



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**DIRECCIÓN DE CARRERA:
INGENIERÍA EN TURISMO**

**INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO**

**TEMA:
EVALUACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS
TURÍSTICOS POST TERREMOTO PARA LA SATISFACCIÓN
DEL CLIENTE EN EL CANTÓN SAN VICENTE.**

**AUTORES:
CONSUELO TOAMA PIAGUAGE CRIOLLO
CARLOS HERNAN SOLÓRZANO CARRANZA**

**TUTOR:
LIC.FERNANDO VELOZ CAMEJO, M Sc,**

CALCETA, FEBRERO 2021

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo Consuelo Toama Piaguage Criollo, con cédula de ciudadanía 210106937-1 y Carlos Hernán Solórzano Carranza con cédula de ciudadanía 131504428-7, declaramos bajo juramento que el Trabajo de Titulación titulado: **EVALUACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS POST TERREMOTO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL CANTÓN SAN VICENTE** es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, concedo a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a mi favor todos los derechos patrimoniales de autor sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.



CONSUELO T. PIAGUAGE CRIOLLO



CARLOS H. SOLÓRZANO CARRANZA

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

LIC. FERNANDO VELOZ CAMEJO, M.SC, certifica haber tutelado el proyecto **EVALUACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS POST TERREMOTO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL CANTÓN SAN VICENTE** , que ha sido desarrollada por Consuelo Toama Piaguage Criollo y Carlos Hernán Solórzano Carranza previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.



Lic. Fernando Veloz Camejo, M.sc.

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de titulación **EVALUACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS POST TERREMOTO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL CANTÓN SAN VICENTE**, que ha sido propuesto, desarrollado y sustentada por Consuelo Toama Piaguage y Carlos Hernán Solórzano Carranza previa la obtención del título de Ingenieros en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.



.....
ING. BLANCA MENDOZA MENDOZA Mg.
MIEMBRO



.....
ING. JOSÉ R. VERA VERA Mg.
MIEMBRO



.....
ING. RODNEY ALFONSO ALFONSO, M.sc
PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de crecer como ser humano a través de una educación superior de calidad y en la cual he forjado mis conocimientos profesionales día a día;

A Dios, por haberme concedido la vida, salud y fortaleza en todos estos años de mi carrera universitaria y así poder cumplir con éxito mi sueño más anhelado. A mi padre Justino Piaguage y a mi madre Irma Criollo por haberme forjado como persona que soy en la actualidad; mucho de mis logros se los debo a ellos y entre los que incluye este. Me formaron con reglas, valores y con visiones de proteger nuestra cultura milenaria Siekopaai, por ende, me motivaron constantemente para alcanzar mis sueños.

Consuelo Toama Piaguage Criollo

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí por haberme acogido en sus instalaciones para formarme en la vida profesional, a cada uno de sus docentes que a lo largo de mi trayectoria como estudiante recibí las enseñanzas de cada uno de ellos.

Agradezco a Dios por permitirme la vida y poder obtener las enseñanzas que el ser humano obtiene día a día.

A mi familia, que de una u otra manera me apoyaron desde que empecé mi trayectoria estudiantil.

Carlos Hernán Solórzano Carranza

DEDICATORIA

Dedico este trabajo al forjador de mi camino, a Dios, el que me acompaña en todo mi caminar, el que ha estado en mis tiempos más difíciles, a mi madre y a mi padre que siempre estuvieron ahí apoyándome en todo lo que yo necesitaba, ellos hicieron todo lo posible para que yo pueda lograr este sueño, a mi abuela Eva Merino que siempre estuvo ahí pendiente de mi carrera y que siempre fueron sus sueños de verme graduada y que ahora ya no está entre nosotros, pero sé que desde el cielo me bendice todos los días.

Consuelo Toama Piaguage Criollo

Este trabajo es dedicado a mis padres, hermanos y tías que gracias a ellos y por ellos he podido culminar este proceso, ya que ellos siempre consideraron mi voluntad y predisposición para mis estudios, de manera especial a mis padres que siempre se esforzaron, han sido participe de forma indirecta para lograr mi objetivo, por confiar en mí y lograr que mi persona cumpla mis sueños.

Carlos Hernán Solórzano Carranza

CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN DE TUTOR	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
CONTENIDO GENERAL	vii
CONTENIDO DE CUADROS	ix
CONTENIDO DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xiii
PALABRAS CLAVES:	xiii
ABSTRACT	xiv
KEY WORDS	xiv
CAPITULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	7
1.3. OBJETIVOS	9
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	9
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
1.4. IDEA A DEFENDER	9
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO	10
2.1. ALOJAMIENTO TURÍSTICO	10
2.2. HOTELERIA Y SU IMPACTO EN EL TURISMO	15
2.3. CLASIFICACIÓN DEL ALOJAMIENTO TURÍSTICO INTERNACIONAL ...	17
2.4. CLASIFICACIÓN DEL ALOJAMIENTO NACIONAL	19
2.5. TIPOS DE SERVICIOS HOTELEROS	21
2.6. EVALUACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS	23
2.7. EL ALOJAMIENTO Y EL SERVICIO AL CLIENTE	24
2.8. TIPOLOGÍAS Y MODELOS DEL SERVICIO AL CLIENTE	26
2.9. EVALUACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS	29
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	33
FASE I. DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE ESTUDIO	38

FASE II. EVALUACIÓN DE LA CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.....	41
FASE III. EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTOS PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	43
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	47
4.1. FASE I: DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE ESTUDIO	47
4.1.1. DELIMITACIÓN.....	47
4.1.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS	48
4.1.3. CARACTERIZACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN SAN VICENTE SELECCIONADOS A EVALUAR.....	59
4.2. EVALUACIÓN DE LA CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.....	47
4.2.1. APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN SELECCIONADOS DE ACUERDO A SU CATEGORÍA.	70
4.2.2. ANÁLISIS DE LAS DEFICIENCIAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS BASADAS EN LA CATEGORIZACIÓN ACTUAL DEL MINTUR.	76
4.2.3. CLASIFICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DEL CANTÓN SAN VICENTE	77
4.3. FASE III. EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTOS PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.	79
4.3.1. ANÁLISIS DEL NIVEL DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS ESTABLECIMIENTOS SELECCIONADOS.....	80
4.3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR HOTELERO DEL CANTÓN SAN VICENTE	94
4.3.3. PROPUESTA DE MEJORA PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS.....	98
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	107
5.1. CONCLUSIONES.....	107
5.2 . RECOMENDACIONES	109
BIBLIOGRAFÍA	110

CONTENIDO DE CUADROS

Cuadro 2.1. Categorización de los alojamientos turísticos por letras.	19
Cuadro 2.2. Clasificación del alojamiento turístico Ecuador	21
Cuadro 2.3. Servicios de los alojamientos turísticos de Ecuador	22
Cuadro 3.5. Resumen de metodologías consultadas	36
Cuadro 3.6. Leyenda	36
Cuadro 3.7. Matriz de síntesis de las metodologías seleccionadasLeyenda..	36
Cuadro 3.8. Desarrollo metodológico	38
Cuadro 3.9. Requisitos del Manual de Alojamiento Turístico del Ecuador	41
Cuadro 3.10. Significancia de la escala de Likert en las encuestas	44
Cuadro 3.11. Escala Likert y rango de satisfacción y de expectativas	45
Cuadro 3.12. Significancia.....	45
Cuadro 4.13. Datos generales de Manabí	48
Cuadro 4.14. Resultados relevantes de la entrevista realizada al director de turismo de San Vicente	48
Cuadro 4.15. Establecimientos hoteleros reconstruidos.....	50
Cuadro 4.16. Alojamientos de San Vicente	52
Cuadro 4.17. Alojamientos de Canoa	53
Cuadro 4.18. Alojamientos de Briceño	54
Cuadro 4.19. Resultado de las características demográficas de las encuestas	54
Cuadro 4.20. Resultado de las características viaje de las encuestas	55
Cuadro 4.21. Resultado de la relación con el destino y el servicio hotelero de las encuestas	56
Cuadro 4.22. Resultado de la valoración y satisfacción con el sector alojamiento y el destino de las encuestas	57
Cuadro 4.23. Perfil del cliente que visita San Vicente	58
Cuadro 4.24. Alojamientos seleccionados a evaluar	60
Cuadro 4.25. Ficha de caracterización Hostal Cocoa Inn.....	60
Cuadro 4.26. Ficha de caracterización Hostal Canoa Inn.....	61
Cuadro 4.27. Ficha de caracterización Hostal Coco Loco.....	62
Cuadro 4.28. Ficha de caracterización Hostal Ruta del Sol.....	63

Cuadro 4.29. Ficha de caracterización Hostal Canoa Mar	63
Cuadro 4.30. Ficha de caracterización Hostal Playa Azul	64
Cuadro 4.31. Ficha de caracterización Hostal Bambú.....	65
Cuadro 4.32. Ficha de caracterización Hostal Palmetto	66
Cuadro 4.33. Ficha de caracterización Hostal del Mar	66
Cuadro 4.34. Ficha de caracterización Hostal Palmetto	67
Cuadro 4.35. Ficha de caracterización Hostal La Vista	68
Cuadro 4.36. Ficha de caracterización Hotel Marinero Inn.....	68
Cuadro 4.37. Ficha de caracterización Hotel El Velero	69
Cuadro 4.38. Evaluación en hoteles de 3 estrellas.....	71
Cuadro 4.39. Evaluación al hotel de 2 estrellas.....	72
Cuadro 4.40. Evaluación a los hostales de 3 estrellas	72
Cuadro 4.41. Evaluación a los hostales de 2 estrellas	73
Cuadro 4.42. Evaluación a la hostería de 3 estrellas.....	74
Cuadro 4.43. Cumplimientos generales por clasificación y categorización	75
Cuadro 4.44. Deficiencias de los establecimientos de alojamientos por requisitos.....	76
Cuadro 4.45. Clasificación y categorización propuesta por los autores.....	78
Cuadro 4.46. Estadística de fiabilidad: alfa de cronbach	80
Cuadro 4.47. Resultados de la aplicación de encuestas	80
Cuadro 4.48. Estadísticas de valoración agrupado SPSS (expectativas)	81
Cuadro 4.49. Resultados de ítems evaluados por el SPSS (expectativas)	81
Cuadro 4.50. Resultados de nivel de expectativas por el SPSS	85
Cuadro 4.51. Estadísticas de valoración agrupado SPSS (realidad percibida)	86
Cuadro 4.52. Resultados de ítems evaluados por el SPSS.....	86
Cuadro 4.53. Resultados de nivel de satisfacción por el SPSS.....	89
Cuadro 4.54. Resultados comparación de valores expectativas y realidad por el SPSS.....	90
Cuadro 4.55. Comparación de medias entre expectativas y realidad: elementos tangibles por el SPSS.....	91
Cuadro 4.56. Comparación de medias entre expectativas y realidad: fiabilidad por el SPSS.....	91

Cuadro 4.57. Comparación de medias entre expectativas y realidad: capacidad de respuesta por el SPSS	92
Cuadro 4.58. Comparación de medias entre expectativas y realidad: seguridad por el SPSS.....	93
Cuadro 4.59. Comparación de medias entre expectativas y realidad: empatía por el SPSS.....	93
Cuadro 4.60. Factores internos y externos del FODA	95
Cuadro 4.61. Comparación de medias entre expectativas y realidad: seguridad por el SPSS.....	95
Cuadro 4.62. FODA del sector hotelero del cantón San Vicente.....	96
Cuadro 4.63. Resultados de la matriz del FODA estratégico	96
Cuadro 4.64. Resultados de las variables principales con mayor ponderación	96
Cuadro 4.65. Resultado del cuadrante de estrategias del FODA	97
Cuadro 4.66. Principios de la propuesta de mejora	100
Cuadro 4.67. Estrategias del FODA para el sector hotelero de San Vicente	101
Cuadro 4.68. Programación estratégica de la propuesta de mejora del servicio hotelero en San Vicente	104

