

Periodicidad: Trimestral Julio-Septiembre, Volumen: 4, Número: 3, Año: 2026 páginas 67-76

Relación entre la calidad percibida de los servicios turísticos y la satisfacción de los visitantes: caso del Cerro Jaboncillo, Ecuador

Relationship between perceived quality of tourism services and visitor satisfaction: the case of Cerro Jaboncillo, Ecuador

María Asley Verduga Pino¹

Facultad de Posgrado, Maestría en Gerencia de la Calidad e Innovación
Universidad Técnica de Manabí. Portoviejo, Ecuador
mverduga7746@utm.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0005-1982-4573>

Eliana Lilibeth Poveda Cedeño²

Docente de Carrera Educación. Facultad de Ciencias Sociales, Humanística y de la Educación
Universidad Técnica de Manabí. Portoviejo, Ecuador
eliana.poveda@utm.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-1134-8083>

Como citar:

Verduga Pino, M. A., & Poveda Cedeño, E. L. (2026). Relación entre la calidad percibida de los servicios turísticos y la satisfacción de los visitantes: caso del Cerro Jaboncillo, Ecuador. *Revista Pulso Científico*, 4(3), 67–76. <https://doi.org/10.70577/rps.v4i3.220>

Fecha de recepción: 2026-05-21

Fecha de aceptación: 2026-06-25

Fecha de publicación: 2026-08-24

RESUMEN

La calidad de los servicios turísticos es un factor determinante para la satisfacción del visitante en destinos patrimoniales, donde la experiencia integra el valor cultural del sitio con la atención recibida. El Cerro Jaboncillo, ubicado en la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo, enfrenta limitaciones en la gestión del servicio que pueden afectar la experiencia del turista. El objetivo del estudio fue determinar la relación entre las dimensiones de la calidad percibida de los servicios turísticos y la satisfacción de los visitantes del Cerro Jaboncillo. Se aplicó un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, transversal y alcance correlacional. Se aplicó una encuesta con escala de Likert a una muestra de 380 visitantes, seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. La calidad se midió a través del modelo SERVPERF en seis dimensiones: infraestructura y tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía e interpretación patrimonial. Los datos se procesaron en el software Gretl mediante un modelo de regresión lineal múltiple, previa verificación de los supuestos del modelo. Los resultados mostraron una valoración alta de la calidad percibida (media global de 4,68 sobre 5) y de la satisfacción (4,48 sobre 5), con las menores puntuaciones en seguridad (4,31) e infraestructura (4,48). El modelo de regresión permitió identificar las dimensiones con mayor capacidad predictiva sobre la satisfacción del visitante. Se concluye que la calidad percibida influye en la satisfacción, aunque su efecto se combina con otros factores propios del destino patrimonial, lo que orienta la priorización de acciones de mejora.

Palabras clave: Cerro Jaboncillo, satisfacción del turista, servicios turísticos, regresión múltiple, turismo.

ABSTRACT

The quality of tourism services is a determining factor in visitor satisfaction at heritage destinations, where the experience integrates the cultural value of the site with the service received. Cerro Jaboncillo, located in the Picoazá parish of the Portoviejo canton, faces limitations in service management that can negatively impact the tourist experience. The objective of this study was to determine the relationship between the dimensions of perceived tourism service quality and visitor satisfaction at Cerro Jaboncillo. A quantitative approach was used, with a non-experimental, cross-sectional, and correlational design. A Likert-scale survey was administered to a sample of 380 visitors, selected through non-probability convenience sampling. Quality was measured using the SERVPERF model across six dimensions: infrastructure and tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and heritage interpretation. The data were processed using Gretl software with a multiple linear regression model, after verifying the model's assumptions. The results showed a high rating of perceived quality (overall average of 4.68 out of 5) and satisfaction (4.48 out of 5), with the lowest scores for safety (4.31) and infrastructure (4.48). The regression model identified the dimensions with the greatest predictive power regarding visitor satisfaction. It is concluded that perceived quality influences satisfaction, although its effect is combined with other factors specific to the heritage destination, which guides the prioritization of improvement actions.

Keywords: Cerro Jaboncillo, tourist satisfaction, tourism services, multiple regression, tourism.

INTRODUCCIÓN

El turismo se consolidó como una de las principales actividades económicas a escala mundial y como un motor de desarrollo para los territorios con valor cultural y natural. En este escenario, la calidad de los servicios turísticos adquirió un papel central, pues de ella depende en gran medida la experiencia del visitante y su satisfacción. La Organización Mundial del Turismo (2019) señaló que la sostenibilidad de los destinos y la gestión de la experiencia del visitante constituyen retos prioritarios para el sector, en especial en los espacios patrimoniales.

