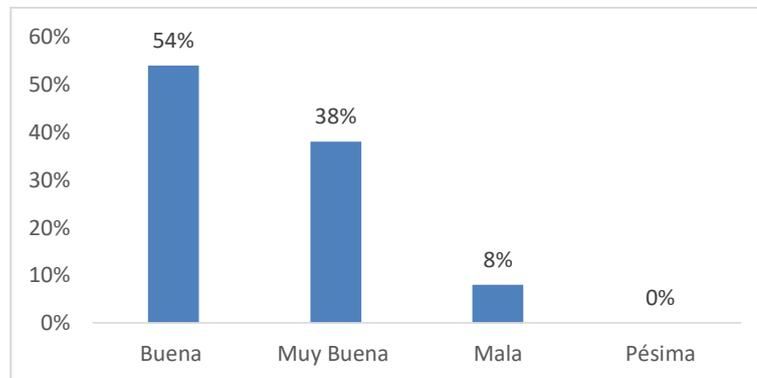


Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de tres quintos de los visitantes manifestaron que la calidad del área de acampar es muy buena. En el sitio se encuentran plataformas de madera para armar la tienda de acampar, las cuales se están en buen estado. Casi dos quintos opinaron que la calidad es buena, son visitantes muy exigentes ya que en la parte del piso donde se puede acampar al ser parte del bosque no está en las mejores condiciones, existen hierbas altas u ondulaciones en el piso, lo que disminuye la calidad de estas áreas. Una vez más se observa que todos los visitantes quedaron satisfechos.

La valoración con respecto a la seguridad en las áreas para acampar de la Laguna de Busa se expone en el siguiente gráfico.

**Gráfico 34**  
**Valoración de los visitantes con respecto a la seguridad**  
**en las áreas para acampar de la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



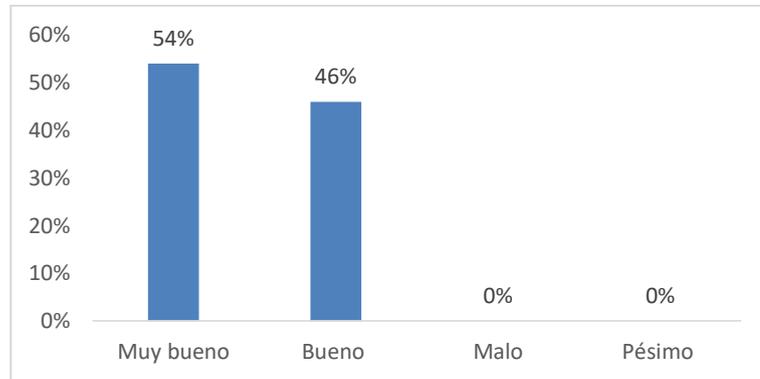
Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de la mitad de los visitantes dijo que la seguridad en el área para acampar es buena. No se obtuvo una mejor calificación ya que no se cuenta con guardabosques o algún tipo de personal de seguridad para la vigilancia permanente en el sitio, siendo peligroso sobre todo en las noches ya que no existe un control de ingreso a los visitantes además en varias ocasiones se observó la ingesta de alcohol en los grupos que acampaban en el sitio, esta conducta no es permitida en la Laguna de Busa pero tampoco existe una supervisión.

Casi dos quintos opinan que la seguridad es muy buena. En general el ambiente en la Laguna de Busa es tranquilo a pesar de carecer de personal. Casi un veintavo calificó a la seguridad como mala. Los visitantes insatisfechos son una minoría.

El último gráfico de este capítulo hace referencia a la valoración con respecto al precio de las áreas para acampar de la Laguna de Busa.

**Gráfico 35**  
**Valoración de los visitantes con respecto al precio**  
**de las áreas para acampar de la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de la mitad de los visitantes opinó que el precio es muy bueno. Sin importar el tamaño de la carpa o el número de personas que esta pueda albergar, el costo es de US\$ 5,00 siendo un rubro bastante accesible por pasar la noche en la Laguna de Busa.

Casi dos cuartos de los visitantes manifestaron que el precio es bueno, esto se debe a que muchas veces no existe un balance entre calidad - precio ya que a pesar de que no todos pueden acampar sobre las plataformas el precio es el mismo. Finalmente se concluye con un resultado de satisfacción en su totalidad, siendo el servicio de alojamiento el mejor calificado en comparación a los demás servicios.



## **CAPÍTULO 5**

### **ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES A LA LAGUNA DE BUSA**

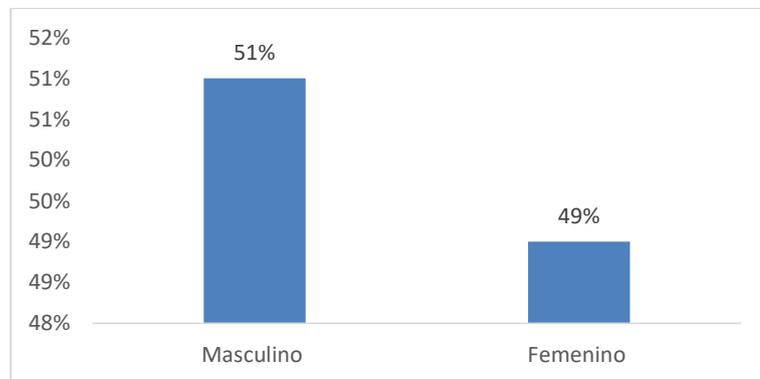
El presente capítulo indica las características sociodemográficas de los visitantes que acuden a la Laguna de Busa. Como se puede apreciar se trata de información útil para mejorar la oferta turística de este lugar de estudio.

#### **5.1 Características sociodemográficas de los visitantes a la Laguna de Busa**

Para evaluar la satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa es importante conocer sus características sociodemográficas. Las características consideradas fueron: sexo, edad, estado civil, país y ciudad de procedencia, ocupación, motivo de visita, como viaja y el medio que influyó en la elección del visitante.

El siguiente gráfico clasifica a los visitantes a la Laguna de Busa de acuerdo al sexo.

**Gráfico 36**  
**Visitantes a la Laguna de Busa de acuerdo al sexo**  
**(2019-2020)**

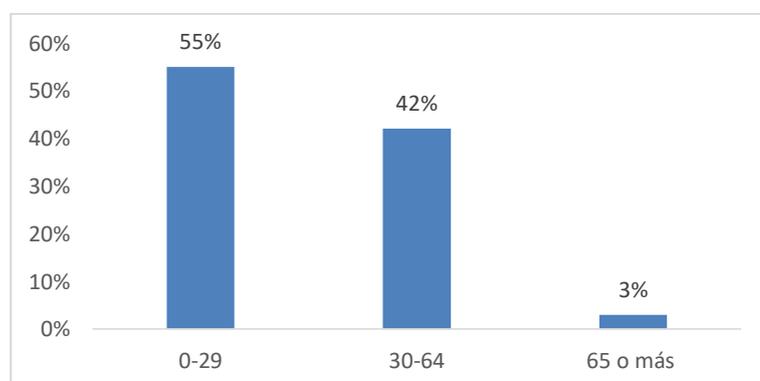


Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Un poco más de la mitad de los visitantes a la Laguna de Busa son de sexo masculino seguido por casi la mitad de sexo femenino. Por tanto se puede constatar que este lugar es preferido, por igual, por hombres y mujeres. En la actualidad se han disminuido el discrimen frente a las mujeres, que les impedía realizar actividades que eran consideradas solo para hombre.

A continuación se muestra gráficamente los resultados obtenidos en cuanto a la edad de los visitantes a la Laguna de Busa.

**Gráfico 37**  
**Edad de los visitantes a la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**

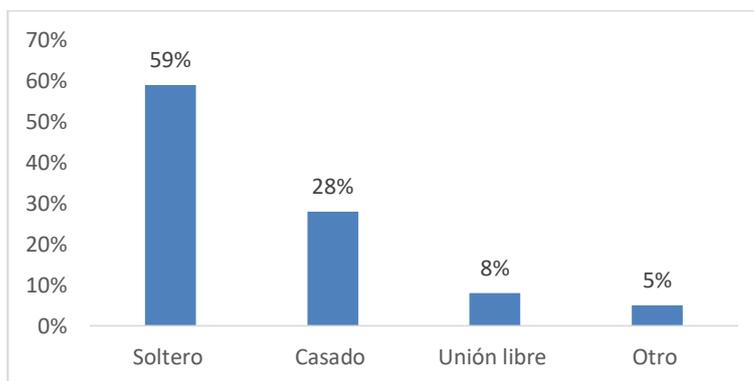


Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de la mitad de los visitantes que llegan a la Laguna de Busa tienen hasta 29 años. Esto se debe a que, pese a ser un lugar de fácil acceso, requiere cierto esfuerzo físico para recorrerla. Más de dos quintos son personas de 30 a 64 años y menos de un veinteavo personas de la tercera edad es decir de 65 años o más. En resumen la mayor cantidad de visitantes que recibe la Laguna de Busa son adolescentes y jóvenes por lo que es importante considerar este target, aunque existe un porcentaje representativo que es de visitantes adultos. Se observa que la Laguna de Busa no es muy visitada por adultos mayores

El gráfico siguiente indica el estado civil de los visitantes a la Laguna de Busa.