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 2.1. Hilo conductor.....	10
Figura 2.2. Línea de tiempo de la evolución del turismo y alojamiento	12
Figura 2.3. Organigrama de los establecimientos de alojamiento	14
Figura 2.4. Ciclo de vida de los alojamientos turísticos	14
Figura 2.5. Segmentos del hospedaje	18
Figura 2.6. Categorización de los alojamientos por estrellas.....	19
Figura 2.7. Elementos para la excelencia del servicio al cliente.....	27
Figura 2.8. Triangulo del servicio.....	28
Figura 2.9. Metodología para el análisis hotelero	30
Figura 2.10. Metodología para la caracterización tipológica del sector hotelero	31

Figura 2.11. Metodología para la evaluación de establecimientos de alojamiento	31
Figura 4.12. Mapa del cantón San Vicente.....	47
Figura 4.13. Comparación de promedios por dimensiones: expectativas – realidad.....	90

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito efectuar la evaluación y clasificación de los alojamientos turísticos post terremoto para la satisfacción del cliente en San Vicente. Misma que fue de carácter mixta con enfoque descriptivo que para su efecto se desarrolló en tres fases que contemplaron el diagnóstico del área a través de diversas herramientas que permitieron establecer que el sector tras el terremoto fue afectado en un 80% en su infraestructura, suscitándose además una serie de deficiencias que están en función de los escasos procesos de planificación, gestión, comercialización y control. La segunda fase comprendió la evaluación de la clasificación de los alojamientos por medio de la ficha técnica basada en el Reglamento de Alojamiento Turístico evidenciando el bajo nivel de cumplimiento de los requisitos acorde a las distintas categorías otorgadas por las autoridades competentes, donde diez de los quince establecimientos estudiados descendieron de categoría, manteniendo su tipificación. La última fase tuvo como fin evaluar los servicios en los alojamientos a través del modelo SERVQUAL, donde se demostró el bajo nivel de satisfacción de los clientes. En base a ello, se propuso un plan de mejora que implicó el diseño de la formulación estratégica, seguido de estrategias basadas en ejes relacionados a la categorización y clasificación hotelera, gestión y gobernanza, capacitación y profesionalización y gestión de mejora de servicios con sus respectivas programaciones estratégicas que contempló un total de cuatro programas con veintinueve proyectos y su ficha de control, para incidir en la mejora de la satisfacción del cliente.

PALABRAS CLAVES:

Evaluación, clasificación, alojamiento turístico, satisfacción, cliente

ABSTRACT

The purpose of the investigation was to evaluate and classify post-earthquake tourist accommodation for customer satisfaction in San Vicente. It was of a mixed nature with a descriptive approach that for its effect was developed in three phases that contemplated the diagnosis of the area through various tools that made it possible to establish that the sector after the earthquake was affected by 80% in its infrastructure, also causing a series of deficiencies that are a function of the scarce planning, management, commercialization and control processes. The second phase included the evaluation of the classification of the accommodations by means of the technical sheet based on the Tourist Accommodation Regulations, evidencing the low level of compliance with the requirements according to the different categories granted by the competent authorities, where ten of the fifteen establishments studied were downgraded, maintaining their typification. The last phase was aimed at evaluating the services in the accommodation through the SERVQUAL model, where the low level of customer satisfaction was demonstrated. Based on this, an improvement plan was proposed that implied the design of the strategic formulation, followed by strategies based on axes related to hotel categorization and classification, management and governance, training and professionalization, and service improvement management with their respective strategic programming that included a total of four programs with twenty-nine projects and their control sheet, to influence the improvement of customer satisfaction.

KEY WORDS

Evaluation, classification, tourist accommodation, satisfaction, client

CAPITULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad el turismo a nivel mundial ha ascendido de manera eficiente en el desarrollo económico de los países y según los datos estadísticos de la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2018) expone el crecimiento exponencial de los flujos en los últimos 7 años con un aumento del 7% de turistas. De cara al crecimiento de la actividad turística, mucho de los agentes han optado en crear empresas de alojamientos turísticos. Rossman (como se citó en Hosteltur, 2018) menciona que “El sector hotelero y su tasa de retorno continúa atrayendo a los inversores inmobiliarios, esto se refleja de forma evidente en el crecimiento sustancial de los parámetros de rendimiento y desarrollo que hemos observado en las últimas décadas” (p 1).

Sin embargo, en los últimos años se ha visto afectada por el deterioro de la economía global. A pesar de las fluctuaciones, se puede analizar que la actividad turística es una clave fundamental para sobresalir de la crisis económica de un país, ya que es un rol vital en el desarrollo de la mencionada “economía verde” (Plan Nacional de Turismo [PLANTUR], 2019). Sin duda alguna, el turismo es un factor fundamental para el desarrollo de un país, ya que funciona como una herramienta para disminuir la pobreza de algún sector, además atraen inversiones locales e internacionales relacionados con la actividad turística y como resultado de desarrollo del turismo generan plazas de empleos en la localidad, ya sean relacionados con la hotelería u otros.

El turismo en Ecuador, ha sido uno de los sectores más importante para el desarrollo económico y por ello se ha creado un plan de manejo turístico a nivel nacional, el cual es el PLANDETUR 2030, cuyo objetivo es el trabajo del turismo coordinado y planificado, en donde se basa en la calidad como un factor principal en cada uno de los servicios o productos que se ofrece, y es por ello que el estado ecuatoriano ha creado normas para el buen servicio de alojamiento y actividades turísticas, sin embargo en algunos sectores del país no cumplen con

el reglamentos de alojamiento turístico para ofrecer un servicio de calidad como tal. Loor, Alonso y Pérez (2018) afirman “desde una mirada crítica que coloca sobre el tapete la realidad de la casi nula aplicación de las políticas turísticas, ambientales y de ordenamiento territorial por parte de las autoridades” (p.102).

Por otra parte, se considera que uno de los problemas más relevantes es la falta de comunicación entre las instituciones públicas con las empresas, resultado de los deficientes procesos de gobernanza a falta de mecanismos que conlleven a la coordinación de los actores claves en turismo, en donde La Calle (2016) señala que ello se evidencia “al analizar los documentos oficiales y los informes del sector, así como las informaciones de los medios de comunicación, muestran una cierta descoordinación entre instituciones, empresas y otros agentes activos del sector” (p. 8). De igual manera, se resalta que la prestación de los servicios turísticos se ha venido desarrollando de manera empírica acondicionado por la limitada supervisión de los diferentes entes reguladores encargados de inspeccionar el correcto desenvolvimiento y practicas turísticas, ambientales y de ordenamiento en territorios donde se desarrolla la actividad.

También, Calderón (como se citó por García, 2016) manifiesta que “en el Ecuador la confianza entre las instituciones del sector público, privado y de la sociedad civil se encuentra bastante deteriorada” (p 28) evidenciando que la mala comunicación y relaciones afectan al progreso del sector turístico y, a su vez, como efecto de la no coordinación con los intervinientes del turismo, el recurso humano no se encuentra capacitado como señalan Trindade, Galvao y Freire (2015) considerándolo como uno de los mayores diferenciales del sector afectando a la capacidad competitiva y a los niveles de satisfacción.

Pese al desarrollo paulatino y poca planificación de la misma, la actividad hotelera en Ecuador ha ido evolucionando de manera ascendente con el 7% de crecimiento del sector en 2017 respecto al 2016, año que tuvo un notable decrecimiento a causa del terremoto, y que en 2018 pasó a aumentar al 13% paralelo al aumento de llegadas de visitantes al país. Por otra parte, también mencionan que el turismo en lo que respecta contribución tributaria los subsectores ligados a las actividades de alojamiento y alimentación registran un monto de contribución de USD 2 225,38 millones de ingresos al PIB acorde a

MINTUR (2016), MINTUR (2017) y González (2019). En base a lo planteado y a las estadísticas se puede establecer que las empresas hoteleras han crecido su tasa de ocupación, por ende, ha habido aumentos de creaciones de hoteles a nivel nacional.

La provincia de Manabí se encuentra en el occidente del país, en la región litoral y cuenta con una extensión territorial de 2 18.870Km²; dentro del contexto nacional es la tercera provincia más importante del Ecuador por el gran aporte económico comercial, artesanal, turísticos hoteleros y pesquero. Esta provincia respecto al turismo se encuentra en desarrollo progresivo, ya que se ha visto retrasado por el ocurrido de 16 de abril del 2016, cuando se originó un terremoto de 7.8 grados en la escala de Richter, el cual como epicentro fue en el cantón Pedernales, este suceso aquejó al sector en general, especialmente a la planta turística destacando los establecimientos hoteleros, afectando al dinamismo productivo con la generación de una serie de impactos negativos como la reducción de tasas de empleos, disminución de divisas, entre otros (SENPLADES, 2017, p. 46).

Pero una de las problemáticas que atraviesa el sector hotelero manabita es que la mayor parte de las empresas hoteleras son creadas sin planificación y estudios previos, a pesar de que Calderón (2010) señala que “la planificación es el instrumento básico de gestión, no siendo una excepción dentro de los alojamientos turísticos, ya que posibilita la optimización de los efectos favorables y la minimización de los desfavorables” (p 5) y, que en este caso la falta de ella resultó de tal manera que el 16 abril de 2016 varios establecimientos hoteleros se vieron afectados a causa del desastre natural.

Otras de las características principales que afecta al desarrollo del turismo en Manabí es que el recurso humano que trabaja en el sector no son profesionales o formados en turismo debido a los procesos imparciales de contratación, que se dan en su mayor parte en el sector hotelero. Y, como resultado de aquello es el ascenso lento de la actividad turística debido a la escasa formulación de estrategias que conlleven al progreso de la actividad y del sector hotelero principalmente, lo planteado anteriormente se fundamenta en lo expuesto por García (2016) donde menciona que el turismo y sus subsectores no se

desarrollan por “falta de proyección de estrategias fundamentadas en una planificación estratégica, no existen planes de acción específicos en ejecución, que promuevan la participación activa de las instituciones públicas y privadas”. Reflejando ello que, las problemáticas relacionadas a la deficiente planificación, gestión y gobernanza se suscitan de forma similar que a nivel país.

San Vicente, cantón perteneciente a la provincia de Manabí, debido a su ubicación y otras características propias del mismo posee un alto índice de potencialidad turística, el cual recibe a visitantes nacionales y extranjeros en épocas invernales o en verano y especialmente en feriados con flujos considerables, por lo que la planta turística mantiene mayores niveles de ocupación. En lo referente a la situación turística el cantón San Vicente a través de la gobernabilidad local promueve gestionar el desarrollo económico e incluyente de la localidad con la potencialización e incorporación de facilidades turísticas como apertura de emprendimientos turísticos, señalización, viabilidad, entre otros para la dinamización de la economía de la población (PDOT, 2014).

Este cantón fue la segunda zona con mayor afectación resultado del terremoto del 16 A, después del área epicéntrica Pedernales, puesto que perdió 56 establecimientos hoteleros en sus distintas categorías de 71 en total, concentrados en la parroquia Canoa (El Diario, 2018). Ahora bien, tanto antes como posterior al terremoto ciertamente el sector hotelero ha venido atravesando por serias deficiencias ligadas a los bajos índices de satisfacción con respecto a los servicios ofrecidos y es que, a pesar de que tanto las herramientas de evaluación y clasificación son factores claves para incidir en la gestión de la satisfacción del cliente, en la zona de estudio esto se ha convertido en una seria problemática.