En América Latina, pese al crecimiento sostenido del turismo cultural, persisten debilidades en la gestión de la calidad de los servicios, sobre todo en destinos emergentes de base patrimonial. La ausencia de modelos sistemáticos de evaluación del servicio, la limitada profesionalización del personal y la débil articulación institucional afectan la percepción del visitante y su nivel de satisfacción (Sampedro et al., 2023; Vergara et al., 2019).

En el Ecuador, la mejora de la calidad de los servicios turísticos se reconoció como un componente estratégico para el fortalecimiento de los destinos vinculados al patrimonio cultural. Sin embargo, en el cantón Portoviejo se han identificado limitaciones relacionadas con el conocimiento técnico sobre calidad del servicio, la inexistencia de modelos formales de gestión y la débil formación del personal que interactúa con el turista (Ayón et al., 2021). El Complejo Arqueológico Cerros Hojas-Jaboncillo, administrado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, no es una excepción: a pesar de su alto potencial para el turismo cultural, presenta debilidades en la recepción al visitante, la interpretación del patrimonio y la seguridad del recorrido.

Esta situación configura un problema que justifica analizar de manera sistemática la relación entre la calidad del servicio turístico y la satisfacción de las expectativas del visitante, con el fin de generar evidencia técnica que oriente la mejora de la gestión del sitio. A diferencia de los estudios que abordan esta relación de forma global, el presente artículo profundiza en el aporte específico de cada dimensión de la calidad, lo que permite identificar cuáles influyen en mayor medida sobre la satisfacción.

La calidad ha evolucionado desde un enfoque centrado en el control de los procesos hacia una concepción orientada al cliente y a la mejora continua. Deming (1986) sentó las bases de esta transformación al concebir la calidad como un proceso permanente de prevención de errores y de perfeccionamiento de la gestión, mediante el ciclo de planificar, hacer, verificar y actuar. En el ámbito de los servicios, Duque (2005) definió la calidad del servicio como el juicio que el usuario construye al comparar sus expectativas con el desempeño percibido durante la prestación, lo que la convierte en un constructo subjetivo y dependiente de la experiencia.

Para evaluar la calidad del servicio se han desarrollado modelos de medición de amplia difusión. El modelo SERVQUAL, propuesto por Parasuraman et al. (1988), mide la calidad a partir de la brecha entre las expectativas y las percepciones del usuario, estructurada en cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Como alternativa, Cronin y Taylor (1992)

plantearon el modelo SERVPERF, que evalúa la calidad únicamente a partir del desempeño percibido del servicio, sin recurrir a la comparación con las expectativas previas, lo que lo hace más simple y adecuado para contextos turísticos (Brochado & Pereira, 2017; Cifuentes Caiza et al., 2022). Sus dimensiones incluyen la infraestructura y los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía, a las que en este estudio se añade la interpretación patrimonial por la naturaleza cultural del sitio. Por su parte, la satisfacción del visitante se concibe como una respuesta evaluativa posterior al consumo, que refleja el grado de cumplimiento de sus expectativas y se relaciona de manera directa con la calidad percibida (Nunkoo et al., 2020; Silva et al., 2021).

En este marco, el objetivo del estudio fue determinar la relación entre las dimensiones de la calidad percibida de los servicios turísticos y la satisfacción de los visitantes del Cerro Jaboncillo, mediante un modelo de regresión lineal múltiple que permita identificar las dimensiones con mayor capacidad predictiva sobre la satisfacción.

MATERIALES Y MÉTODOS

Enfoque y diseño

El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de corte transversal y alcance correlacional. No se manipularon variables; se observó y midió la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción tal como se presentaron durante el período de estudio, comprendido entre enero y mayo de 2026. El alcance correlacional permitió medir la relación entre las dimensiones de la calidad percibida y la satisfacción del visitante.

Población y muestra

La población estuvo conformada por los visitantes del Cerro Jaboncillo, estimada en alrededor de 30 000 personas anuales según los registros del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. A partir de la fórmula para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, se determinó una muestra de 380 visitantes. La selección se realizó mediante muestreo no probabilístico por conveniencia, aplicando la encuesta a los visitantes disponibles en distintos días y horarios para diversificar los perfiles de procedencia, motivación y tipo de visita.

Instrumento

Se utilizó una encuesta estructurada con escala de Likert de cinco puntos (1 = totalmente en desacuerdo a 5 = totalmente de acuerdo). El instrumento midió la calidad percibida a través del modelo SERVPERF en seis dimensiones: infraestructura y tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía e interpretación patrimonial, distribuidas en catorce ítems. La satisfacción se midió mediante seis ítems referidos al cumplimiento de expectativas, la satisfacción global, el valor percibido, la intención de retorno y la recomendación. El instrumento fue validado por un panel de expertos antes de su aplicación.