**Gráfico 38**  
**Estado civil de los visitantes a la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**

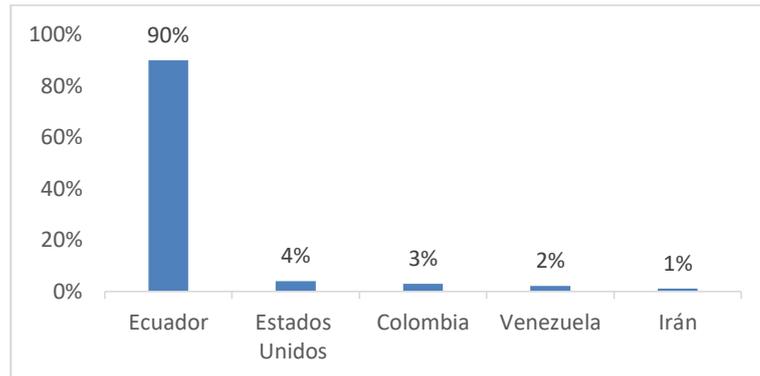


Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Casi tres quintos de los visitantes a la Laguna de Busa son solteros, mientras que más de un cuarto son casados, casi un décimo respondió que se encuentra en unión libre y tan solo un veinteavo dijo que su estado civil es otro. Por tanto este atractivo turístico es preferido por personas solteras, lo cual establece particularidades propias de este grupo, viajes entre amigos usualmente jóvenes.

El país de procedencia de los visitantes a la Laguna de Busa se ve representado en el siguiente gráfico.

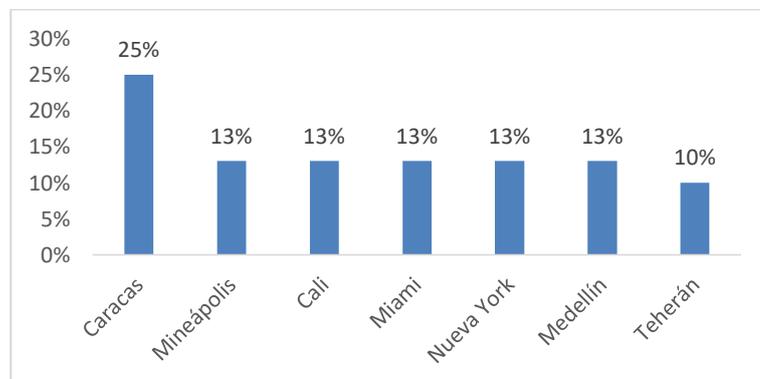
**Gráfico 39**  
**País de procedencia de los visitantes a la Laguna de Busa (2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

La procedencia de nueve décimos de los visitantes es Ecuador. Menos de un veinteavo son visitantes de Estados Unidos, es decir los visitantes son nacionales. En el gráfico siguiente se observa la ciudad de procedencia de los visitantes internacionales.

**Gráfico 40**  
**Ciudad de procedencia de los visitantes internacionales a la Laguna de Busa (2019-2020)**

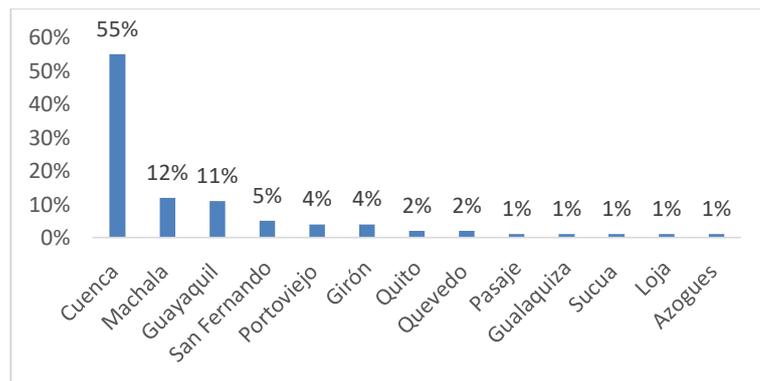


Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Los visitantes internacionales, de acuerdo a la ciudad de procedencia vienen de Caracas, un cuarto, más de un décimo de Mineápolis, Cali, Miami; Nueva York y Medellín. Un décimo de Teherán. Más de la mitad de los visitantes son latinoamericanos, un cuarto son norteamericanos. El porcentaje de visitantes fuera del continente americano es mínimo.

A continuación, se presenta el gráfico de la ciudad de procedencia de los visitantes nacionales.

**Gráfico 41**  
**Ciudad de procedencia de los visitantes nacionales**  
**a la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**

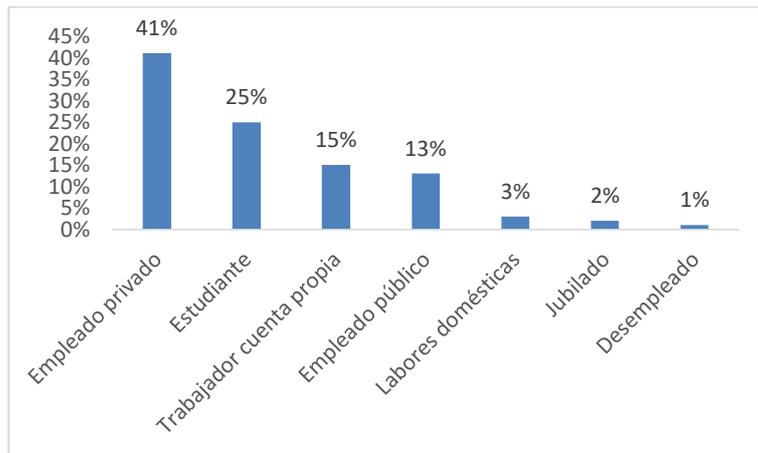


Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de la mitad de los visitantes nacionales a la Laguna de Busa provienen de la ciudad de Cuenca. En segundo lugar los visitantes proceden en más de un décimo de las ciudades de Machala y Guayaquil. Los visitantes del cantón San Fernando representan un veinteavo. Por tanto este es un atractivo de carácter provincial, apenas logra la visita de personas de dos provincias colindantes del Azuay; y, es poco apreciado por los mismos habitantes del cantón al que pertenece. Existen otros visitantes del país pero en porcentajes muy pequeños.

El siguiente gráfico expone la ocupación de los visitantes a la Laguna de Busa.

**Gráfico 42**  
**Ocupación de los visitantes a la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**

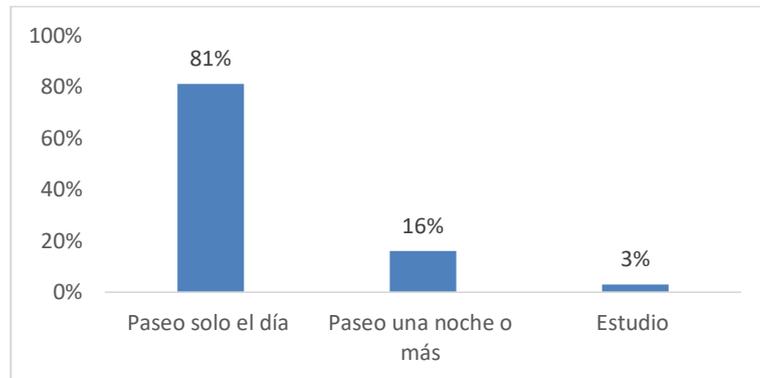


Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Más de dos quintos de los visitantes son empleados privados, mientras que un cuarto son estudiantes, tres veintavos son trabajadores por cuenta propia y más de dos veintavos empleados públicos. Es decir la mayoría de los visitantes a la Laguna de Busa cuentan con empleo, además hay un porcentaje significativo de estudiantes que acuden al atractivo turístico. La mayor parte de visitantes cuentan con ingresos económicos

A continuación se indica el gráfico con respecto al motivo de la visita a la Laguna de Busa

**Gráfico 43**  
**Motivación de llegada a la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



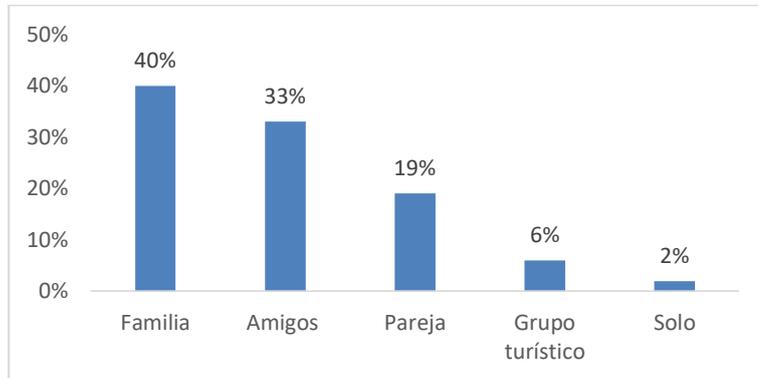
**Fuente:** Encuesta del proyecto de investigación  
**Elaboración:** Los autores

Más de cuatro quintos de los visitantes tienen como motivación principal el paseo solo el día. La Laguna de Busa puede ser visitada por completo en tres horas aproximadamente, dependiendo si se usan o no todos los servicios que se ofertan. Más de tres veinteaños van a la Laguna de Busa a pasar la noche.

Como se mencionó la mayoría de los visitantes son de la ciudad de Cuenca, por lo que el tiempo de retorno es menor a dos horas. Se observa que la totalidad de los visitantes acude al sitio por paseo, excepto por un grupo menor que va por estudios.

Se observa en el siguiente gráfico cómo viajan los visitantes a la Laguna de Busa.