Teniendo en consideración que las actividades turísticas son de gran complejidad para ser puesta a disposición del turista, se ha identificado falencias en la categorización de los alojamientos que ha repercutido en la no satisfacción de los visitantes, ya que las normativas vigentes en el Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador señalan varios requerimientos en los distintos niveles de alojamientos según su clasificación y muchos de ellos en el Cantón San Vicente no cumplen con las exigencias complementaria donde Lucas (2019)

expone que se debe a la escasa regulación por los entes competentes y la deficiente aplicación del Reglamento de Alojamiento Turístico, reflejada en los deficientes estados de clasificación y categorización. Sumado el hecho de que no se evalúa la satisfacción del huésped por lo que en su conjunto ha incidido en los niveles de satisfacción y ha generado el desconocimiento de la clientela y de la situación hotelera en San Vicente.

Entre las causas que tributan a la problemática central identificada en el lugar donde se desarrolla la investigación se evidencia que es insuficiente la información de la realidad actual de los alojamientos post terremoto debido a que el catastro se encuentra desactualizado, lo que produce la desorganización de los diferentes prestadores de servicios turísticos y el desconocimiento de la oferta de alojamiento respectivamente. De la misma manera, se identifican escasos niveles de cumplimiento de los requisitos establecidos por el MINTUR para la prestación de servicios acondicionada por las deficientes evaluaciones periódicas a los establecimientos de alojamiento por parte de los entes reguladores competentes, cuyo efecto negativo produce ineficiencia en el servicio prestado al huésped y, a su vez, repercute en su satisfacción.

Por otro lado, otra de las causales está ligada a la deficiente gestión hotelera puesto que generalmente los cargos administrativos están ocupados por personas sin las competencias necesarias lo que ha generado que el desarrollo de la actividad sea empírico y se susciten diversas falencias. De igual manera, no se dan los procesos de evaluación correcta debido a la carencia de competencias del recurso humano que trabaja en el sector hotelero que no tiene formación a fin a la actividad. Se suma la escasa planificación de la actividad que ha incidido en la deficiencia de los procesos hoteleros, la falta del planteamiento de acciones estratégicas que estén orientadas hacia la óptima gestión del cliente sustentado en Zambrano (2015) que enfatiza que la desorganización de la gestión y la planificación en el marco hotelero de San Vicente no tiene en cuenta la calidad de sus servicios y el manejo correcto con orientación al cliente, por lo que estos aspectos deben gestionarse con la normativa actual.

Otra de las limitaciones encontradas se centra en la insuficiente información de los criterios o percepción del cliente con respecto al servicio de alojamiento, el

mismo que se traduce en el desconocimiento de los niveles de satisfacción del huésped, por lo que todo aquello recae en la insatisfacción del visitante, lo que implica en la disminución de los niveles de ocupación hotelera. Todas las problemáticas identificadas trascienden en la satisfacción de los clientes de cara a que en la actualidad el servicio al cliente es el elemento diferenciador que logra el posicionamiento y sostenibilidad de las empresas turísticas.

En base a las problemáticas antes mencionadas surge la siguiente interrogante:

¿De qué manera la evaluación y clasificación de los alojamientos turísticos en el cantón San Vicente contribuiría a la satisfacción del cliente?

1.2. JUSTIFICACIÓN

METODOLÓGICA

La investigación se respalda en los modelos de evaluación de los alojamientos turísticos de los autores Flores, Ochoa y Arroyo (2017), Evaristi y Enríquez (2006), Angamarca, Cruz, Bucheli & Martínez (2018), Santana (2018), López (2017) en donde las metodologías presentadas por dichos autores plantean procedimientos y técnicas para el logro de los resultados a través de una evaluación de alojamientos turísticos, para la satisfacción de los clientes estas son bases para la estructuración de una metodología adecuada a seguir en el trabajo. Desde el punto de vista metodológico el trabajo aportará a futuras investigaciones ya que plantea técnicas, herramientas y procedimientos factibles para una evaluación de alojamientos turísticos.

TEÓRICA

Desde el punto de vista teórico la investigación es factible debido a que se respalda mediante el análisis de documentos digitales e impresos acorde al tema de estudio, donde se obtuvo los conocimientos concretos y específicos determinando así los preceptos teóricos del trabajo que se constituye como la base y sustento del desarrollo del mismo. Por otro lado, la investigación contribuirá como aporte teórico para futuras investigaciones relacionadas al tema ya que establece lineamientos teóricos con respecto a la evaluación y clasificación de alojamientos turísticos.

La investigación se sustenta en diversos referentes, pero se fundamenta principalmente en los referentes Evaristi y Enríquez (2006) que señalan que mediante la aplicación de procedimientos de evaluación y clasificación en los establecimientos turísticos, se identifican las falencias que se presentan tanto la gestión como la operación de los servicios, permitiendo establecer si la oferta se lleva a cabo de manera adecuada y permitiendo conocer la satisfacción de los clientes. Por lo que en base a ello se concluye que, a través de la adecuada realización de la evaluación y clasificación de los alojamientos del cantón se puede incidir en la satisfacción del cliente.

PRÁCTICA

La importancia práctica de la investigación se fundamenta en la evaluación y clasificación de los alojamientos turísticos del área de estudio para la satisfacción del cliente que acorde a Castillo y Alarcón (2017) son factores claves de éxitos en el sector ya que se consideran instrumentos que permiten orientar acciones de mejora a la gestión hotelera y al manejo de la satisfacción del huésped. Por lo que, en efecto se busca a través de la propuesta, que está diseñada en función de los resultados de dichas herramientas, aportar con elementos y acciones concretas que favorezcan a solución de la problemática identificada en el sector hotelero del cantón San Vicente. De igual manera, la presente investigación servirá como herramienta y guía en torno a la temática de evaluación de alojamientos turísticos, ya que brinda los conocimientos necesarios.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar una evaluación y clasificación de los alojamientos turísticos post terremoto para la satisfacción del cliente en el cantón San Vicente de la provincia de Manabí.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar la situación de los alojamientos del cantón San Vicente para la determinación de línea base.
- Determinar el cumplimiento de los alojamientos turísticos en base a los parámetros establecidos por el MINTUR acorde a su clasificación.
- Analizar la satisfacción del cliente en la prestación de servicios ofrecidos por los establecimientos hoteleros según su clasificación.

1.4. IDEA A DEFENDER

Si se realiza una evaluación y clasificación de los alojamientos turísticos post terremoto en el cantón San Vicente se podría contribuir a la satisfacción al cliente.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del presente capítulo se establece el hilo conductor que contiene las variables a investigar rigiendo la base teórica (Ver figura 2.1):

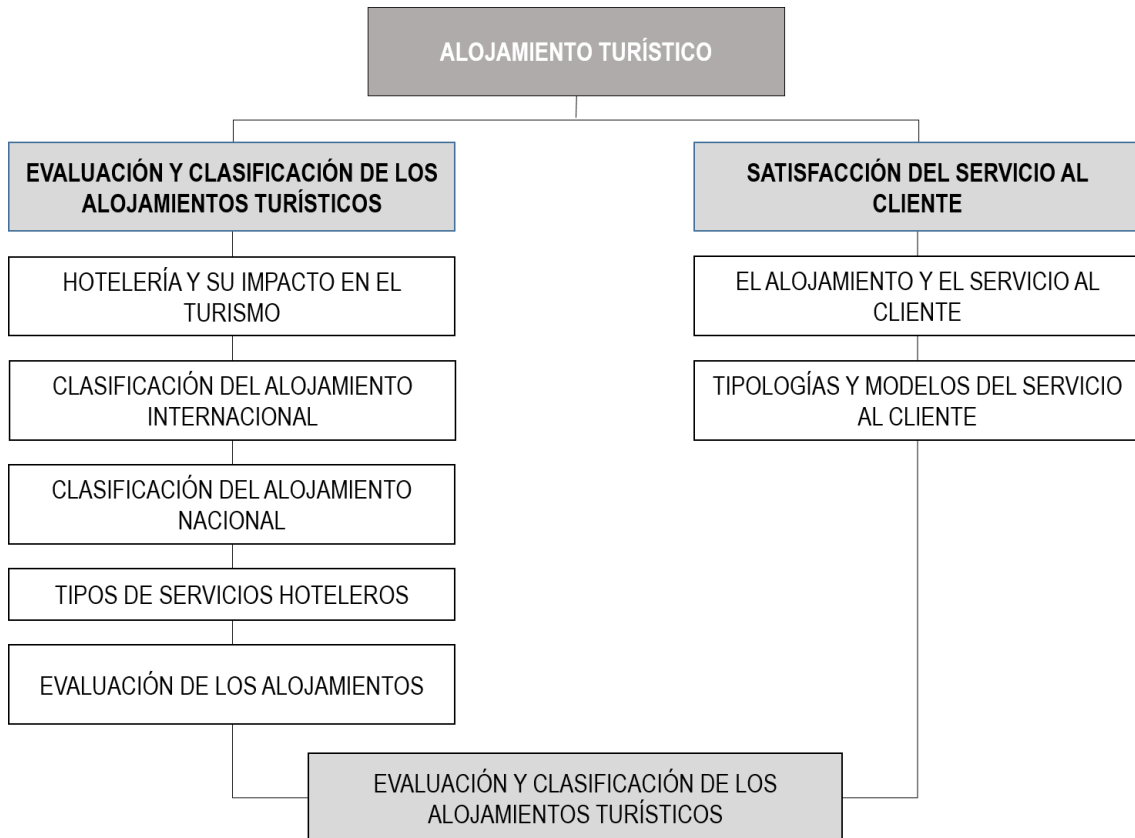


Figura 2.1. Hilo conductor
Fuente: Elaboración propia

2.1. ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Para la Real Academia Española (2016) el alojamiento es un “lugar donde una persona o un grupo de personas se aloja, aposenta o acampa o donde está algo”. Mientras que para la OMT (como se citó en Martínez 2016) “se entiende por actividad turística de alojamiento la ejercida por las empresas que presten servicios de hospedaje al público mediante precio, de forma profesional, bien sea de modo permanente o temporal, con o sin prestación de servicios complementarios” (p 1).

La humanidad siempre se ha trasladado en largas distancias por diversos motivos, haciendo que surjan necesidades ligadas buscar lugares donde

alimentarse y donde hospedarse, siendo estas las más importantes. En la edad antigua se trasladaban a diferentes ciudades por motivos de guerra buscando una estabilidad, además de la religión y el comercio que en aquel tiempo eran razones más frecuentes de movilización (Guerrero, 2014, p 6). Es así que se marca en la historia el inicio de la actividad turística desde los principios de los tiempos. Ya en la edad media vieron la necesidad de realizar las posadas que eran casas destinadas para dar alojamiento a las personas que realizaban largos viajes a cambio de algo de valor, dinero o animales de cría (Ludeña, 2016, p 23).

Siguiendo con la evolución, es en la edad moderna (1454 a 1789) donde se realizan cambios en el aspecto de alojamiento, adecuando habitaciones cómodas y lujosas, con espacios para ubicar el equipaje ofertando el servicio de alimentación incluido, siendo este servicio visto con una perspectiva a futuro de la industrialización (Vandenbroucke, 2019, p 5). Luego en la edad contemporánea se da un giro en los avances tecnológicos acondicionada por el crecimiento de la actividad (Muñoz de Escalona, 2015, p 16).