Análisis de datos

La fiabilidad del instrumento se sustentó en su construcción a partir del modelo SERVPERF, ampliamente validado en la literatura sobre calidad del servicio, y en la validación por juicio de expertos realizada antes de su aplicación. Los datos se tabularon en una hoja de cálculo y se procesaron en el software Gretl. En primer lugar, se calcularon estadísticos descriptivos para cada dimensión. Posteriormente, se estimó un modelo de regresión lineal múltiple, en el que la satisfacción del visitante constituyó la variable dependiente y las seis dimensiones de la calidad percibida actuaron como variables independientes. Antes de interpretar el modelo, se verificaron sus supuestos: la normalidad de los residuos, la ausencia de multicolinealidad mediante el factor de

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presentan los resultados del estudio, organizados en tres apartados: el análisis descriptivo de las dimensiones de la calidad y de la satisfacción, el modelo de regresión lineal múltiple y la verificación de sus supuestos. Posteriormente, los resultados se discuten a la luz de la literatura revisada.

La Tabla 1 presenta las medias y desviaciones típicas de las seis dimensiones de la calidad percibida y de la satisfacción global. En una escala de uno a cinco, la calidad percibida alcanzó una media global de 4,68 y la satisfacción de 4,48, lo que refleja una valoración alta del sitio por parte de los visitantes. Las dimensiones de empatía e interpretación patrimonial obtuvieron las puntuaciones más altas (4,94), mientras que la seguridad (4,31) y la infraestructura (4,48) registraron las menores, lo que las sitúa como las áreas con mayor margen de mejora.

Tabla 1

Estadísticos descriptivos de las dimensiones de la calidad y la satisfacción

Dimensión / Variable	Media	Desv. típica
Infraestructura y tangibles	4,48	0,43
Fiabilidad	4,82	0,28
Capacidad de respuesta	4,81	0,27
Seguridad	4,31	0,66
Empatía	4,94	0,17
Interpretación patrimonial	4,94	0,17
Calidad percibida (global)	4,68	—
Satisfacción (global)	4,48	0,32

Nota. Verduga (2026).

Modelo de regresión lineal múltiple

Para determinar la influencia de cada dimensión de la calidad sobre la satisfacción, se estimó un modelo de regresión lineal múltiple con la satisfacción como variable dependiente y las seis dimensiones como

predictoras. La Tabla 2 resume los coeficientes obtenidos. El modelo resultó estadísticamente significativo en su conjunto, $F(6, 373) = 4,84$; $p < 0,001$, lo que confirma que las dimensiones de la calidad, consideradas en conjunto, se relacionan con la satisfacción. Sin embargo, el coeficiente de determinación fue bajo ($R^2 = 0,072$; R^2 corregido = 0,057), lo que indica que el modelo explica alrededor del 7% de la variación en la satisfacción.

Tabla 2

Coefficientes del modelo de regresión lineal múltiple

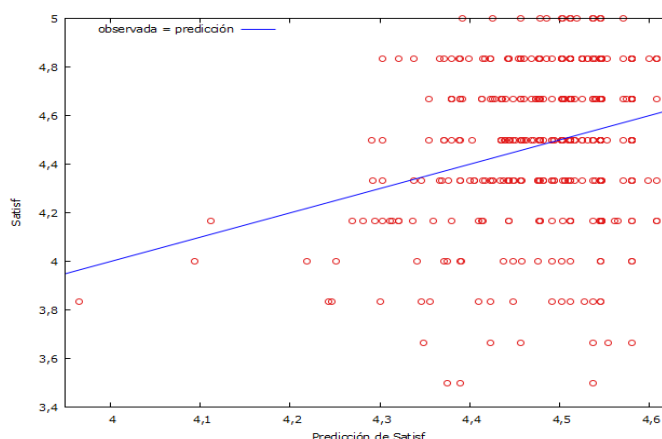
Variable	Coefficiente	Estadístico t	Valor p
Constante	2,680	3,901	0,0001
Infraestructura y tangibles	0,137	3,507	0,0005
Fiabilidad	0,018	0,302	0,7626
Capacidad de respuesta	0,109	1,746	0,0816
Seguridad	-0,0004	-0,015	0,9878
Empatía	0,172	1,805	0,0718
Interpretación patrimonial	-0,056	-0,586	0,5586

Nota. Verduga Pino (2026).