**Gráfico 44**  
**Forma de viaje de los visitantes a la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**

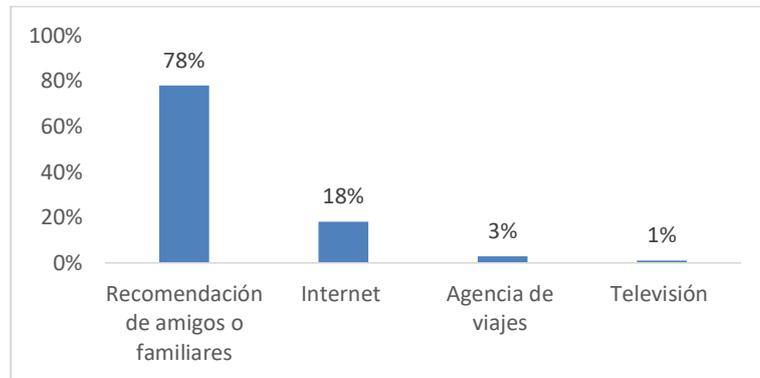


Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Dos quintos de los visitantes viajan en familia. Se encuestó familias de hasta dieciocho miembros. Un tercio de los visitantes viajan entre amigos y casi un quinto en pareja. No existen muchas agencias que promocionen el sitio por lo que solo un poco más de un veinteavo viaja mediante un grupo turístico. La mayoría son familias grandes lo cual es una ventaja para los ingresos del atractivo turístico. Se observa que los visitantes prefieren ir acompañados antes que solos.

El siguiente gráfico muestra el medio de influencia en los visitantes a la Laguna de Busa.

**Gráfico 45**  
**Medio que influenció en los visitantes a la Laguna de Busa (2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Casi cuatro quintos de los visitantes recibieron recomendaciones de familiares o amigos para visitar la Laguna de Busa. Casi un quinto fue influido a través de Internet ya que el atractivo turístico cuenta para su promoción con una página web y una cuenta en Facebook, además se encuentra en *Trip Advisor*. De acuerdo a los comentarios dejados por los visitantes se concluye que la mayor promoción positiva de la Laguna de Busa fueron las buenas referencias de quienes acudieron al sitio.

### 5.1.1 Inferencia de resultados

A continuación se realiza el cruce de las variables más importantes correspondientes a las características sociodemográficas y servicios que se encuentran en la Laguna de Busa, con el fin obtener resultados específicos con respecto a la preferencia de los diferentes visitantes, partiendo de los aspectos más relevantes analizados en los capítulos anteriores.

La Tabla 1 muestra la información mediante el cruce de las variables edad de los visitantes y el motivo de la visita a la Laguna de Busa.

**Tabla 1**  
**Edad y motivo de la visita**  
**(2019-2020)**

Edad	Motivo de la visita			Total
	Solo el día	Una noche o más	Estudios	
0-29	147	45	10	<b>202</b>
30-64	105	31	0	<b>136</b>
65 o más	6	3	0	<b>9</b>
<b>Total</b>	<b>258</b>	<b>79</b>	<b>10</b>	<b>347</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Los datos más relevantes que podemos obtener de esta tabla es que la Laguna de Busa recibe más visitantes jóvenes de 0 a 29 años quienes llegan a pasar solo el día, seguido por adultos de 30 a 64 años con el mismo tiempo de estadía que los jóvenes.

Con respecto a los visitantes que pasan una noche o más el grupo representativo es el de los jóvenes y los que menos realizan esta actividad son los visitantes de 65 años o más. Se concluye que principalmente los jóvenes llegan a la Laguna de Busa tanto para pasar solo el día como para pernoctar.

A continuación, se observa la Tabla 2 con la información del cruce de las variables edad de los visitantes y como viaja.

**Tabla 2**  
**Edad y como viaja**  
**(2019-2020)**

Edad	Como viaja					Total
	Familia	Amigos	Pareja	Grupo turístico	Solo	
0-29	53	70	62	7	7	<b>199</b>
30-64	66	38	24	10	0	<b>138</b>
65 o más	10	0	0	0	0	<b>10</b>
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>108</b>	<b>86</b>	<b>17</b>	<b>7</b>	<b>347</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Se observa que la mayoría de las personas jóvenes de 0 a 29 años viajan entre amigos, mientras que los adultos de 30 a 64 prefieren hacerlo en familia. Una minoría son personas de la tercera edad que viajan en familia. Por ende la edad y como viajan si es un factor que influye en la llegada de visitantes.

La información que se obtiene mediante el cruce de las variables edad y el tipo de servicio de alimentación, se puede observar en la Tabla 3.

**Tabla 3**  
**Edad y tipo de servicio de alimentación**  
**(2019-2020)**

Edad	Tipo de alimentación			Total
	Restaurante	Restaurante y local de comida rápida	Local de comida rápida	
0-29	66	73	42	<b>181</b>
30-64	80	21	24	<b>125</b>
65 o más	3	3	0	<b>6</b>
<b>Total</b>	<b>149</b>	<b>97</b>	<b>66</b>	<b>312</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Al cruzar estas variables se observa que los jóvenes de 0 a 29 años no tienen inconveniente en utilizar cualquier tipo de servicio de alimentación, ya que consumieron alimentos tanto en restaurantes como locales de comida rápida. Con respecto a los visitantes adultos de 30 a 64 años la mayoría prefiere consumir alimentos en los restaurantes. El servicio de alimentación es utilizado en casi la totalidad de los visitantes ya que de 347 visitantes tan solo 35 no lo utilizaron.

En la Tabla 4 se identifica la siguiente información al cruzar las variables edad y tipo de alojamiento utilizado por los visitantes.

**Tabla 4**  
**Edad y tipo de alojamiento**  
**(2019-2020)**

Edad	Tipo de alojamiento		
	Área de acampar	Cabaña	Total
0-29	42	21	<b>63</b>
30-64	24	24	<b>48</b>
65 o más	0	7	<b>7</b>
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>52</b>	<b>118</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Se observa que del total de encuestados solo 118 visitantes se alojaron en la Laguna de Busa, más jóvenes de 0 a 29 años utilizaron el área de acampar, seguido por adultos de 30 a 64 años que se hospedaron tanto en el área de acampar como en las cabañas. Se concluye que las cabañas son el servicio menos utilizadas por los jóvenes, mientras que las personas de la tercera edad no suelen alojarse durante la visita.

La Tabla 5 presenta la información al cruzar las variables motivo de visita y como viaja.

**Tabla 5**  
**Motivo de la visita y como viaja**  
**(2019-2020)**

Motivo de la visita	Como viaja					Total
	Familia	Amigos	Pareja	Grupo turístico	Solo	
Solo el día	108	80	62	10	0	<b>260</b>
Una noche o más	21	28	24	7	0	<b>81</b>
Estudio	0	3	0	0	3	<b>6</b>
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>112</b>	<b>86</b>	<b>17</b>	<b>3</b>	<b>347</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación

Elaboración: Los autores

La Laguna de Busa recibe principalmente familias que prefieren ir de paseo solo el día. Se observa que los visitantes que pasan una noche o más llegan entre amigos, ya que el sitio está adecuado para hacer actividades al aire libre, las mismas que son ideales para este grupo. En conclusión casi la totalidad prefiere ir de paseo solo el día, mientras que un grupo minoritario pernocta en el sitio especialmente entre amigos.

En la Tabla 6 se visualiza la información cruzada de las variables ciudad o cantón de procedencia con el tipo de alojamiento.

**Tabla 6**  
**Ciudad o cantón de procedencia y tipo de alojamiento**  
**(2019-2020)**

Ciudad o cantón	Tipo de alojamiento		
	Área de acampar	Cabaña	Total
Cuenca	56	24	<b>80</b>
Machala	4	7	<b>11</b>
San Fernando	5	3	<b>8</b>
Portoviejo	0	7	<b>7</b>
Guayaquil	0	3	<b>3</b>
Loja	3	0	<b>3</b>
Quito	0	3	<b>3</b>
Quevedo	0	3	<b>3</b>
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>50</b>	<b>118</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

El área de acampar es el servicio de alojamiento más utilizado en la Laguna de Busa principalmente por visitantes provenientes de la ciudad de Cuenca, seguido por el uso de las cabañas al igual por cuencanos. Se observa que los visitantes de la costa prefieren pernoctar en cabañas.

En la Tabla 7 se identifica la información de cruce de las variables ocupación de los visitantes con el gasto de alimentación en la Laguna de Busa.

**Tabla 7**  
**Ocupación y gasto de alimentación**  
**(2019-2020)**

Ocupación	Gasto de alimentación en US\$							Total
	10-19	05-09	20-29	Menos de 04	30-39	40-49	50 o más	
Empleado privado	42	17	17	17	10	10	3	<b>116</b>
Estudiante	22	41	10	0	0	0	0	<b>78</b>
Empleado público	27	21	3	0	3	3	0	<b>58</b>
Trabajador cuenta propia	21	10	7	3	0	3	0	<b>44</b>
Labores domesticas	7	3	0	0	0	0	0	<b>10</b>
Jubilado	0	0	0	0	3	0	0	<b>3</b>
Desempleado	0	0	3	0	0	0	0	<b>3</b>
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>92</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>3</b>	<b>312</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Los empleados privados son quienes gastaron más en alimentación al momento de la visita a la Laguna de Busa y su gasto promedio es de US\$ 10,00 a US\$ 19,00, pese a esto son los únicos que están dispuestos a gastar de US\$ 30,00 a más. Con respecto a los visitantes que estudian, el valor representativo de gasto es de US\$ 5,00 a US\$ 9,00. Se observa que los visitantes que menos gastos realizaron en alimentación son los jubilados y los desempleados.

La información a cerca del cruce de las variables ocupación y gasto en alojamiento se observa en la Tabla 8.

**Tabla 8**  
**Ocupación y gasto de alojamiento**  
**(2019-2020)**

Ocupación	Gasto de alojamiento en US\$					Total
	05-09	20-29	10-19	30-39	50-59	
Empleado privado	24	7	7	3	3	44
Estudiante	14	7	13	0	0	34
Empleado público	14	10	3	0	0	27
Trabajador cuenta propia	3	4	0	0	0	7
Labores domesticas	0	6	0	0	0	6
Jubilado	0	0	0	0	0	0
Desempleado	0	0	0	0	0	0
<b>Totales</b>	<b>55</b>	<b>34</b>	<b>23</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>118</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

El gasto más repetitivo en el servicio de alojamiento corresponde a los empleados privados con un valor de US\$ 5,00 a US\$ 9,00, al igual que la Tabla 7 este grupo de visitantes está dispuesto a pagar US\$ 30,00 o más por este servicio. Se identifica que los jubilados y desempleados no se alojaron en la Laguna de Busa.