En otras palabras, el alojamiento ha venido de la mano evolucionando con el turismo, ya que este es parte de las necesidades humanas, por ende, el emprendedor o empresario se ha visto con el anime de crear negocios de varios tipos y categorías de esta índole y de tal forma poder satisfacer las necesidades de la persona que se trasladaba por varios kilómetros y allí, el cliente podría recuperar fuerzas y volver a emprender el viaje a su destino final. De esta manera fue un avance progresivo en el que se llegó al establecimiento de agencias de viajes donde se ofertaba no solo los productos sino también el alojamiento en el destino. Para una mejor comprensión se muestra la línea de tiempo del desarrollo del turismo en la figura 2.2:

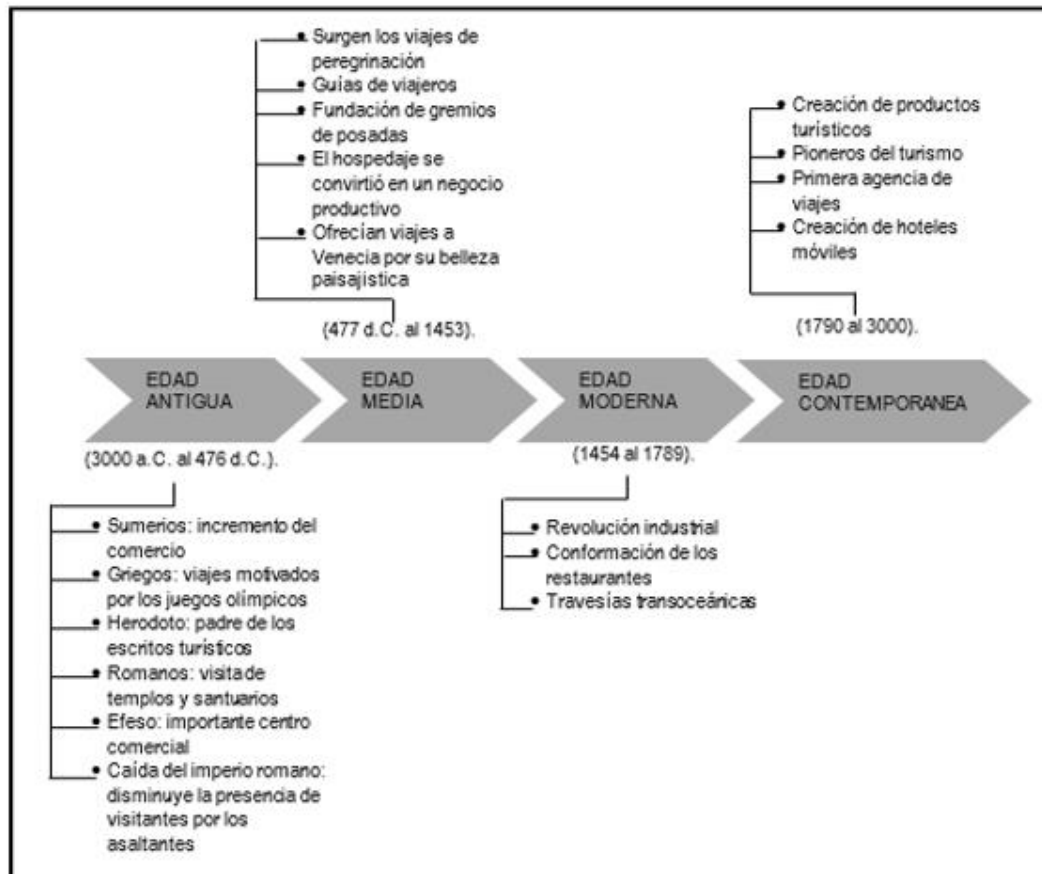


Figura 2.2. Línea de tiempo de la evolución del turismo y alojamiento

Fuente: Elaboración a partir de Guerrero y Ramos (2014)

En el gráfico se puede observar la conformación de alojamiento que surge desde la edad media convirtiéndose en una forma de negocio rentable que pudo evolucionar ante los cambios sociales y tecnológicos convirtiéndose hoy en día uno de los servicios más indispensables, teniendo en la actualidad grandes hoteles y de lujo que permite el descanso oportuno y en óptimas condiciones.

El uso que se le da al alojamiento en los actuales momentos no solo es para poder dormir sino también para tener servicios agregados como la atención a la habitación donde se realizan diferentes pedidos acordes a las necesidades del huésped, de manera que se da un servicio diferenciado y de calidad (Coriolano, 2017, p 11). De acuerdo con el MINTUR en su Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador (2016). “El alojamiento es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros, para lo cual se considerarán los requisitos correspondientes a su clasificación y categoría, determinados en el presente Reglamento” (p 3).

De acuerdo a los conceptos en revisión, el alojamiento es un servicio de hospedaje que se encuentra a disposición de las personas a cambio de una remuneración o pago. Este se caracteriza por poseer una infraestructura acondicionada a las necesidades y preferencias de los huéspedes con la finalidad de brindar comodidad y confort. Si bien es cierto el alojamiento forma parte de la oferta turística complementándola en la que estos establecimientos deben someterse a cambios y renovaciones no solo en el ámbito estructural sino también en el ámbito laboral para de esta manera ser competitivos y cumplir con las exigencias de la demanda actual (Dorta, 2016, p114).

En la actualidad es importante que los destinos turísticos que se encuentran en pleno apogeo y con potencialidad en desarrollarse de manera sostenible oferten servicios de alojamiento en óptimas condiciones y debidamente regulados, ya que todas estas cualidades en conjunto, son los principales captadores de turistas nacionales e internacionales, por ende los prestadores de alojamientos turísticos deben brindar servicios de calidad a los diferentes huéspedes que pernoctan en sus establecimientos, con el objetivo de obtener una percepción de excelencia en los servicios que se les brinda para lograr la satisfacción de los visitantes al momento de visitar el destino.

Debido a la presencia de países desarrollados y subdesarrollados el alojamiento ya no se lo trata como un servicio complementario, sino, como una industria que va creciendo, generando con ella un desarrollo económico tanto para el país como para la empresa. La expansión de esta industria se hace cada vez más fuerte dado a que la actividad turística se acrecienta al igual que las poblaciones y sus necesidades (Meza, Zaldivar, Fernández, 2016, p 3). Así también se enmarca la importancia de estos ya que con la implementación de este servicio en óptimas condiciones y respondiendo a las exigencias actuales asegura el retorno del turista además de llevarse una experiencia agradable.

La hotelería juega un rol importante dentro de los destinos ya que no solo atiende las necesidades de la demanda sino también se genera fuentes de trabajo para las personas locales dando oportunidad de un crecimiento económico de la población y como lo menciona Monsalve y Hernández (2015). “El estableciendo es una cadena de valor en los destinos” (p 163). Al igual que toda empresa

dentro de la industria hotelera se establece una organización que se basa en las áreas que esta cuenta, la cual se la refleja en un organigrama que se conforma dependiendo del tipo y categoría que tiene el hotel. A continuación, se presenta el organigrama básico de un establecimiento de alojamiento. (Ver figura 2.3)



Figura 2.3. Organigrama de los establecimientos de alojamiento
Fuente: Elaboración a partir de Báez (2005)

De acuerdo a Báez (2005) cada uno de los departamentos tiene sus propias funciones que hacen de alojamiento un sistema coordinado entre sí para brindar un servicio de calidad, las cuales son gerencia, subgerencia, departamento de alimentos y bebidas, recepción, departamento de ama de llaves, departamento de lavandería, área de contabilidad, departamento de recursos humanos. Y departamento de seguridad generalmente.

Todas estas áreas deben realizar su función de manera integral persiguiendo como objetivo común el prestigio y calidad en el servicio prestado. Cada una de ellas es parte fundamental a la hora de hacer entrega de un servicio y es aquí que depende el éxito de una empresa que brinda servicios haciendo del visitante un cliente satisfecho. Los alojamientos turísticos también son empresas de tipo comercial el cual tiene su ciclo de vida ya que este es un proceso que se da en el tiempo de acuerdo a la calidad de los servicios prestados. (Ver figura 2.4)

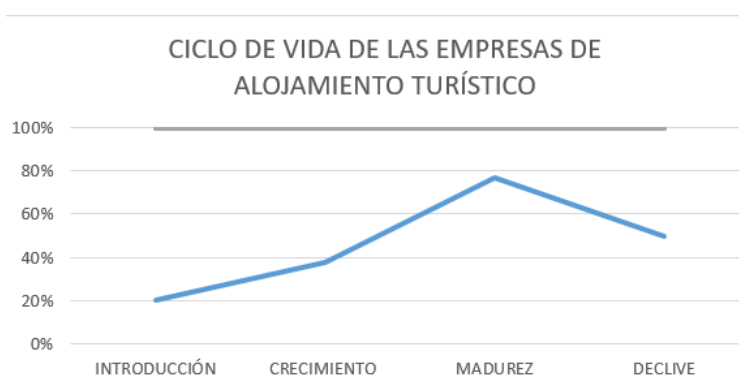


Figura 2.4. Ciclo de vida de los alojamientos turísticos
Fuente: elaboración a partir de Terreno, Salter y Pérez (2017).

De acuerdo con Terreno, Saltter y Pérez (2017) las empresas en todo ámbito cumplen con un ciclo de vida que va desde la introducción, crecimiento, madurez y declinación, donde las fases lo determinan varios elementos, estos pueden ser los factores internos o externos y las estrategias que implante para mejorar la calidad del servicio y mantenerse en el mercado. En este sentido, las empresas de alojamiento no están aisladas de esta realidad, es por esa razón que se siguen exigiendo aún más en preparación, para mejorar la calidad del servicio logrando el interés y la comodidad del huésped, estableciendo una línea de preferencia ante la competencia.

Estos establecimientos turísticos se analizan anualmente en cuanto a la infraestructura, organización de áreas, y calidad percibida por el turista con la finalidad de identificar las falencias y solucionarlas a través del establecimiento de estrategias. No solamente estas empresas de alojamiento toman por sí solas estos análisis sino también los entes reguladores de las zonas donde se desarrollan, buscando organizar los establecimientos categorizándolos y clasificándolos para determinarlos de acuerdo a los servicios que oferta y asegurar la calidad de los mismos.

2.2. HOTELERIA Y SU IMPACTO EN EL TURISMO

El alojamiento si bien es cierto ha evolucionado de la mano con la actividad turística siendo este servicio indispensable para la industria. Además, vale mencionar que los cambios sociales se siguen presenciando gracias al desarrollo de la tecnología y los avances científicos de manera que los segmentos de mercado van incrementando de acuerdo a las exigencias de la nueva era (González, Jiménez, Sámpér, 2015, p 197). Tal crecimiento se evidencia claramente en los datos presentados por Vargas (2018) donde expone que el desarrollo entre los años 2008 y 2018 experimentó un aumento del 18% mundialmente, instaurándose como uno de los subsectores que de la mano del turismo aportan fuertemente a las economías locales.

Es así que estos establecimientos optan por mejorar y dar el mejor servicio ya que la actividad turística se mantiene en constantes cambios. Pero esta situación acarrea ciertos impactos tanto positivos como negativos ya que la industria se

vuelve más exigente logrando que cada tipo de alojamiento se esfuerce más por mejorar los servicios, de esta manera se obtiene buenas referencias llegando a ser visitado.

Hoy en día la industrialización del alojamiento ha creado que se establezcan servicios estandarizados a la vez de continuar con la expansión de las grandes cadenas hoteleras gracias al incremento de visitas en zonas de interés beneficiando a los destinos turísticos ampliando la oferta de servicios lo que resulta provechoso para el turismo (Meléndez, 2015, p 38).

Otro aspecto positivo dentro del turismo es que hoy en día los alojamientos resultan ser un atractivo para los visitantes demandando el alojamiento no como un servicio si no como un producto turístico, lo cual es notable la motivación que resulta atractiva para las cadenas hoteleras y las localidades ya que se genera en mayo fluencia la actividad turística.