Al examinar los coeficientes individuales, la infraestructura y los elementos tangibles constituyeron el único predictor estadísticamente significativo de la satisfacción ($\beta = 0,137$; $p = 0,0005$). La empatía ($\beta = 0,172$; $p = 0,072$) y la capacidad de respuesta ($\beta = 0,109$; $p = 0,082$) mostraron una influencia marginal, significativa solo al nivel del 10 %. Las dimensiones de fiabilidad, seguridad e interpretación patrimonial no resultaron significativas. Este hallazgo es relevante, pues señala que, entre todas las dimensiones evaluadas, la infraestructura es la que ejerce la influencia más clara sobre la satisfacción del visitante, justamente una de las áreas con menor valoración descriptiva.

Figura 1

Valores observados frente a valores estimados de la satisfacción



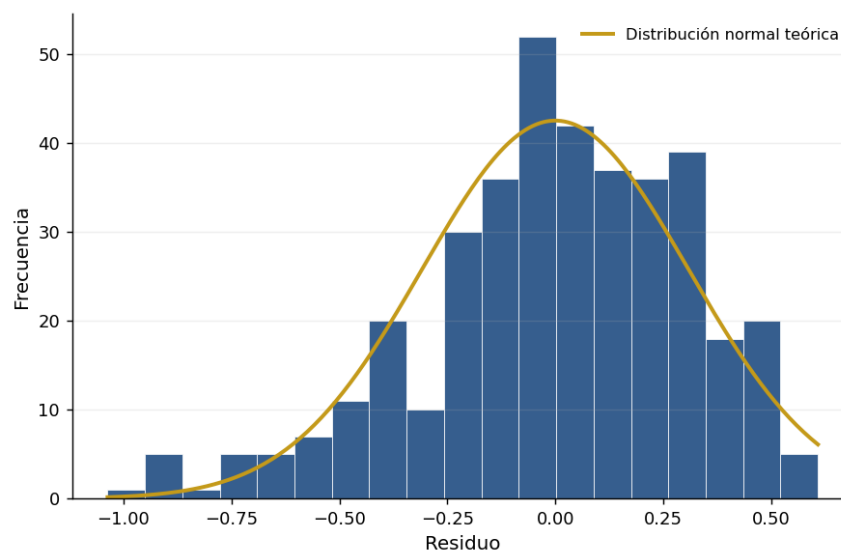
La Figura 1 contrasta los valores de satisfacción observados con los estimados por el modelo. La dispersión de los puntos respecto a la línea de ajuste confirma visualmente la limitada capacidad predictiva: el modelo estima la satisfacción dentro de un rango estrecho, mientras que los valores reales se distribuyen en un intervalo más amplio.

Verificación de los supuestos del modelo

Se evaluaron tres supuestos del modelo de regresión. En cuanto a la multicolinealidad, los factores de inflación de la varianza se ubicaron entre 1,02 y 1,15, valores muy inferiores al umbral de 10, lo que descarta problemas de colinealidad entre las dimensiones y permite interpretar cada coeficiente de forma independiente. Respecto a la normalidad de los residuos, el contraste de Doornik-Hansen rechazó la hipótesis de normalidad, $\chi^2(2) = 31,49$; $p < 0,001$. La Figura 2 muestra la distribución de los residuos, que presenta una ligera desviación respecto a la curva normal teórica. Finalmente, el contraste de White indicó la presencia de heterocedasticidad de forma marginal, $TR^2 = 40,20$; $p = 0,049$.

Figura 2

Distribución de los residuos del modelo de regresión



La desviación de la normalidad y la heterocedasticidad marginal se explican, en gran medida, por la escasa variabilidad de las respuestas, concentradas en los valores altos de la escala. Dado el tamaño de la muestra ($n = 380$), el modelo conserva su validez para identificar las dimensiones asociadas con la satisfacción, si bien estos resultados deben interpretarse con cautela.

Los resultados confirman que la calidad percibida se relaciona de manera significativa con la satisfacción del visitante, en línea con lo planteado por Rey (2019) y Nunkoo et al. (2020), quienes evidenciaron el vínculo entre ambos constructos en destinos turísticos. No obstante, la baja proporción de varianza explicada matiza ese vínculo y coincide con lo reportado por Sampedro et al. (2023), quienes en el cantón Guano no hallaron una influencia fuerte de la calidad sobre la satisfacción. Esto sugiere que, en destinos patrimoniales,

la satisfacción depende de un conjunto de factores más amplio que la sola calidad del servicio, entre ellos el valor cultural del sitio y el entorno natural (Contreras et al., 2024).