## **5.2 La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa con el precio, limpieza, seguridad, trato, calidad y actividades recreativas**

A continuación se analiza la satisfacción y la insatisfacción de los visitantes con los servicios y actividades que tienen variables comunes.

En la Tabla 9 se identifica la satisfacción y la insatisfacción con relación a los diferentes precios de los servicios que se ofrecen la Laguna de Busa.

**Tabla 9**  
**Satisfacción con los precios**  
**(2019-2020)**

Precio	Satisfacción	Insatisfacción
Ingreso a la Laguna de Busa	71%	29%
Menú en los restaurantes	83%	17%
Menú en locales de comida rápida	92%	8%
Cabañas	100%	0%
Áreas para acampar	100%	0%
<b>Promedio</b>	<b>89%</b>	<b>11%</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Los visitantes a la Laguna de Busa quedaron completamente satisfechos con respecto a los precios del servicio de alojamiento en las cabañas y áreas para acampar. El promedio de la satisfacción con el precio en general llegó a nueve décimos es importante mencionar que hay prácticamente un tercio de visitantes insatisfechos con el precio de ingreso, a pesar de lo anterior el promedio de insatisfacción es tan solo un décimo. La insatisfacción con relación al pago por el ingreso a la laguna, lo cual se comprende debido a que el camino de acceso se encuentra pavimentado únicamente en unos tramos y el parqueadero es de tierra, es decir se cobra por el ingreso pero no se tiene servicios de calidad a cambio.

La Tabla 10 muestra la satisfacción y la insatisfacción con respecto a la limpieza de los diferentes espacios de la Laguna de Busa.

**Tabla 10**  
**Satisfacción con la limpieza**  
**(2019-2020)**

<b>Limpieza</b>	<b>Satisfacción</b>	<b>Insatisfacción</b>
Atractivo turístico	97%	3%
Restaurantes	97%	3%
Locales de comida rápida	95%	5%
Cabañas	92%	8%
Áreas para acampar	92%	8%
<b>Promedio</b>	<b>95%</b>	<b>5%</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Los visitantes a la Laguna de Busa quedaron satisfechos casi en la totalidad en cuanto a la limpieza del atractivo turístico, es decir el área verde, senderos, baños y estacionamiento, además calificaron con el mismo porcentaje a los restaurantes. El promedio general de satisfacción con la limpieza es de diecinueve veinteavos.

En cuanto a la insatisfacción es mínima representando un veinteavo, en la visita de campo se corroboró aspectos como la limpieza de las cabañas que a pesar de reservar con anterioridad la limpieza no es notoria. Pese a todo esto la Laguna de Busa se mantiene limpia, no se observó basura en la laguna ni en las áreas verdes.

A continuación, en la Tabla 11, se presenta la satisfacción y la insatisfacción con la seguridad en los diferentes espacios de la Laguna de Busa.

**Tabla 11**  
**Satisfacción con la seguridad**  
**(2019-2020)**

Seguridad	Satisfacción	Insatisfacción
Atractivo turístico	92%	8%
Cabañas	77%	23%
Áreas para acampar	92%	8%
<b>Promedio</b>	<b>87%</b>	<b>13%</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Las mejores calificaciones con respecto a la satisfacción con la seguridad son para el atractivo turístico y áreas para acampar con más de nueve décimos; donde los visitantes se sienten muy tranquilos. El promedio general con la seguridad en la Laguna de Busa alcanzó más de cuatro quintos y casi tres veinteavos quedaron insatisfechos.

De otra parte, se observa que existe un porcentaje representativo de visitantes insatisfechos con la seguridad de las cabañas, debido ya que a pesar de percibir un ambiente tranquilo durante la noche, no existe personal para el control de ingreso ni para la vigilancia continua del atractivo turístico.

En la Tabla 12 se observa la satisfacción y la insatisfacción con el trato recibido en los diferentes servicios de la Laguna de Busa.

Tabla 12

**Satisfacción con el trato recibido  
(2019-2020)**

Trato	Satisfacción	Insatisfacción
Restaurantes	98%	2%
Comida rápida	100%	0%
Cabañas	100%	0%
Áreas para acampar	100%	0%
<b>Promedio</b>	<b>99,5%</b>	<b>0,5%</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Los visitantes quedaron absolutamente satisfechos con el trato recibido en el servicio de alojamiento y en los locales de comida rápida. Se observa que la insatisfacción en este aspecto no alcanzó ni un veinteavo. Nuevamente el servicio de alojamiento es el mejor calificado ocasionando así la casi totalidad de satisfacción en general con el trato. El trato brindado tanto en el servicio de alojamiento como en los restaurantes es el mismo, ya que los dueños de los restaurantes son los encargados de las reservas de las cabañas y áreas para acampar.

No obstante lo anterior, una minoría de visitantes están insatisfechos ya que, pese a lo expuesto, el trato en el servicio de restaurantes no es personalizado, debido a las múltiples tareas que realiza una sola persona.

La satisfacción y la insatisfacción con la calidad en los diferentes servicios de la Laguna de Busa se muestran en la Tabla 13.

Tabla 13

**Satisfacción con la calidad  
(2019-2020)**

Calidad	Satisfacción	Insatisfacción
Restaurantes	98%	2%
Comida rápida	97%	3%
Cabañas	100%	0%
Áreas para acampar	100%	0%
<b>Promedio</b>	<b>99%</b>	<b>1%</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Los visitantes a la Laguna de Busa quedaron satisfechos casi en la totalidad con respecto a la calidad del servicio en general. Se observa una vez más la satisfacción total con respecto al servicio de alojamiento. Solo una minoría quedó insatisfecho con este aspecto, esto se debe a que visitantes con niveles de exigencia altos se fijan en detalles que aunque parezcan insignificantes influyen en la calificación, como por ejemplo mantelería y vajilla en estado regular, la formación del personal y la seguridad alimentaria.

La Tabla 14 muestra la satisfacción con las diferentes actividades recreativas de la Laguna de Busa.

Tabla 14

**Satisfacción con las actividades recreativas  
(2019-2020)**

Actividad	Satisfacción	Insatisfacción
Caminata	99%	1%
Pesca	86%	14%
Botes	94%	6%
Cabalgata	100%	0%
<b>Promedio</b>	<b>95%</b>	<b>5%</b>

Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

La actividad pagada que obtuvo el mejor puntaje es la de cabalgata con la totalidad de satisfacción, esta no es relevante ya que es la menos utilizada por los visitantes, al contrario de la actividad de botes que representa casi diecinueve veinteavos que es la más utilizada. En cuanto a la caminata es la que mejor resultado obtuvo con referencia a las actividades sin costo, representando a casi la totalidad de la satisfacción.

El porcentaje de insatisfacción es un veinteavo. El promedio general con respecto a la satisfacción con las actividades recreativas representa diecinueve veinteavos, es decir son muy buenas. Se determinó que la caminata y la pesca por ser actividades sin costo son las más utilizadas, aunque esta última con mayor insatisfacción no porque sea mala si no por la dificultad que tienen algunos visitantes para pescar.

Como se observa en las tablas anteriores la satisfacción general de los visitantes a la Laguna de Busa es casi completa, ciertos factores han ocasionado la disminución de la calificación como son el costo de ingreso y la seguridad de las cabañas que tienen un porcentaje de insatisfacción mayor a



un décimo, pero aun así no ocasionan un disminución considerable en la satisfacción de los visitantes.

### **5.3 Gasto turístico**

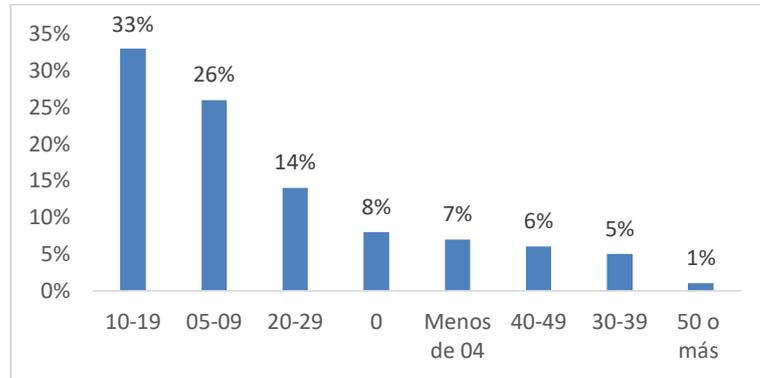
En el caso de familias las encuestas fueron realizadas únicamente a una persona, ya que usualmente el gasto es compartido, para obtener el gasto individual se dividió el gasto total para el número de miembros. En cuanto a personas que conforman grupos de amigos, parejas y grupos turísticos la encuesta fue aplicada en todos los integrantes por ser un gasto individual.

Cabe recalcar que no todas las personas gastan en alimentación ya que a veces llevan su propia comida al igual que otras personas visitan la Laguna de Busa solo por un día y no utilizan ningún servicio de alojamiento.

De inmediato se representaran en los dos siguientes gráficos los gastos por alimentación y alojamiento.

En el siguiente grafico se presenta el gasto que corresponde al rubro de alimentación de los visitantes a la Laguna de Busa.