Dado la expansión e industrialización del alojamiento turístico, los entes reguladores a nivel mundial como el Organización Mundial de Turismo se preocupan por la organización de estos y se determinó una clasificación de alojamiento que establece su determinación como empresa y la calificación para representar el nivel del servicio que se oferta en los establecimientos. Esta es una manera de organizar por niveles el alojamiento turístico dando una perspectiva al visitante.

El sector hotelero en Ecuador juega como en todos los destinos un papel fundamental siendo un elemento clave en su sistema así, como a su vez, uno de los principales servicios como parte de la oferta o de un producto. Lo expuesto se sustenta en el MINTUR (2013) donde se sitúa a la hotelería como el segundo subsector con mayor participación dentro del mercado turístico ecuatoriano, evidenciándose el éxito y la tendencia del crecimiento del sector reflejada en el aumento de la inversión en el campo, en donde cuatro de cada diez emprendimientos turísticos nuevos están ligados estrechamente a dicha actividad, materializándose propuestas hoteleras de 5, 4 y 3 estrellas mayoritariamente en los últimos años.

Por tal razón se determina que el sector hotelero cada vez más se encuentra inmerso en la economía nacional, participando activamente en la atracción de otras empresas y marcas de otras actividades productivas del medio, acondicionada ciertamente por el notable desarrollo del turismo en el país lo que ha conllevado indiscutiblemente a que paralelo a ello la oferta hotelera se diversifique y se torne mayormente compleja. Por lo que en este sentido, el turismo de forma generalizada se ha nutrido del desarrollo de la hotelería relacionándose directamente. Reflejándose en las estadísticas de establecimientos de alojamiento que en 2019 ascendieron a 5.498 empresas dedicadas al hospedaje registradas en el catastro turístico.

Convirtiéndose entonces, la actividad hotelera junto con la actividad de restauración y de bares en puntos focales dentro de la industria así como también en la generación de recursos a nivel nacional, y es que estos sectores juntos son los de mayor participación que contribuye a la economía turística y general aportando el 75% de divisas al PIB del país, especialmente en los principales destinos turísticos como Quito, Guayaquil y Cuenca reflejados en 225,38 millones de dólares estadounidenses en 2019 (González, 2019). Por lo que, todo lo expuesto ciertamente aporta de forma positiva al desarrollo integral del turismo así como también al general impactando socioeconómicamente a los ecuatorianos.

2.3. CLASIFICACIÓN DEL ALOJAMIENTO TURÍSTICO INTERNACIONAL

Todo alojamiento turístico debe estar preparado de acuerdo a su categoría y clasificación ya que los servicios se dan en base a lo que disponen y por ende se da la categoría correspondiente. Además, la forma de clasificar y categorizar se da a nivel mundial tras lo establecido en la OMT y es de aquí que se desprenden las clasificaciones en cada país en conjunto con reglamentos y leyes.

De acuerdo con Loaiza *et, al*, (s,f). la clasificación a nivel mundial se da en 4 segmentos. (Ver figura 2.5.)

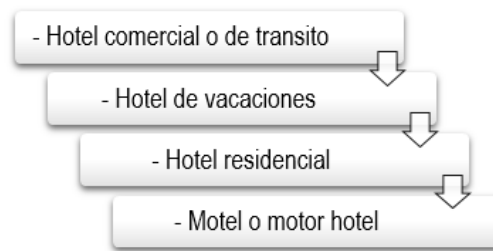


Figura 2.5. Segmentos del hospedaje
Fuente: Elaboración a partir de Loaiza (2013)

Según la Secretaria de Turismo de Argentina (2008) la calificación está determinada por estrellas que va de una estrella a 5 estrellas. En el caso de los hoteles son infraestructuras implementadas para dar servicio de alojamiento por determinado tiempo. Estos cuentan con servicios adicionales como gimnasio, spa, piscina, guardería entre otros. Se categorizan de la siguiente manera:

- Estrellas de 0 a 5
- Letras de E hasta A
- Por clase de la cuarta a la primera
- Por diamantes y “World Turism”

También, el mismo ente regulador expone que la clasificación está dividida en *Bed and breakfast* que son alojamientos que ofrecen el servicio de comida y hospedaje por un precio cómodo a diferencia de un motel que se caracteriza por ser de carretera en el que se puede hacer uso en los largos viajes. Así también el Motor hotel se diferencia por contar con habitaciones que cuentan con garaje y el hostel es un establecimiento donde se rentan cuartos o habitaciones, pero comparten baño, cocina, sala de estar.

Las Posadas suelen estar ubicados lejos de las ciudades donde pueden hacer uso de una habitación y disponer de alimentación. Los Departamentos se lo diferencia por el espacio físico que se utiliza para el descanso y se encuentra amueblado y cuenta con cocina. Y los Cruceros son tomados en cuenta como alojamiento ya que cuentan con todos los servicios característicos con la diferencia que se encuentra movilizándose. Las Cabaña cuentan con una cocina y varias camas para grupos de personas. Los Tráiler park son casas rodantes ubicadas en áreas atractivas y que cuentan con servicios básicos a diferencia del Botel que son botes que se encuentran en muelles y cuentan con todos los

servicios que ofrece un hotel. Las Casa de huéspedes son habitaciones dentro de una gran casa donde se hospeda en su mayoría jóvenes mochileros y cuenta con el servicio de alimentación. Las Pensiones se caracterizan por ofrecer el servicio de alojamiento y de alimentación por tiempos más prolongados y los Bungalós que se encuentran los lugares atractivos y parecidos a los departamentos están amoblados. (p.12)

Según Loaiza (2013) la categorización de los alojamientos turísticos de da por estrellas. (Ver figura 2.6)

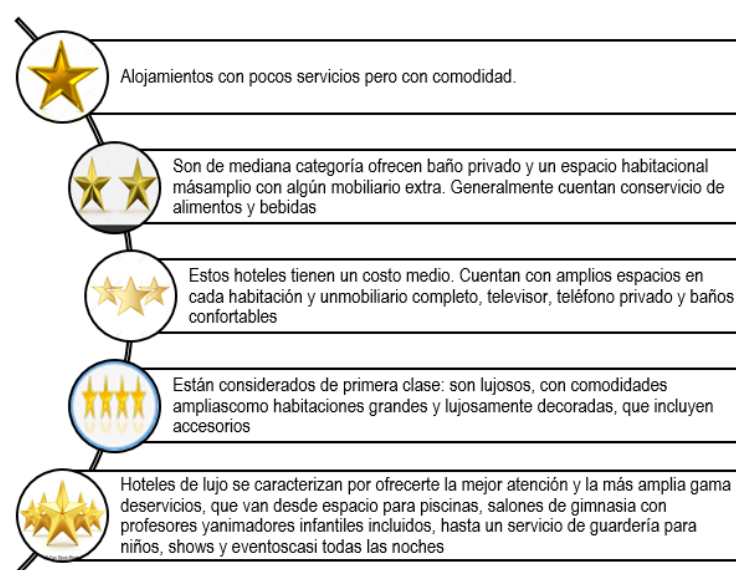


Figura 2.6. Categorización de los alojamientos por estrellas

Fuente: Elaboración a partir de Loaiza (s,f)

Categorización de los alojamientos turísticos por letras. (Ver cuadro 2.1).

Cuadro 2.1. Categorización de los alojamientos turísticos por letras.

AA	De lujo
A	Superior a la primera
B	Ordinario de primera
C	Superior de turista
D	Ordinario de turista

Fuente: Elaboración a partir de Loaiza (s,f)

2.4. CLASIFICACIÓN DEL ALOJAMIENTO NACIONAL

De la clasificación dada a nivel mundial se establece la clasificación en los diferentes estados del mundo de acuerdo a las características geográficas y demanda actual es así que Ecuador estableció su Reglamento de Alojamiento Turístico (2016), en donde se determina la clasificación y los servicios que deben

incluir además de los requisitos que deben reunir para dicha denominación. A continuación, se presenta la clasificación con su nomenclatura:

- Hotel H
- Hostal HS
- Hostería HT
- Hacienda Turística HA
- Lodge L
- Resort RS
- Refugio RF
- Campamento Turístico CT
- Casa de Huéspedes CH.

En el ámbito nacional se determina como hotel al alojamiento con habitaciones privadas dotadas de varios servicios, en el caso de los Hostales que son alojamiento de habitaciones privadas que brinde diversos servicios. La Hostería se conforman por cabañas privadas en la que cuenta con áreas verdes, zonas de recreación y estacionamiento. A diferencia de la Hacienda turística que son instalaciones con habitaciones privadas que se encuentran en áreas naturales en la que presentan actividades campestres y su construcción puede tener un valor patrimonial.

Lodge pueden ser habitaciones o cabañas que se localizan en zonas naturales que contrastan con el paisaje. En el caso de Resort son complejos que brindan el servicio de recreación o deporte y cuenta con una variedad de servicios. El Refugio: son alojamientos con habitaciones privadas que dispone de comedor, cocina, sala de estar. En cuanto a campamento turístico se caracteriza por ser instalaciones que permiten el acceso a pernoctar en tiendas de campaña. Y la Casa de huéspedes son viviendas de personas locales donde ofertan habitaciones privadas. Todas estas clasificaciones deben contar con cuarto de baño o aseo privado, el servicio de alimento y bebida y servicios complementarios. (p.9)

Así también se presenta la categorización asignada para cada una de las clasificaciones. (Ver cuadro 2.2).

Cuadro 2.2. Clasificación del alojamiento turístico Ecuador

Hotel	2 estrellas a 5 estrellas
Hostal	1 estrella a 3 estrellas
Hostería – haciendas turísticas – lodge	3 estrellas a 5 estrellas
Resort	4 estrellas a 5 estrellas
Refugio	Categoría única
Campamento turístico	Categoría única
Cada de huéspedes	Categoría única

Fuente: Ministerio de Turismo (2016)

Estos establecimientos de alojamiento deben cumplir con lo indicado por la normativa que lo rige, ya que cada uno de ellos tiene especificaciones de acuerdo a su categoría y clasificación. Es el caso de los servicios que existen dentro del alojamiento para la satisfacción del cliente. La categorización permite conocer la medida y cantidad de servicios que ofrece el establecimiento, estos se categorizan por estrellas o por categoría única si fuere el caso.

2.5. TIPOS DE SERVICIOS HOTELEROS

El servicio es denominado como el bien intangible que se encuentra disponible inmediatamente que se produce (García, 2016, p 383) en el caso del alojamiento estos servicios son comúnmente caracterizados como el hospedaje, la alimentación y demás para poder ofrecer una estadía cómoda al turista. A continuación, se presenta los servicios de los alojamientos turísticos establecidos en el Ecuador en el Reglamento General de actividades turísticas (2008). (Ver cuadro 2.3).

Cuadro 2.3. Servicios de los alojamientos turísticos de Ecuador

ALOJAMIENTO	CATEGORÍA	SERVICIOS
Hotel H	2 a 5 estrellas	Servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Mínimo de 5 habitaciones
Hostal HS	1 a 3 estrellas	Servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Mínimo de 5 habitaciones
Hostería HT	3 a 5 estrellas	Servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Mínimo de 5 habitaciones.
Hacienda Turística HA	2 a 5 estrellas	Servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Mínimo de 5 habitaciones
Lodge L	2 a 5 estrellas	Servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Mínimo de 5 habitaciones
Resort RS	4 a 5 estrellas	Servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios. Mínimo de 5 habitaciones.
Refugio RF	Categoría Única	Servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios.
Campamento Turístico CT	Categoría Única	Servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área
Casa de Huéspedes CH	Categoría Única	Ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes.