Que la infraestructura sea el principal predictor concuerda con los hallazgos de Ayón et al. (2021), quienes identificaron las condiciones físicas y la infraestructura como factores determinantes de la experiencia del visitante en el cantón Portoviejo. La influencia marginal de la empatía y la capacidad de respuesta también es coherente con la literatura, que reconoce el peso de la calidad funcional y del trato del personal en la valoración del servicio (Brochado & Pereira, 2017). Los resultados orientan la gestión del Cerro Jaboncillo hacia el fortalecimiento prioritario de la infraestructura, sin descuidar la atención al visitante, como vía para elevar la satisfacción y consolidar el destino (Monroy & Cruz, 2025).

CONCLUSIONES

El estudio determinó que la calidad percibida de los servicios turísticos influye de manera significativa en la satisfacción de los visitantes del Cerro Jaboncillo, aunque su efecto es de magnitud limitada. El modelo de regresión, significativo en su conjunto, explicó una proporción reducida de la variación en la satisfacción, lo que indica que, en este destino patrimonial, la satisfacción no depende únicamente de la calidad del servicio, sino también de factores como el valor cultural del sitio y el entorno natural.

Entre las seis dimensiones evaluadas, la infraestructura y los elementos tangibles fueron el principal predictor de la satisfacción; la empatía y la capacidad de respuesta mostraron una influencia menor. La infraestructura, además, recibió una de las valoraciones más bajas de los visitantes, de modo que coincide el peso estadístico de la dimensión con su debilidad percibida. Por esa razón se sitúa como prioridad de intervención.

Se concluye que mejorar la infraestructura y las condiciones físicas del recorrido es el camino más eficaz para elevar la satisfacción de los visitantes del Cerro Jaboncillo. Para futuras investigaciones se recomienda incorporar variables ligadas a la experiencia patrimonial y al perfil del visitante, y emplear modelos que capten la satisfacción más allá de la calidad del servicio, de manera que se explique mejor la experiencia turística en destinos culturales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayón Ponce, G. I., Álvarez Indacochea, A. A., Zambrano Alvarado, S. M., & Vélez Vélez, J. B. (2021). La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la zona urbana del cantón Portoviejo. *RECIAMUC*, 5(2), 366–381. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/5.\(2\).abril.2021.366-381](https://doi.org/10.26820/reciamuc/5.(2).abril.2021.366-381)
- Brochado, A., & Pereira, C. (2017). Comprehensive quality evaluation in tourism: The case of peer-to-peer accommodation. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(7), 942–956. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1251872>
- Cifuentes Caiza, J. A., Segura Chávez, E. O., Caiza Barahona, A. M., & Sarmiento, A. (2022). Análisis de la calidad mediante el modelo SERVPERF del servicio en el centro turístico comunitario kichwa

- Shayari, Sucumbíos, Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 784–798.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2624
- Contreras Castañeda, E. D., Acuña-Cano, A. L., & Munévar-Castellanos, L. A. (2024). Evaluación de la calidad percibida del servicio en atractivos turísticos rurales. *Revista CEA*, 10(23), e2822.
<https://doi.org/10.22430/24223182.2822>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Deming, W. E. (1986). Out of the crisis. Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study.
- Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 15(25), 64–80. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/30>
- Monroy Ceseña, M. A., & Cruz Chávez, P. R. (2025). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en los establecimientos hoteleros en el período 2003-2023: revisión sistemática y estado de la cuestión. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 8(2), 108–128.
<https://doi.org/10.21071/riturem.v8i2.16418>
- Nunkoo, R., Teeroovengadam, V., Ringle, C. M., & Sunnassee, V. (2020). Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102414. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102414>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). International tourism highlights, 2019 edition. UNWTO.
<https://doi.org/10.18111/9789284421152>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Rey Sánchez, S. P. (2019). Satisfacción y calidad de servicio del turista en el comercio turístico del Callao, 2019 [Tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio Académico USMP.
<https://hdl.handle.net/20.500.12727/5698>
- Sampedro Guevara, J. J., Herrera Chávez, R. H., & Duque Vera, D. C. (2023). Calidad del servicio turístico y satisfacción del cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo. *Explorador Digital*, 7(3), 103–120. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v7i3.2693>
- Silva Juárez, R., Julca Calderón, F., Luján-Vera, P. E., & Trelles Pozo, L. R. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 193–203. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36502>
- Vergara Schmalbach, J. C., Cortez Cantero, M. C., & Martínez Correa, M. F. (2019). Valoración de la calidad del servicio turístico de Cartagena de Indias, Colombia. *Panorama Económico*, 27(2), 544–558. <https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/2641>

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.