**Gráfico 46**  
**Gasto de alimentación en US\$ de los visitantes**  
**a la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

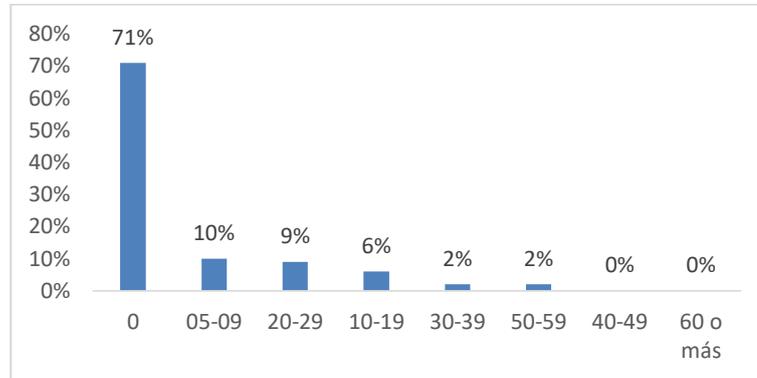
Un tercio de los visitantes dijo que su gasto en alimentación es de US\$ 10,00 a US\$ 19,00, se puede conseguir comida desde US\$ 1,00 en comida rápida y aproximadamente desde US\$ 2,00 en restaurantes. Más de un cuarto comentó que su gasto es de US\$ 5,00 a US\$ 9,00. Casi tres veinteavos respondieron que su gasto es de US\$ 20,00 a US\$ 29,00.

Casi un décimo no utilizó el servicio de alimentación. Más de un veinteavo gastó menos de US\$ 4,00 ya que el principal interés de muchos de los visitantes no es ir y consumir en el restaurante o locales de comida rápida, sino disfrutar del paisaje, infraestructura y realizar actividades de recreación.

Lo expuesto demuestra que la mayoría de personas consumió un plato o más durante su visita. Los resultados con gastos más elevados corresponden a visitantes que se alojaron más de un día.

Finalmente se grafica el gasto de alojamiento de los visitantes a la Laguna de Busa.

**Gráfico 47**  
**Gasto de alojamiento en US\$ de los visitantes**  
**a la Laguna de Busa**  
**(2019-2020)**



Fuente: Encuesta del proyecto de investigación  
Elaboración: Los autores

Casi tres cuartos de los visitantes no utilizaron ningún servicio de alojamiento. Un décimo de los visitantes a la Laguna de Busa respondió que su gasto en alojamiento es de US\$ 5,00 a US\$ 9,00. Casi un décimo gastó entre US\$ 20,00 y US\$ 29. Más de un veinteavo respondió que su gasto es de US\$ 10,00 a US\$ 19,00. Como se mencionó en el Gráfico 43 la mayoría de visitantes llegan solo por un día, por lo que existe un grupo minoritario que se aloja en la Laguna de Busa



## Conclusiones

La Laguna de Busa posee una amplia oferta turística, como la laguna, el cerro San Pablo, vías de acceso, restauración, alojamiento, áreas de esparcimiento y recreación, ideal para los amantes de la naturaleza y para quienes desean disfrutar de un lugar tranquilo y acogedor. Convirtiéndola así en un atractivo turístico muy interesante para los visitantes que aman los campamentos y vida al aire libre.

Los factores de la oferta turística como: costo de ingreso, limpieza, seguridad, accesibilidad y belleza paisajística obtuvieron muy buenas calificaciones, es decir los clientes cumplieron en la mayoría las expectativas que tenían al visitar el atractivo turístico, siendo esto muy importante ya que los visitantes darán buenas referencias a más personas para que acudan al lugar.

Los visitantes a la Laguna de Busa se sintieron tranquilos, seguros, llegaron sin mayor inconveniente y disfrutaron del encanto natural del sitio. Mediante el estudio de campo se pudo corroborar que ciertos aspectos se pueden mejorar sobre todo con la seguridad en general de la Laguna de Busa. Además las autoridades pertinentes deberían hacer énfasis en la mejora del sistema vial, para así permitir un mejor acceso al cantón San Fernando y por ende a la Laguna de Busa.

Las actividades recreativas de la Laguna de Busa dejaron satisfechos a casi la totalidad de los visitantes. Dentro de las actividades gratuitas más realizadas y con mejor calificación esta la caminata, seguido por la pesca. Con respecto a las actividades pagadas la más realizada es el paseo en bote. Estas tuvieron gran aceptación ya que al ser la Laguna de Busa un atractivo natural estos servicios permite al visitante el mayor contacto con la naturaleza y así poder observar la fauna y flora silvestre. La actividad pagada menos realizada es la cabalgata, pese a esto los visitantes que utilizaron este servicio quedaron



completamente satisfechos y sin embargo la mayoría de ocasiones el servicio está disponible para los visitantes, como se pudo comprobar en las visitas de campo, en las cuales además se corroboró aspectos que pueden ser mejorados como por ejemplo dar mantenimiento o remplazar los botes y chalecos salvavidas que se encuentran en mal estado, además se recomienda implementar personal salvavidas o por lo menos capacitar al personal en primeros auxilios e implementar equipos para esto.

Los visitantes a la Laguna de Busa prefieren utilizar el servicio de restaurante para su alimentación. Pese al buen nivel de satisfacción en general de los visitantes tanto en los restaurantes como en los locales de comida rápida, ciertos aspectos recibieron calificaciones menores en comparación con el alojamiento. El nivel de exigencia de los visitantes es bajo, puesto que no se fijan en detalles que pueden hacer que el atractivo sea mucho mejor, ya que el principal objetivo de la mayoría simplemente es tener un lugar donde consumir alimentos, por ello este servicio es uno de los mejor calificados sobre todo en los locales de comida rápida. Se verificó mediante el estudio de campo que las personas más satisfechas con la variedad del menú fueron las personas de la costa por el simple hecho de ser una gastronomía diferente a la de su región. Un aspecto favorable es que los restaurantes ofrecen la preparación de la trucha pescada por los visitantes ayudando esto a elevar la satisfacción con respecto al servicio de alimentación. Las calificaciones son aceptables, pero se podrían mejorar tratando de generar una relación positiva entre calidad, variedad y precio. Se puede revisar el menú de todos los restaurantes y rediseñar para ampliar la oferta y mejorar la calidad. La mayoría de restaurantes no cuentan con personal suficiente, se debería capacitar a los dueños y sus familias en el área de cocina y atención al cliente por ser negocio familiares, y que adicionalmente comprendan la importancia de un cliente bien atendido.



El servicio de alojamiento más utilizado por los visitantes a la Laguna de Busa es el área para acampar con calificación casi absoluta en la satisfacción de todos los aspectos. Este sector es el que menos cambios ameritan de acuerdo a los visitantes debido a las altísimas calificaciones que recibió de todos los aspectos analizados, ya que obtuvo menos porcentajes desfavorables de calificación como se puede apreciar en el capítulo cuatro. No obstante lo anterior, resultado de nuestro trabajo de campo consideramos que los visitantes han sido generosos con sus calificaciones y que existen niveles mayores de exigencia en cuanto a confort que deben ser considerados. Por lo anotado hay que realizar mejoras por ejemplo en el servicio de energía eléctrica para que pueda usarse una mayor cantidad de artefactos eléctricos.

El servicio de área para acampar es el favorito de los visitantes que pernoctan, por lo que las plataformas para esta actividad deberían contar con mantenimiento constante ya que el clima las deteriora, inclusive incrementar su número.

La Laguna de Busa recibe visitantes principalmente jóvenes, tanto hombres como mujeres, es importante considerar que viajan en familia o entre amigos y cuyo medio de influencia para visitar el sitio es por recomendaciones de familiares y amigos. La mayoría de los visitantes a la Laguna de Busa van solo a pasar el día por lo que se podría combinarla con otros atractivos del cantón inclusive de Cuenca para aumentar el tiempo de estadía generando beneficios no solo para el San Frenando si no para la provincia. Por medio del trabajo de campo se concluyó que la mayoría de los visitantes llegaban por recomendaciones, por lo que se comprueba que satisfacer las necesidades de los visitantes es de suma importancia para generar buenos comentarios y así tener publicidad gratuita, aunque sería muy útil implementar más promoción turística para incrementar la llegada de visitantes sobre todo del Azuay ya que este es un atractivo provincial.



Los visitantes a la Laguna de Busa gastan más en alimentación que en alojamiento. Casi la totalidad de los visitantes consumieron algún alimento en el atractivo turístico solo una minoría llevó su propia comida o no consumió nada. Evidenciándose así que ofrecer productos y servicios de calidad en cuanto a alimentación es indispensable para la satisfacción de los visitantes. Los gastos hechos por el visitante en alojamiento son menor.

La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa tienen una relación positiva con la calidad de las actividades y servicios del sitio, pese a que influyeron ciertos factores en porcentajes mínimos es un atractivo natural con las condiciones suficientes para recibir visitantes y satisfacer sus necesidades. Es por eso que el casi la totalidad de los encuestados tiene predisposición de volver.



## Referencias

- Devesa, M., Laguna, M., y Palacios, A. (2009). Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo: el caso de un destino interior. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 13(35-36). Recuperado de <http://reme.uji.es/articulos/numero35/article9/article9.pdf>
- Fuentes, M., Hernández, E., y Morini, S. (2016). Q de calidad y satisfacción del turista en el sector hotelero español. *Cuadernos de Turismo*(37). Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/256211>
- Laguna, M., y Palacios, A. (2009). La calidad percibida como determinante de tipologías de clientes y su relación con la satisfacción: Aplicación a los servicios hoteleros. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(3). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3111153>
- Marinao, E. (2018). Determinants of Satisfaction with the Tourist Destination. *Intechopen*, 3. doi: 10.5772 / intechopen.70343
- Mora Contreras, Cesar Enrique (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4717/471747525008>
- Moreno Gil, S., Celis Sosa, D., y Aguiar Quintana, T. (2002). Análisis de la satisfacción del turista de paquetes turísticos respecto a las actividades de ocio en el destino: el caso de República Dominicana. *Cuadernos de Turismo*(9). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39800906>
- Oliver, R. (1997). *Satisfaction: A Behavioural Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Organización Mundial del Turismo. (2015). *Manual práctico de gestión integral de la calidad de los destinos turísticos – Conceptos, implementación y herramientas para autoridades, instituciones y gestores de destinos*.



Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416844>

Pasquotto, M., Monfort, M., y De Oliveira, D. (2012). Elementos determinantes de la satisfacción del consumidor de servicios turísticos. *Estudios y perspectivas en Turism*(21). Recuperado de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N05/v21n5a10.pdf>

Pokryshkina, M. (2015). *The Impact of Customer Service Quality on Customer Satisfaction in Tourism Sector*. Tampere: Tampere University of Applied Sciences.

Prada Trigo, J., Armijos Chillogallo, D., Crespo Cordova, A., y Torres León, L. (2017). Destinos turísticos culturales y satisfacción. Diferencias en la intención de regreso. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(4). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180752919006>

Tigani, D. (2006). *Excelencia en servicio*. Recuperado de [http://www.laqi.org/pdf/libros\\_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf](http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf)



## **ANEXOS**

### **Anexo 1**

#### **Diseño de tesis aprobado**

##### **1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020

##### **2. NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES / CORREO ELECTRÓNICO**

Andrea Mercedes Pando López - andrea.pando2212@ucuenca.edu.ec

David Ricardo Verdugo Chicaiza - david.verdugo1506@ucuenca.edu.ec

##### **3. RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

El presente proyecto de investigación busca establecer la satisfacción de los visitantes que llegan a la Laguna de Busa del cantón San Fernando. La orientación es de carácter cualitativo, las técnicas que se emplearán son análisis documental y encuestas las cuales contarán con preguntas de elección múltiple, abiertas y cerradas.

El trabajo se ceñirá a las normas del Manual APA sexta edición de la American Psychological Association y el Manual para trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Unidad de titulación de Leonardo Torres León, Marlene Jaramillo Granda, Cristina Barzallo Neira, Daniela Armijos y Sandra Pesantez Loyola.



#### **4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

El cliente siempre ha sido el centro de atención de los negocios, muchos de los indicadores para las campañas, estrategias, puntos de venta, entre otros aspectos están dirigidos hacia él, por lo que hoy en día es necesario conocer si un cliente queda o no satisfecho o si se han cumplido o no con sus expectativas al momento de consumir un producto o un servicio.

La Laguna de Busa no es la excepción. Este sitio, considerado uno de los más visitados de la provincia del Azuay atrae a muchos visitantes anualmente, ésta se encuentra ubicada a pocos minutos de la cabecera cantonal de San Fernando la cual posee incomparable belleza natural por el entorno que la rodea, ideal para que los amantes de la naturaleza realicen *camping* y actividades al aire libre, además de disfrutar de su singular paraje natural, practicar pesca deportiva, caminatas, descansar y descubrir sus encantos.

Todos estos datos ayudan con información valiosa para mejorar en diferentes aspectos como: la venta, la atención, la calidad e incluso identificar puntos en los que se falla para generar estrategias que ayuden a la mejora de los productos o servicios y potenciar el turismo en el sitio.

#### **5. MARCO TEÓRICO**

El turismo es el fenómeno que se presenta cuando uno o más individuos se trasladan a uno o más sitios diferentes de los de su residencia habitual por un periodo mayor a veinte y cuatro horas y menor de ciento ochenta días (Ibáñez y Cabrera, 2011, p. 32), es decir pasar la noche fuera de su lugar habitual de vivienda, sin participar en los mercados de trabajo y capital de los sitios visitados.



Para reconocer la satisfacción de un visitante es necesario conocer el significado de servicio definiéndolo como cualquier trabajo hecho por una persona en beneficio de otra (Tigani, 2006, p. 26), es decir realizar una actividad para satisfacer las necesidades de una persona.

La belleza escénica es conocida como un servicio que aporta varios beneficios a la sociedad, cuyo fin es la conservación y el disfrute del patrimonio y que constituido por recursos naturales y culturales (Prodern, s.f, p. 1), que a su vez son de un incomparable valor.

Atractivo turístico es un registro valorado que debido a sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación. Por lo que es parte importante del patrimonio turístico y a la vez constituye un elemento primordial para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio (Mintur, 2018, p. 31), por tanto, un lugar de interés donde acuden muchos visitantes debido al valor del sitio y por las actividades que se pueden realizar en el mismo.

El servicio es considerado como el medio para entregar valor a los clientes, para así facilitar los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos (Van Bon, 2008, p. 21), es decir sin un valor adicional al costo del producto.

Al referir el termino alojamiento se dice que es una actividad turística que puede ser dirigida tanto por personas naturales como jurídicas, y consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros (Mintur, 2016, p. 3), en el ámbito turístico existen diferentes tipos de alojamiento tales como hoteles, hostales, apartamentos, cabañas, etc.



El servicio de alimentos y bebidas son todas las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares entre otros, cuyo fin es la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo (Mintur, 2018, p. 2), a esto se puede incluir otros servicios complementarios relacionados con el ocio.

Un producto turístico es definido como el conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística (Mincetur, 2014, p. 10), recalcando que componentes tangibles serían todas las cosas que se pueden tocar o utilizar en el servicio turístico y recursos intangibles todos los conocimientos y saberes del sitio turístico.

Dentro del ámbito turístico hay términos muy importantes a tener en cuenta al momento de realizar o ejecutar turismo, los cual se refieren a continuación:

El viajero es cualquier persona que viaje entre dos o más países o entre dos o más localidades de su país de residencia habitual (OMT, 1995, p. 5), es decir que pasa la noche en un lugar diferente a su domicilio.

El concepto acerca de lo que es un viajero refiere que es toda persona que se moviliza dentro de su país o fuera del mismo donde reside, por cualquier razón y utilizando cualquier tipo de medio de transporte (Esteve, Torres, Fuentes y Martín, 2005, p. 145), ya sea de manera terrestre, aéreo o marítimo, dependiendo del medio que más sea utilizado durante el viaje.

A un turista se lo conoce como todo visitante que pasa la noche fuera del lugar de su residencia, en el lugar donde se encuentra visitando (INEC, 2016, p. 6), se dice entonces que el visitante se encuentra realizando una actividad inusual a la habitual.



Los visitantes además son considerados como un tipo de viajeros relacionados con el turismo (OMT, 1995, p. ídem.), es decir que un visitante es un tipo de turista.

El visitante también es definido por otros autores como toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, ya sea dentro o fuera de su país de residencia, por una duración menor de doce meses y cuya finalidad primordial no es la de ejercer actividad remunerada en el lugar visitado (INEC, s.f, p. 6), se refiere a no generar ingresos para sí mismo, si no dejar divisas en el sitio visitado.

Un cliente es conocido como el consumidor que repite la acción de comprar productos o servicios que ofrecen las empresas (Vivas, 2010, p. 14), si se cumplió sus expectativas el cliente regresará a consumir de nuevo el servicio ofrecido.

Para poder valorar la satisfacción de un visitante es necesario partir del concepto de calidad al momento de brindar un producto o servicio. La calidad se define como la dimensión en que una cosa o experiencia satisface una necesidad, solucionar un problema o agrega valor para alguien (Tigani, 2006, p. 32), es decir es el conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las de la competencia.

La calidad también es un proceso de mejora continua, es decir cuando se presenta una falla corregirla, para así lograr la satisfacción de los clientes en la siguiente ocasión (Álvarez, 2006, p. 5) y por medio de todas las áreas de la empresa anticipándose a las necesidades de los mismo además participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios.



La satisfacción del cliente se define como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (Kotler, 2006, p. 144), y esto se conocerá mediante si se cumplieron o no sus expectativas al momento de consumir dicho producto o servicio. La satisfacción del cliente también es conocida como el comportamiento que presentan los individuos luego de haber consumido un producto o servicio (Thompson, 2005, p. 2), y se identifica luego de conocer si se cumplen o no sus expectativas.

La expectativa, es todo lo que un cliente espera al momento de consumir un producto o servicio (Ídem), es decir determinar si un producto o servicio fue bueno o malo y además las expectativas son definidas como las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo (Ídem), es decir el impulso que los clientes tienen al momento de consumir un producto o servicio.

El concepto de excelencia es conocido como el nivel más alto, donde se superan las expectativas del cliente, es donde están las ventajas competitivas sustentables (Tigani, 2006, p. 29), es lo máximo que espera recibir el consumidor por un producto o servicio.

## **6. OBJETIVOS**

### **General**

Determinar la satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020

### **Específicos**

1. Establecer la satisfacción con la belleza escénica de la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020



2. Conocer la satisfacción con el servicio de alimentación que se ofrece en la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020
3. Determinar la satisfacción con el servicio de alojamiento que se ofrece en la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020
4. Relacionar el grado de satisfacción y las características demográficas de los visitantes a la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020.

## 7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo será ejecutado a partir del método cualitativo, por medio del cual se obtendrán características demográficas de los turistas, además se conocerá si sus expectativas se cumplen al momento de visitar el sitio y conocer la disposición de los visitantes para regresar a la laguna.