Fuente: Elaboración propia a partir del MINTUR (2015)

Los servicios que se dan en el alojamiento deben estar acordes a la categoría, además la demanda sigue cambiando en preferencias y gustos de manera que obliga a los establecimientos a mejorar la calidad del servicio a través de la innovación (Veloz, Vasco, 2016, p 20) es importante dar a conocer que los servicios tienen características que lo determinan para de esta manera identificar el tipo de servicio y la calidad del mismo.

De acuerdo con Pride y Ferrel, citado por Tamayo y Vega (2017) hace mención a las características de los servicios turísticos que se centran en:

- a) La formalidad: es la capacidad de generar un servicio de forma precisa
- b) Tangibilidad: conocimiento y procesos de desarrollo del servicio
- c) La seguridad: confianza del personal basado en valores al momento de entregar el servicio
- d) La sensibilidad: referente a ayudar a los clientes
- e) Empatía: atención que pone al entregar el servicio al cliente. (p.8)

Estas características deben ser cumplidas por las personas que prestan el servicio y a la vez ser evaluadas para asegurar que el huésped se sienta a gusto y satisfecho de su estadía en el alojamiento. Es obligación de la empresa realizar evaluaciones periódicas al personal para así determinar el nivel de preparación con la que va a atender al cliente.

2.6. EVALUACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS

Todos los establecimientos de alojamiento turístico deben ser evaluados de acuerdo a los reglamentos y leyes que lo rigen para poder determinar su categoría y clasificación para de esta manera poder ofrecer un servicio acorde al tipo de establecimiento. Las evaluaciones en el ámbito de alojamiento son importantes no solo para los establecimientos sino también para los destinos ya que gracias a esto se pueden conocer las falencias permitiendo realizar acciones de mejora e innovar a los servicios que estos ofrecen determinados a través de parámetros y estándares ubicándolos como empresas competitivas y de alto prestigio (Castillo, Alarcón, 2017, p 163).

De acuerdo con Monsalve y Hernández (2015) hoy en día en los actores del turismo de una determinada zona de interés o destino turístico se preocupan por la calidad que ofrecen dentro de los alojamientos en sus diferentes clasificaciones y categorías ya que dentro de la sociedad están dándose cambios y surgen otras necesidades y requerimientos que hacen a los empresarios realizar una reingeniería de sus servicios para satisfacer a sus huéspedes además de caber en la competencia de mercados. (p.162)

En el Ecuador los establecimientos de alojamiento deben regirse al cumplimiento de lo establecido en el Reglamento General de Actividades Turísticas y al Reglamento de Alojamiento turístico para luego ser evaluados por el Ministerio de Turismo buscando la mejora del servicio de los hoteles además de categorizarlos y clasificarlos registrándolos en la base de datos del estado para luego presentar un catastro con información veraz accesible al turista en el que puede elegir el tipo de hospedaje en su visita al país.

Las evaluaciones no solo están dadas por el Ministerio de Turismo sino también deben ser realizadas anualmente por los mismos establecimientos a través de

herramientas de evaluación propuestas por diferentes autores que resultan útil para el estudio de la calidad en el servicio percibido por el turista (Bouza, 2015, p 73).

2.7. EL ALOJAMIENTO Y EL SERVICIO AL CLIENTE

Actualmente la actividad turística ha tenido una evolución acelerada logrando tener un lugar dentro de la economía de los países conllevando el crecimiento de la oferta de acuerdo a las necesidades que se establezcan en los destinos. Paralelamente, el alojamiento se ha convertido en el principal servicio del turismo, debido a que este reúne las condiciones básicas para que el turista se sienta cómodo y seguro en el destino. Por tal razón, los establecimientos hoteleros se basan actualmente en la planificación de las actividades y servicios que ofrecen realizando estudios de la demanda para conocer los cambios frecuentes sirviendo a la realización de estrategias que aseguren una buena estadía para el huésped (González, Argelio, Gómez, 2016, p 254).

Los servicios turísticos son la base de la conformación de la industria ya que gracias a las exigencias de los visitantes obligan a las empresas a mejorar y seguir estudiando los cambios constantes de la demanda, apoyándose en investigaciones y estudios donde implantan metodologías de evaluación de los servicios prestados al cliente, donde se rigen parámetros de calidad (Savi, Gonçalves, 2016, p 125), más aún en los servicios de alojamiento donde se evidencia altamente la evolución del consumidor o huésped a través de las exigencias en la calidad del servicio, las cuales repercuten en los niveles de satisfacción directamente.

Por tal razón, en la actualidad ha cobrado mayor importancia la satisfacción del cliente en el campo de hospitalidad, siendo así un factor clave en la superveniencia de los establecimientos, en donde sobresale la atención al cliente como un atributo fundamental y medular para la decisión de compra o reserva así como también en la promoción, por lo que las empresas de servicios dedicadas al alojamiento se ven obligadas a mejorar este aspecto, el cual no muchas veces no ha sido considerado importante a pesar de que como lo manifiesta Barón (2014) el servicio al cliente es “el pilar fundamental de una

empresa, es la base para conquistar al público, es el medidor que determina cuando ésta es social y humanamente responsable”.

En efecto, dada la importancia de esta área todas las empresas turísticas, especialmente las hoteleras, se enfocan en estudiar al cliente utilizando la información a su favor con cambios de acuerdo a sus condiciones actuales dirigiéndose a la satisfacción del cliente. Es de esta manera que las grandes empresas toman como estrategias la evaluación de la satisfacción del cliente identificando las preferencias y las falencias del servicio, para en base a ello realizar mejoras en este aspecto, incidiendo en los niveles de satisfacción.

En el ámbito turístico se dan estudios de forma generalizada destacando el conocimiento de perfiles de turistas además de conocer los segmentos de mercado existentes para de acuerdo a los resultados implantar nuevas reformas en los servicios de la actividad turística. Por lo que, en el caso de los establecimientos de alojamiento se realizan estudios más enfocados en la satisfacción del servicio dado al cliente en determinado tiempo (Álvarez, 2017, p 5)

Por otro lado, las nuevas tendencias son parte de los cambios sociales que repercuten en la actividad turística y por ende en los servicios de la hotelería, diversificando la oferta dando oportunidad a abarcar las necesidades de los diferentes segmentos de mercado. La tecnología también ha sido parte de la evolución social ya que gracias a esto se puede mejorar el servicio a los clientes y se ha convertido en un aliado para generar servicios incorporados para hacer del alojamiento un lugar de confort, sintiéndose a gusto con las facilidades que este le ofrece.

Un aspecto importante de la hotelería es la imagen y la actitud del personal ya que todo inicia desde aquel punto para dar un buen servicio de alojamiento y por ende este debe estar preparado y presto a las indicaciones o sugerencias que puedan dar los huéspedes, manejándolo de la mejor manera asegurando la excelencia en la prestación del servicio. Además, dentro de la planificación de un establecimiento de alojamiento como estrategias debe proponer la preparación o capacitación constante del personal que labora para así fortalecer

los conocimientos y habilidades para de desarrollo de los servicios (López, Urquiola, Capa, 2018, p 836).

2.8. TIPOLOGÍAS Y MODELOS DEL SERVICIO AL CLIENTE

Es necesario conocer las tipologías y modelos existentes del servicio al cliente haciendo un análisis de ello y poder estructurar índices de evaluación correspondientes, es así que dentro de la tipología se pudo determinar según Guzmán (2015) las siguientes:

De acuerdo al medio:

- 1 Atención presencial
 - 2 Atención telefónica
 - 3 Atención virtual
- a) Atención presencial: consiste en un acercamiento físico donde ambas partes se encuentran presentes donde las acciones son muy importantes.
 - b) Atención telefónica: como su nombre lo indica se la realiza a través del servicio telefónico en el que se vuelve un poco restringido de observarse entre ambas partes realizando un servicio limitado.
 - c) Atención Virtual: Con el avance de la tecnología se logró establecer una interacción con el cliente frente a aparatos electrónicos como celulares, computadoras entre otros. (p. 1)

De acuerdo a la interacción directa

- 4 Atención proactiva
- 5 Atención reactiva

Atención Reactiva: esto sucede del cliente al empresario sin necesidad de motivar o convencer de algo.

Atención proactiva: se trata de incentivar al cliente a comprar mostrándole las necesidades que suelen surgir. (p. 1)

De acuerdo al rol del cliente en la transacción:

- 6 Atención directa
- 7 Atención indirecta

Atención directa: cuando el cliente decide realizar el uso del bien o servicio sin necesidad de hacerlo a través de intermediarios.

Atención indirecta: es cuando se direcciona al cliente a realizar la compra y no es quien toma la decisión de realizar la compra se la da de forma indirecta. (p. 2)

Estos tipos de servicio al cliente se dan de acuerdo a las circunstancias y de cómo se maneje la dirección del dialogo llevándolo a buenos términos.

Las empresas turísticas en especial la de alojamiento en países desarrollados realiza el estudio de la tipología de servicio al cliente que se plantea en la empresa para realizar mejoras en las estrategias de intervención con el cliente, ya que este es la razón de ser de las empresas porque son ellos quienes consumen los bienes o servicios y existe la generación de fuentes de empleos (Salazar, Cabrera, 2016, p 13)

De la misma manera existen modelos de servicio al cliente en la que Hernández (2019) muestra tres modelos de servicio al cliente que se presenta a continuación:

1. Modelo Jan Carlzon

Esta persona fue uno de las primeras personas que estudiaban el sistema del servicio al cliente instaurando programas de satisfacción al cliente dando un giro a la administración de empresas en base al criterio del cliente. Para Carlzon son necesarios elementos que aseguren la excelencia del servicio al cliente. (Ver figura 2.7)

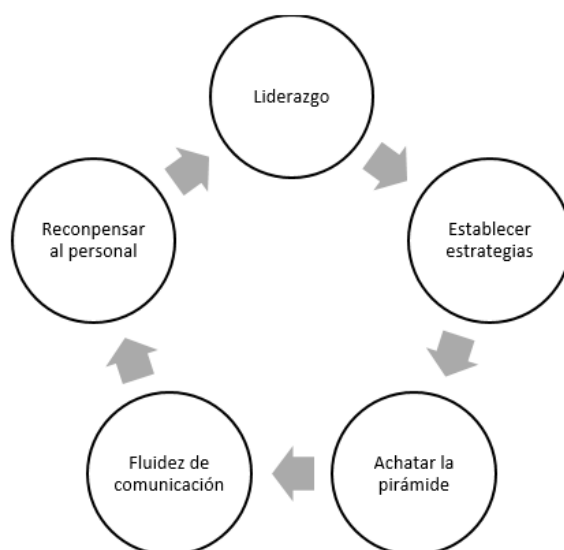


Figura 2.7. Elementos para la excelencia del servicio al cliente
Fuente: elaboración a partir de Hernández (2019)

2. Modelo Kart Albrecht

Es el creador del triángulo de servicios donde menciona tres factores claves de éxito como pilar de dicho triángulo que son:

1. Estrategias para el servicio
2. Personal orientado hacia el cliente
3. Sistema basado en el trato amistoso con el cliente. (p. 2)

En la realización del triángulo de servicio fue basada en la interacción de elementos básicos que mantienen el servicio de buena calidad. (Ver figura 2.8)



Figura 2.8. Triángulo del servicio
Fuente: Kart Albrecht

- Cliente: Toda persona que resulta ser un cliente potencial o que ya es fidelizado manteniéndolo en la empresa.
- Estrategias del servicio: Son métodos que posiciona al cliente como el principal objetivo basándose en la satisfacción de éste.
- Personal: Es quien mantiene un contacto directo con el cliente donde la empresa es representada dando la mejor calidad del servicio.
- Sistemas: Es la facilidad que se debe dar al cliente para llegar al objetivo principal que es la obtención del servicio con calidad.

4. Modelo de Earl Sasser

La base de su modelo se centra en que, a mayor clientela fidelizada, mayor será la rentabilidad de las empresas. Es así que se basa en la retención de los clientes de manera estratégica para logara su preferencia y lealtad. Es de esta manera

que una empresa podría superar el ciclo de vida y mantenerse en ventas seguras. (p.3)

Para las empresas, la constante evolución de la calidad del servicio marca una diferencia dentro de la competencia actual, logrando posicionarse no solo en el mercado sino también en las actividades diarias de las personas. Es así que preocupados por la protección del cliente y la entrega de un servicio para su satisfacción se ha instaurado normas que certifiquen la calidad de éstos.

2.9. EVALUACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

La realización de la evaluación y clasificación de los establecimientos de alojamiento es de importancia para el turista ya que estos se informan no solo del destino sino de lo primordial que es el servicio de alojamiento donde se aseguran de que cuente con todas las facilidades para de esta manera no tener ningún inconveniente (SECTUR, 2016, p 5).

Las empresas de alojamiento tienen la preocupación de caer en el error de falla en la calidad de los servicios que son el factor primordial del éxito de estas empresas de manera que entablan estrategias que los direccionan a la generación de la confianza de los turistas. Para ello se centran en realizar evaluaciones continuas a las áreas administrativas, al personal de servicio y hasta al cliente para conocer sus preferencias y calificación de la calidad del servicio recibido.

De acuerdo con Flores, Ochoa y Arroyo (2017) establecen como metodología la realización del diagnóstico del sector hotelero donde se reconoce los factores internos y externos. Luego se realiza la evaluación del establecimiento en base a la herramienta propuesta por la Secretaría de Turismo que se centra en la recepción, habitaciones, alimentos y bebidas, instalaciones, atención en el servicio entre otros (p 328). (Ver figura 2.9).

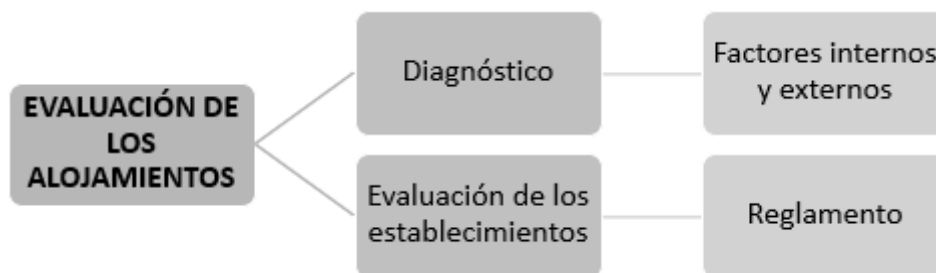


Figura 2.9. Metodología para el análisis hotelero
Fuente: elaboración a partir de Flores, Ochoa y Arroyo (2017)

Este autor parte de la realización de un diagnóstico que claramente sirve para conocer los aciertos o falencias de la industria hotelera permitiendo la dirección de estrategias encaminadas a los resultados obtenidos de éste. Además, realiza la evaluación de los alojamientos gracias a un instrumento o herramienta que se elaboró en base a las normativas y leyes de su país.

Por otra parte, Evaristi y Enriquez (2006) presentan como una de las metodologías para la evaluación y caracterización a la recopilación de información de las condiciones generales en que se encuentra cada establecimiento, es decir, se debe analizar el estado de conservación de la infraestructura, equipamiento e instalaciones. Así mismo, conocer el funcionamiento interno del servicio de alojamiento, permitirá identificar las fortalezas y debilidades tanto del alojamiento como de la red. Situación que determinará si los establecimientos se encuentran aptos o no para prestar dicho servicio.

En el caso de Angamarca, Cruz, Bucheli y Martínez (2018) proponen la recolección de información de los establecimientos de alojamiento aplicando entrevistas, recolección de información bibliográfica e histórica de las tipologías de sector. (Ver figura 2.10) con dicha información se establece el instrumento de evaluación de los hoteles según la tipología y categoría. (p. 62)



Figura 2.10. Metodología para la caracterización tipológica del sector hotelero
Fuente: elaboración a partir de Angamarca, Cruz, Bucheli y Martínez (2018)

Otra metodología planteada por Santana (2018) donde propone la revisión de fuentes bibliográficas y elaboró entrevistas para conocer el nivel de satisfacción de los visitantes, luego realiza la identificación de los elementos condicionantes de la calidad en los establecimientos de alojamiento turístico mediante la normativa que lo rige y por último desarrolla la evaluación de las condiciones de la calidad a través de un check list que es facilitado por el Ministerio de Turismo de acuerdo a su categoría. (p. 41) (Ver figura 2.11)

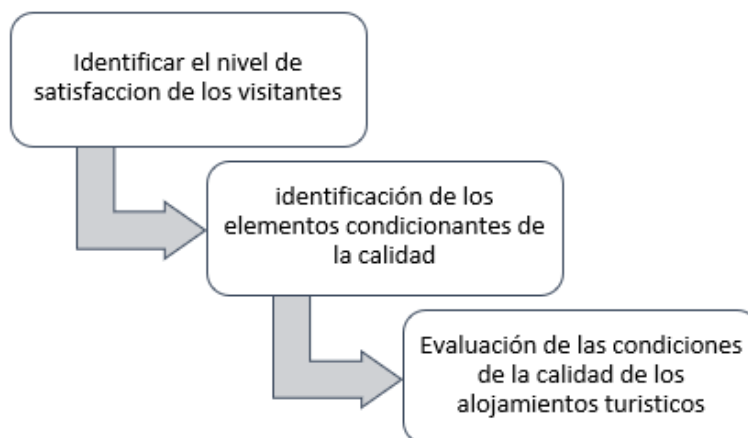


Figura 2.11. Metodología para la evaluación de establecimientos de alojamiento
Fuente: elaboración a partir de Santana (2018).

Dos de los autores coinciden con la realización de un análisis general del sector hotelero para de esta manera identificar las funciones y procesos que estos llevan en el desarrollo del servicio y por último la evaluación de los establecimientos turísticos en base a términos legales o reglamentarios. A diferencia del autor Santana que se dirección en la evaluación enfocado en la

satisfacción del cliente y mejorar la calidad de los servicios para luego llegar a la evaluación de la calidad de los alojamientos turísticos. La evaluación de los alojamientos turísticos puede darse en dos ámbitos que sería la determinación de la clasificación y categorización de los establecimientos y así también podría evaluar la calidad del servicio según la tipología del alojamiento.

Además, López (2017) plantea otra metodología que tiene como objetivo evaluar la calidad de la oferta de alojamientos en la ciudad de Rio Tercero, provincia de Córdoba-Argentina. En la cual se analiza el equipamiento de los alojamientos hoteleros comprendidos en las categorías de 1, 2 y 3 estrellas, mediante una planilla se realizó una valoración cuantitativa de cada uno de los establecimientos.

Para la evaluación que corresponde a clasificación y categorización se la puede realizar mediante el Manual de Aplicación del Reglamento de Alojamiento Turístico donde se compone de lineamientos que deben cumplir los establecimientos de acuerdo a la tipología y de acuerdo a los resultados realizar los respectivos correctivos para ofertar una imagen verdadera del servicio mencionado.

En cuanto a la evaluación enfocada a la satisfacción del cliente del servicio prestado o percibido se pueden utilizar metodologías como el SERVQUAL que la realiza mediante las siguientes dimensiones: Tangibilidad, confiabilidad, sensibilidad o capacidad de respuesta, seguridad y empatía (Zaragoza, 2015, p 7).

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se expone el hilo a seguir a través de fases con sus respectivos métodos, técnicas y herramientas que se estableció para realizar la pertinente evaluación y clasificación de los alojamientos turísticos post terremoto para la satisfacción del cliente en el cantón San Vicente. Que para efecto precisó analizar varios procederes metodológicos por diversos autores con el fin de establecer la más adecuada para el desarrollo de la investigación y así responder a los objetivos trazados en la misma y dar solución al problema identificado, la cual es de carácter mixta con enfoque descriptivo. En este apartado, se detallarán los métodos, técnicas y herramientas que contempla y que implicará el desarrollo de la propuesta.

A continuación, se expone y se resume las referencias tomadas de cuatro autores: Flores, Ochoa y Arroyo (2017) “Análisis de la Situación de la Industria Hotelera”; Evaristi y Enríquez (2006) “Evaluación y categorización de los establecimientos turísticos rurales que prestan el servicio de alojamiento. Caso en estudio: Red Corral- Chaihuín”; Angamarca, Cruz, Bucheli y Martínez (2018) “Caracterización Tipológica del Sector Hotelero de la Provincia de Los Ríos, Ecuador”; Santana (2018) “Medición de la calidad en el turismo y hospitalidad” y finalmente López (2017) “Evaluación de la calidad de la oferta de alojamientos de la ciudad de Rio Tercero”.

- **Análisis de la Situación de la Industria Hotelera. Flores, Ochoa y Arroyo (2017)**

El presente artículo se aplicó con el propósito de realizar el diagnóstico de los hoteles pertenecientes al municipio Huichapan, Hidalgo, en donde el estudio tuvo como finalidad de identificar áreas de oportunidades para la contribución al desarrollo del sector. Arroyo (2017) expone que la investigación está dividida en dos etapas: la primera es la realización del diagnóstico de los establecimientos de alojamientos en relación al factor interno y externo, ya que de tal manera se pudo observar la situación real para el crear el plan estratégico del sitio y la segunda etapa se estableció en la evaluación de los establecimientos basados

en el reglamento de la Secretaría de Turismo, donde se centra al cumplimiento de las infraestructuras, servicios del entorno e instalaciones.

- **Evaluación y categorización de los establecimientos turísticos rurales que prestan el servicio de alojamiento. Caso en estudio: Red Corral- Chaihuín. Evaristi y Enríquez (2006)**

La Evaluación y categorización de los establecimientos turístico fue ejecutada en el sector Red Corral- Chaihuín, Comuna de Corral, Provincia de Valdivia, Región de Los Lagos, República de Chile, se realizó con el propósito de conocer las condiciones actuales de los alojamientos turísticos. Para Evaristi y Enríquez (2006), el logro se efectuaron en tres fases: la primera se basó en la recopilación de información general de cada establecimiento relacionado al estado y descripción de la infraestructura y sus componentes, en la cual para dicho proceso se utilizó dos instrumentos metodológicos: la entrevista al propietarios y la ficha de observación; la segunda fase se constituyó al reglamento de clasificación de los alojamientos turísticos del país, en donde se debe evaluar si cumplen con las normativas vigentes y la tercera fase expone el proceso de organización del servicio de alojamiento que ofrecen al cliente, es decir, establecer un sistema a través del cual se especifique como debe prestarse el servicio al cliente.

- **Caracterización Tipológica del Sector Hotelero de la Provincia de Los Ríos, Ecuador. Angamarca, Cruz, Bucheli y Martínez (2018)**

Angamarca et al. (2018) explica que el objetivo general de este trabajo consistió en caracterizar tipológicamente el sector hotelero de la provincia de Los Ríos, Ecuador. Específicamente, se enfoca en las características tipológicas de ubicación, tamaño y categoría de los hoteles. Esta metodología constituye en tres fases: la primera es la recolección de información de los establecimientos, aplicando entrevistas, la segunda fase se basó en la elaboración de instrumentos de evaluación para poder categorizar los distintos niveles de hoteles y la tercera fase es la evaluación de los hoteles de acuerdo a la clasificación y categorización.