Las técnicas que se utilizaran para la investigación son: la técnica documental para la recolección de información existente y además encuestas con preguntas de opción múltiple, preguntas abiertas y cerradas.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Gallego, I. (2006). Introducción a la Calidad. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books/about/Introducci%C3%B3n\\_a\\_la\\_Calidad.html?id=Og6K9F8X8rUC&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books/about/Introducci%C3%B3n_a_la_Calidad.html?id=Og6K9F8X8rUC&redir_esc=y)
- American Psychological Association. (2010). *Manual de Publicaciones de la American Psychological Association*. (3ra ed.). México. El manual moderno
- Avecillas Torres, A. I. (2015). *Análisis del nivel de satisfacción del cliente en los alojamientos turísticos de primera categoría del cantón Gualaceo 2014*. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/21614>



- Camisón, C., Cruz, S., y González, T. (2006). *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Recuperado de <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/105otler105-de-la-calidad.pdf>
- Denove, C., y Power, J. (2006). *La satisfacción del cliente*. Recuperado de [http://www.administracion.yolasite.com/resources/La\\_satisfaccion\\_del\\_cliente.pdf](http://www.administracion.yolasite.com/resources/La_satisfaccion_del_cliente.pdf)
- Esteve Secall, R., Torres Bernier, E., Fuentes García, R., y Martín Rojo, M. (2006). *Estructura de Mercados Turísticos*. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=WskyO-x2EZAC&pg=PA348&lpg=PA348&dq=toda+persona+que+se+desplaza+dentro+o+fuera+de+su+pa%C3%Ads+de+residencia,+por+cualquier+motivo+y+utilizando+cualquier+medio+de+transporte&source=bl&ots=JJE8RhiC3O&sig=EK0IQuW0RD\\_FaPH32CzgKAu8Ewc&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiux8-yuvraAhWkpFkKHaUJDicQ6AEIMzAB#v=onepage&q=toda%20persona%20que%20se%20desplaza%20dentro%20%20fuera%20de%20su%20pa%C3%Ads%20de%20residencia%2C%20por%20cualquier%20motivo%20y%20utilizando%20cualquier%20medio%20de%20transporte&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=WskyO-x2EZAC&pg=PA348&lpg=PA348&dq=toda+persona+que+se+desplaza+dentro+o+fuera+de+su+pa%C3%Ads+de+residencia,+por+cualquier+motivo+y+utilizando+cualquier+medio+de+transporte&source=bl&ots=JJE8RhiC3O&sig=EK0IQuW0RD_FaPH32CzgKAu8Ewc&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiux8-yuvraAhWkpFkKHaUJDicQ6AEIMzAB#v=onepage&q=toda%20persona%20que%20se%20desplaza%20dentro%20%20fuera%20de%20su%20pa%C3%Ads%20de%20residencia%2C%20por%20cualquier%20motivo%20y%20utilizando%20cualquier%20medio%20de%20transporte&f=false)
- Federación de Empresas de Turismo de Chile. (2008). *Glosario de Turismo*. Recuperado de [http://www.fedetur.org/otros\\_estudios\\_y\\_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf](http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf)
- Fukui, R., Honda, Y., Inoue, H., Kaneko, N., Miyauchi, I., Soriano, S., y Yagi, Y. (2003). *Manual de Administración de la Calidad Total y Círculos de Control de Calidad*. Recuperado de [http://www.inacal.org.uy/files/userfiles/file/VII\\_%20ManualACTyCCC.pdf](http://www.inacal.org.uy/files/userfiles/file/VII_%20ManualACTyCCC.pdf)
- García Quiroga, F. y Sotelo Pérez, M. (2011). *Transformaciones de las tendencias turísticas y su influencia en el medio ambiente: El estudio de*



- caso de la provincia de Ávila. Recuperado de [https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-41211/45\\_F%20GarciaQuiroga%20M%20SoteloPerez.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-41211/45_F%20GarciaQuiroga%20M%20SoteloPerez.pdf)
- Gobierno de Navarra. (2009). *Guía para medir la satisfacción respecto a los servicios prestados*. Recuperado de <http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/5a006CFC-7EBC-4a3F-9FA5-4574ADA817D8/0/GuiaPARAMEDIRLASATISFACCION2012.pdf>
- González Bolea, L., Carmona Calvo, M. A., y Rivas Zapata, M. A. (2007). *Guía para la medición directa de la satisfacción de los clientes*. Recuperado de <http://www.centrosdeexcelencia.com/wp-content/uploads/2016/09/106otl-satisfaccion-clientes.pdf>
- Ibáñez Pérez, R. M., Cabrera Villa, C. (2011). *Teoría general del turismo: Un enfoque global y nacional*. Recuperado de [http://uabcs.mx/difusion2017/files/libros/pdf/184\\_20160908023838.pdf](http://uabcs.mx/difusion2017/files/libros/pdf/184_20160908023838.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f) *¿Qué es el Turismo?* Recuperado de <https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/106otler106c/turismo.pdf>
- Kotler, P. y Keller, L. (2006). *Dirección de marketing*. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=CoHT8SmJVDQC&pg=PA144&lp g=PA144&dq=106otler+106otler106cción+cliente&source=bl&ots=l5tNPq zNYq&sig=0wpl6mkWWDJnw-K0hrABOE\\_rFFE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj0moi\\_7tPbAhWDuVvKH et5A2oQ6AEImQEwDA#v=onepage&q=106otler%20satisfaccion%20clie nte&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=CoHT8SmJVDQC&pg=PA144&lp g=PA144&dq=106otler+106otler106cción+cliente&source=bl&ots=l5tNPq zNYq&sig=0wpl6mkWWDJnw-K0hrABOE_rFFE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj0moi_7tPbAhWDuVvKH et5A2oQ6AEImQEwDA#v=onepage&q=106otler%20satisfaccion%20clie nte&f=false)
- López Roldán, P., y Fachelli, S. (2015). *Metodología De La Investigación Social Cuantitativa*. Recuperado de [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf)



- Márquez, G. (2010). *Satisfacción de los clientes*. Recuperado de [https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/clase1\\_clientes.pdf](https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/clase1_clientes.pdf)
- Mincetur. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- Ministerio de turismo. (2018). *Manual de atractivos turísticos*. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Ministerio de turismo. (2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de turismo. (2018). *Reglamento turístico de alimentos y bebidas*. Recuperado de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas\\_OCTUBRE.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf)
- Morales, A. (2012). *Estadística y probabilidades*. Recuperado de <http://www.x.edu.uy/inet/EstadisticayProbabilidad.pdf>
- Oliveira, B. (2011). Determinantes de la satisfacción del turista. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v20n1/v20n1a13.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f). *Introducción al Turismo*. Recuperado de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Prodern. (s.f). *Belleza escénica y ecoturismo*. Recuperado de <http://prodern.minam.gob.pe/content/belleza-escénica-y-ecoturismo>
- Rojas Castro, G. (2016). *Análisis del nivel de satisfacción del cliente en los restaurantes de primera categoría del cantón Paute 2015*. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25635>



- Torres León, L., Jaramillo Granda, M., Barzallo Neira, C., Armijos, D., y Pesantez Loyola, S. (2016). *Manual para trabajos de titulación. Facultad de Ciencias de la Hospitalidad. Unidad de titulación*. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec>
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en servicio*. Recuperado de [http://www.laqi.org/pdf/libros\\_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf](http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf)
- Thompson, I. (2005). *La Satisfacción del cliente*. Recuperado de [http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion\\_del\\_Cliente.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf)
- Urgiles Criollo, C. (2012). *Análisis del nivel de satisfacción de los turistas en los restaurantes de comida típica El Maíz y Guajibamba de la ciudad de Cuenca*. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1742>
- Van Bon, J., Jong, A., Kolthof, A., Pieper, M., Tjassing, R., Veen, A. y Verheijen, T. (2008). *Gestión de Servicios TI basado en ITIL*. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=ENJEBAAAQBAJ&pg=PA21&lpg=PA21&dq=Es+un+medio+para+entregar+valor+a+los+clientes,+facilitando+los+resultados+que+los+clientes+quieren+conseguir+sin+asumir+costes+o+riesgos+espec%C3%Adficos&source=bl&ots=xH1KH7GSSS&sig=Oi4TZM7KDOSu0ht5mXpcAnTp5fo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj\\_x7C36NpbAhXxx1kKHZsADcYQ6AEIQjAE#v=onepage&q=Es%20un%20medio%20para%20entregar%20valor%20a%20los%20clientes%20facilitando%20los%20resultados%20que%20los%20clientes%20quieren%20conseguir%20sin%20asumir%20costes%20o%20riesgos%20espec%C3%Adficos&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=ENJEBAAAQBAJ&pg=PA21&lpg=PA21&dq=Es+un+medio+para+entregar+valor+a+los+clientes,+facilitando+los+resultados+que+los+clientes+quieren+conseguir+sin+asumir+costes+o+riesgos+espec%C3%Adficos&source=bl&ots=xH1KH7GSSS&sig=Oi4TZM7KDOSu0ht5mXpcAnTp5fo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj_x7C36NpbAhXxx1kKHZsADcYQ6AEIQjAE#v=onepage&q=Es%20un%20medio%20para%20entregar%20valor%20a%20los%20clientes%20facilitando%20los%20resultados%20que%20los%20clientes%20quieren%20conseguir%20sin%20asumir%20costes%20o%20riesgos%20espec%C3%Adficos&f=false)
- Vargas Melgarejo, L. M. (1994). *Sobre el concepto de percepción*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>



## 9. TALENTO HUMANO

La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa  
del cantón San Fernando, 2019-2020

RECURSO	DEDICACIÓN	VALOR TOTAL US\$
DIRECTOR	4 horas/ semana/ 12 meses	600,00
ESTUDIANTES	Estudiante 1 / 20 horas/ semana / 12 meses	800,00
	Estudiante 2 / 20 horas/ semana / 12 meses	800,00
TOTAL	1632 horas	2.200,00

Fuente: Manual para trabajos de titulación Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Autores: Andrea Mercedes Pando López-David Ricardo verdugo Chicaiza

## 10. RECURSOS MATERIALES

La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa  
del cantón San Fernando, 2019-2020

CANTIDAD	RUBRO	VALOR US\$
500 U	Fotocopias	10,00
150 u	Impresiones	7,50
4	Libros	20,00
1	Laptop	850,00
30	Transporte	300,00
1	Cámara Fotográfica	108,00
1 mes	Internet	20,00
Total		1.315,50

Fuente: Manual para trabajos de titulación Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Autores: Andrea Mercedes Pando López -David Ricardo verdugo Chicaiza



## 11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa  
del cantón San Fernando, 2019-2020.  
(Junio de 2019-Junio de 2020)**

ACTIVIDAD	MES												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1. Recolección y organización de la información.	x	x											
2. Trabajo de campo. Recolección de información a través de encuestas.			x	x	x	x	x	x	x				
3. Discusión y análisis de la información recolectada									x	x			
4. Integración de la información de acuerdo a los objetivos.										x			
5. Redacción del trabajo.										x	x		
6. Revisión final.											x	x	

**Fuente: Manual para trabajos de titulación Facultad de Ciencias de la Hospitalidad**

**Autores: Andrea Mercedes Pando López-David Ricardo verdugo Chicaiza**



## 12. PRESUPUESTO

La satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020.

Concepto	Aporte del Estudiante	Otros Aportes	Valor Total US\$
<b>TALENTO HUMANO</b>			
DIRECTOR	600,00		2.200,00
INVESTIGADORES	1.600,00		
<b>GASTOS DE MOVILIZACIÓN</b>	300,00		300,00
TRANSPORTE			
<b>GASTOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>			
INSUMOS Y MATERIAL DE ESCRITORIO, BIBLIOGRAFÍA E INTERNET	17,50		
	20,00		57,50
	20,00		
<b>EQUIPOS, LABORATORIOS Y MAQUINARIA</b>			
COMPUTADOR Y ACCESORIOS	850,00		958,00
	108,00		
<b>OTROS</b>			
<b>TOTAL</b>	2.727,50		3.515,00

Fuente: Manual para trabajos de titulación Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Autores: Andrea Mercedes Pando López -David Ricardo verdugo Chicaiza



## 13. ESQUEMA

Índice

Abstract

Agradecimiento

Dedicatoria

Introducción

### **Capítulo 1. La satisfacción con las belleza escénica de la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020.**

- 1.1 Paisaje natural
- 1.2 Limpieza
- 1.3 Estado de la infraestructura
- 1.4 Accesibilidad

### **Capítulo 2. La satisfacción con el servicio de alimentación que se ofrece en la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020**

- 2.1 Calidad del servicio
- 2.2 Atención al cliente

### **Capítulo 3. La satisfacción con el servicio de alojamiento que se ofrece en la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020**

- 3.1 Calidad del servicio
- 3.2 Atención al cliente

### **Capítulo 4. El grado de satisfacción y las características demográficas de los visitantes a la Laguna de Busa del cantón San Fernando, 2019-2020**

- 4.1 Análisis demográfico
- 4.2 Cuadros comparativos



## Anexo 2

### Encuesta en español para determinar la satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa

UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE TURISMO

**TRABAJO DE INVESTIGACION: La Satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa del  
cantón San Fernando, 2019-2020.**

Aviso importante: La presente encuesta es completamente anónima y los resultados de la misma no le afectarán en ningún sentido.

1. Sexo

M	F

2. Edad

0-29	
30-64	
65 o más	

3. Estado Civil

Soltero (a)	
Casado (a)	
Unión libre	
Otro	

4. País y ciudad de procedencia

País \_\_\_\_\_ Ciudad \_\_\_\_\_



5. Ocupación

Empleado público	
Empleado privado	
Trabajador por cuenta propia	
Estudiante	
Labores domesticas	
Jubilado	
Desempleado	

6. ¿Cuál es el motivo de su visita? Señale una sola opción

Trabajo	
Paseo de fin de semana (una noche o más)	
Estudio	
Paseo (solo el día)	

7. ¿Cómo viaja? Señale solo una opción

Solo(a)	
Pareja	
Amigos	
Grupo turístico, de estudio, etc.	
Familia N. _____	



8.

¿Cuál fue el medio que más influyó en la elección del destino?

Agencias de Viajes	
Internet	
Recomendación de familiares o amigos	
Televisión	

9. ¿Cuánto gastó usted en esta visita, en US\$?

Menos de 10	
10-19	
20-29	
30-39	
40-49	
50-59	
60 o más	

10. Califique el costo de ingreso a la Laguna de Busa

Muy alto	Alto	Bajo	Muy bajo

11. Califique la infraestructura de la Laguna de Busa

Muy buena	Buena	Mala	Pésima

12. Califique la limpieza de la Laguna de Busa

Muy limpia	Limpia	Sucia	Muy sucia



13. Califique la seguridad de la Laguna de Busa

Muy seguro	Seguro	Inseguro	Muy inseguro

14. Califique la accesibilidad a la Laguna de Busa

Muy buena	Buena	Mala	Pésima

15. Califique el paisaje natural en la Laguna de Busa

Muy bonito	Bonito	Poco Atractivo	Sin mayor atractivo

16. Califique las actividades en la Laguna de Busa

	Muy bueno	Bueno	Malo	Pésimo
Botes				
Pesca				
Caminata				
Otro Indique: _____				

17. Califique el servicio de alimentación en la Laguna de Busa de acuerdo al que usted consumió

Restaurante					
	Muy bueno	Bueno	Malo	Pésimo	
Cortesía y trato					
Rapidez					
Limpieza					
Calidad de servicio					
Variedad de la carta					
Precios					

Comida rápida					
	Muy bueno	Bueno	Malo	Pésimo	
Cortesía y trato					
Rapidez					
Limpieza					
Calidad de servicio					
Variedad de la carta					
Precios					



18. ¿Cuánto gastó usted en el servicio de alimentación, en US\$?

Menos de 04	
05-09	
10-19	
20-29	
30-39	
40-49	
50 o más	

19. ¿Se alojó en la Laguna de Busa? En caso de que su respuesta sea positiva indique donde y cuántas noches

¿Cuántas noches? \_\_\_\_\_

¿Dónde?

Área de acampar	Cabaña

20. Califique el servicio de alojamiento en la Laguna de Busa

	Muy bueno	Bueno	Malo	Pésimo
Cortesía y trato				
Comodidad				
Limpieza				
Calidad de servicio				
Seguridad				
Precio				



21. ¿Cuánto gastó usted en el servicio de alojamiento, en US\$?

05-09	
10-19	
20-29	
30-39	
40-49	
50-59	
60 o más	

22. ¿Volvería a visitar la Laguna de Busa?

Si	No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.



### Anexo 3

## Encuesta en inglés para determinar la satisfacción de los visitantes a la Laguna de Busa

UNIVERSITY OF CUENCA  
HOSPITALITY SCIENCES FACULTY  
TURISM CAREER

**RESEARCH STUDY: The Satisfaction of visitors to the Busa Lake of the canton of San Fernando, 2019-2020.**

Important Notice: This survey is completely anonymous and the results of this survey will not affect you in any way.

1. Sex

M	F

2. Age

0-29	
30-64	
65 or above	

3. Marital status

Single	
Married	
Free union	
Other	

4. Country and city of origin

Country \_\_\_\_\_ City \_\_\_\_\_



5. Occupation

Public employee	
Private employee	
Self-employment	
Student	
Domestic employment	
Retired	
Unemployed	

6. What is the purpose of your visit? Check one option

Work	
Weekend Walk (one night or more)	
Study	
Walk (one day only)	

7. Who are you traveling with? Check one option

Alone	
Couple	
Friends	
Tourist group, group of friends	
Family No. _____	



8. What was the medium that most influenced the choice of destiny?

Travel Company	
Internet	
Recommendation of family or friends	
Televisión	

9. How much did you spend on this visit, in US\$?

Less than 10	
10-19	
20-29	
30-39	
40-49	
50-59	
60 or more	

10. Rate the cost of admission to the Busa Lake

Very high	High	Low	Very Low

11. Rate the infrastructure of the Busa Lake

Excellent	Very Good	Good	Bad

12. Rate the maintenance of the Busa Lake

Very clean	Clean	Dirty	Very Dirty



13. Rate the safety of the Busa Lake

Very safe	Safe	Unsafe	Very Unsafe

14. Rate the accessibility to the Busa Lake

Excellent	Very Good	Good	Bad

15. Rate the natural landscape of the Busa Lake

Very beautiful	Pretty	Unattractive	Not Attractive

16. Rate the activities of the Busa Lake

	Excellent	Good	Bad	Very Bad
Boats				
Fishing				
Walk				
Other Sepecify_____				

17. Rate the food service at Busa Lake according to the place you got food from.

Restaurant				
	Excellent	Good	Bad	Very Bad
Costumer courtesy and service				
Speed of service				
Restaurant cleaning				
Service quality				
Variaty of menú				
Prices				

Fast food				
	Excellent	Good	Bad	Very Bad
Costumer courtesy and service				
Speed of service				
Restaurant cleaning				
Service quality				
Variaty of menú				
Prices				



18. How much did you spend on the food service, in US\$?

Less than 04	
05-09	
10-19	
20-29	
30-39	
40-49	
50 or more	

19. Did you stay in the Busa Lake? In case your response is positive indicate where and how many nights you spent at the Busa Lake

How many nights? \_\_\_\_\_

Where?

Camping	Cottage

20. Rate the accommodation service of the Busa Lake

	Excellent	Good	Bad	Very Bad
Costumer courtesy and service				
Confort				
Cleaning service				
Quality of service				
Security				
Price				



21. How much did you spend on the accommodation service, in US\$?

05-09	
10-19	
20-29	
30-39	
40-49	
50-59	
60 or more	

22. Would you visit the Busa Lake again?

Yes	No

THANKS FOR YOUR HELP