- **Medición de la calidad en el turismo y hospitalidad. Santana (2018)**

La metodología que aplicó Santana (2018) para la medición de calidad en el turismo y hospitalidad se realizó con la identificación de la satisfacción al cliente por medio de lineamientos basados en check-list manejados por el MINTUR y las fichas de evaluación de calidad de un emprendimiento comunitario con características afines al escenario de investigación, luego se realiza la identificación de los elementos condicionantes de la calidad en los establecimientos de alojamiento turístico mediante la normativa que lo rige y por último desarrolla la evaluación de las condiciones de la calidad a través de un check list que es facilitado por el Ministerio de Turismo de acuerdo a su categoría.

- **Evaluación de la calidad de la oferta de alojamientos de la ciudad de Rio Tercero. López (2017)**

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo evaluar la calidad de la oferta de alojamientos en la ciudad de Rio Tercero, provincia de Córdoba-Argentina. López (2017) aplicó como primera fase, el análisis del equipamiento de los alojamientos hoteleros comprendidos en las categorías de 1, 2 y 3 estrellas, mediante una planillas se realizó una valoración cuantitativa de cada uno de los establecimientos; en la segunda fase se realizó la medición y análisis de la importancia de la calidad desde el punto de vista de los propietarios de los establecimientos hoteleros, logrando así conocer cuál es su percepción de la calidad y qué aspectos de ésta son valorados; en la tercera fase se realizó la medición y análisis de la satisfacción de clientes/usuarios de los hoteles selectos, debido a que dicho concepto es uno de los elementos determinantes del concepto de la calidad.

A continuación, se realiza un cuadro de análisis comparativo de las referencias tomadas con el objetivo de conocer el grado de coincidencias en cada una de

sus fases y de tal manera definir la metodología conveniente para la presente investigación (Ver cuadro 3.4).

Cuadro 3.4. Resumen de metodologías consultadas

Evaristi y Enriquez (2018)	Flores, Ochoa y Arroyo (2017)	López (2017)	Santana (2018)	Angamarca, Cruz, Bucheli y Martínez (2018)
a. Recopilación de información general de cada establecimiento	a. Diagnóstico de alojamientos	a. Análisis del equipamiento de los alojamientos hoteleros	a. Identificación de las variables cualitativas y cuantitativas para la satisfacción del cliente	a. Recolección de información de los alojamientos
b. Evaluar la clasificación de alojamientos en base al reglamentos local	b. Evaluación de los establecimientos hoteleros	b. Medición y análisis de la importancia de la calidad	b. Identificación de los elementos condicionantes de calidad en alojamientos	b. Elaboración de instrumentos de evaluación
c. Procesos para la organización de servicios prestados al cliente		c. Análisis de la satisfacción de clientes de los alojamientos seleccionados	c. Evaluación de la calidad de acuerdo a la categoría de los establecimientos turísticos	c. Evaluación de los hoteles de acuerdo a la categorización

Fuente: Elaboración propia

Para la selección de las etapas metodológicas de la investigación se tomó las características que más se ajusten a la necesidad del proyecto, y a continuación se efectuará una valorización comparativa de cada una de las metodologías expuestas por los autores con la finalidad de conocer la relación de criterios (ver cuadro 3.6).

Cuadro 3.5. Leyenda

A. Diagnóstico situacional de los alojamientos	D. Identificación de variables cualitativas y cuantitativas para la satisfacción del cliente
B. Elaboración de instrumentos de evaluación para la categorización	E. Identificación de elementos condicionantes de calidad en alojamientos
C. Evaluación de los establecimientos basados al reglamento de alojamiento	F. Análisis de la satisfacción de clientes de los alojamientos seleccionados

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 3.6. Matriz de síntesis de las metodologías seleccionadas Leyenda

REFERENTES	A	B	C	D	E	F	TOTAL
Evaristi y Enríquez (2006)	x		x				2
Flores, Ochoa y Arroyo (2017)	x		x			x	3
López (2017)	x		x			x	3

Angamarca, Cruz, Bucheli y Martínez (2018)	x	x	x				3
Santana (2018)			x	x	x		3
TOTAL	4	1	5	1	1	2	
PORCENTAJE	80%	20%	100%	20%	20%	40%	

Fuente: Elaboración propia

Con los modelos de investigación antes mencionados se realizó un análisis comparativo, en donde se tomaron como búsqueda 6 variables, (1) Diagnóstico situacional de los alojamientos; (2) Evaluación de los establecimientos basados al reglamento de alojamiento; (3) Elaboración de instrumentos de evaluación para la categorización; (4) Identificación de variables cualitativas y cuantitativas para la satisfacción del cliente; (5) Identificación de elementos condicionantes de calidad en alojamientos y finalmente (6) Análisis de la satisfacción de clientes de los alojamientos seleccionados.

Por lo tanto, en el análisis ejecutado por las cinco metodologías presentadas por los autores sobre las variables definidas se obtiene rasgos simultáneos de que un 80% inicia con el diagnóstico situacional de los alojamientos, y en la segunda fase todos los autores coinciden en un 100% con la evaluación de los establecimientos basados al reglamento de alojamiento, por otro lado el 40 % pertenece al análisis de la satisfacción de clientes de los alojamientos seleccionados; por ultimo con los porcentajes menores se detallan a la elaboración de instrumentos de evaluación para la categorización; Identificación de variables cualitativas y cuantitativas para la satisfacción del cliente e Identificación de elementos condicionantes de calidad en alojamientos.

De esta manera el uso de los instrumentos en la primera y segunda fase son muy fundamentales para la investigación, ya que para obtener resultados efectivos es importante hacer un diagnóstico situacional de los alojamientos del sector y de esta manera proceder con la evaluación y clasificación de la industria hoteleras del cantón San Vicente.

A partir de los resultados del cuadro anterior, se presenta la metodología que se usó para el cumplimiento del objetivo principal de la investigación.

Cuadro 3.7. Desarrollo metodológico

FASES	ACTIVIDADES	MÉTODOS TÉCNICAS INSTRUMENTO
Fase I Diagnóstico del área de estudio	<ul style="list-style-type: none"> - Delimitación del área de estudio. - Análisis de la situación de la oferta actual y demanda de los alojamientos - Caracterización de los alojamientos turísticos del cantón San Vicente seleccionados a evaluar 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión bibliográfica - Entrevista - Catastro turístico de los alojamientos del cantón San Vicente - Encuesta - Ficha de caracterización de alojamientos turístico del Alfonso 2016. - Observación directa
Fase II Evaluación de la clasificación de los alojamientos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de los instrumentos de evaluación seleccionados de acuerdo con su categoría. - Análisis de las deficiencias de los establecimientos basadas en la categorización actual del MINTUR. - Clasificación de los establecimientos hoteleros del cantón San Vicente. 	<ul style="list-style-type: none"> - -Manual de Aplicación Del Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador - -Ficha de observación directa basado al manual de Alojamiento Turístico del Ecuador. - método descriptivo Analítico y sintético
Fase III Evaluación de los servicios de alojamientos para la satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del nivel de satisfacción del cliente. - Análisis estratégico de la evaluación de la satisfacción del cliente en el sector hotelero del cantón San Vicente - Propuesta del plan estratégico para los establecimientos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ficha Modelo Servqual - SSPS - Matriz FODA - Matriz de estrategias

Fuente: Elaborado por los autores

FASE I. DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE ESTUDIO

En esta fase se realizó un diagnóstico turístico del sitio de investigación, es decir, se analizó la situación actual de los alojamientos turísticos del Cantón San Vicente. Para efecto se empezó con la primera actividad que tuvo como objeto la delimitación del área de estudio, para ello se realizó el tipo de investigación bibliográfica y descriptiva, ya que se buscó información general del área de estudio como: el marco geográfico, económico -y social del cantón San Vicente. Se realizó también una visita al GAD Cantonal de la zona, para solicitar el Plan de Ordenamiento Territorial y de tal manera constatar la ubicación real y sus actividades económicas del área de estudio

Seguido se inició con la segunda actividad que se enfocó en analizar la situación real en la que se encuentran los alojamientos del Cantón San Vicente después del terremoto del 16 de abril de 2016 desde el punto de vista de la oferta y la demanda, por ende, se realizó una comparación de la existencia de la oferta

hotelera del antes y después de la catástrofe natural ocurrido, y para dicha actividad se solicitó el catastro de los establecimientos de alojamientos turísticos al departamento de turismo de la zona, también se realizó una entrevista (ver anexo 1) a los entes gubernamentales para constatar si el establecimiento hotelero tuvo afectaciones físicas en el terremoto.

Se cumplió además como parte del proceso metodológico, el análisis de la oferta y demanda que hace uso de los servicios hoteleros, para lo cual se hizo una búsqueda de información documental sobre los alojamientos turísticos que existen en la actualidad, para esto se solicitó el catastro de alojamientos y de tal manera determinar la existencia de la oferta hotelera para la satisfacción del cliente. Por otro lado, se realizó una encuesta para conocer la demanda actual del cantón San Vicente y así conocer el perfil del visitante (ver anexo 2), con el fin de establecer cuáles son sus características generales; además con este instrumento pretendió saber si las exigencias impuestas (relacionado a las instalaciones) por el MINTUR son necesarias para la satisfacción del cliente.

Para el desarrollo del número de encuestas a aplicarse se utilizó una fórmula con población desconocida, ya que no se evidencian registros sobre el ingreso de turistas.

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza= 1,96

e: Error de la muestra = 0,07

p: Proporción = 0,50

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)}{(0,07)^2}$$

$$n = \frac{3,84(0,25)}{0,0049}$$

$$n = \frac{0.96}{0,0049} = 196 \text{ encuestas}$$

Posteriormente, para efecto de la tercera actividad que se estableció en el proceder metodológico se efectuó la caracterización de los alojamientos turísticos del cantón San Vicente seleccionados a evaluar. Para ello se empezó con la selección de los establecimientos de alojamiento turístico susceptibles a ser valorados en la investigación utilizando la fórmula de la población conocida, ya que de tal manera abordó el número de los alojamientos a ser estudiado, a continuación, se describe:

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Total de la población 58

Z: 2.55 al cuadrado (si la seguridad es del 98%)

p = proporción esperada 0,5

q = 1 – p (en este caso 1-0.5 = 0.5)

d = precisión 0,03

$$n = \frac{58 * 2,55^2 * 0,5 * 0,5}{0,03^2(58 - 1) + 2,55^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{58 * 5,1 * 0,5 * 0,5}{0,06(57) + 5,1 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{73,15}{4,65}$$

$$n = 15.37$$

Una vez determinado el número de establecimientos necesarios para realizar la clasificación y evaluación para dar fin al desarrollo de esta fase y actividad propuesta se efectuó el respectivo análisis de los alojamientos turísticos seleccionados con la ficha de caracterización de los establecimientos (ver anexo 3) de alojamientos turísticos de Alfonso (2016), la cual sirvió para la observación

de las infraestructuras físicas, servicios, las tarifas, organización de establecimiento y cantidad de recursos humanos para la satisfacción al cliente, además se tomó fotografías para corroborar la información veraz, se hizo todo este proceso para la posterior evaluación y clasificación de los alojamientos turísticos.

FASE II. EVALUACIÓN DE LA CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.

Para la presente fase se evaluó y clasificó a los establecimientos hoteleros seleccionados del cantón San Vicente en base a la reglamentación de Alojamiento Turístico del Ecuador, y a continuación se describen las actividades que se necesitaron para el cumplimiento del segundo objetivo específico de la investigación:

La primera actividad con ayuda de las fichas técnicas de observación aplicadas a los diferentes establecimientos (hoteles, hostales y hostería) fueron diseñadas con base en el Manual de Aplicación del Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador elaboradas por el MINTUR (ver anexo 4, 5 Y 6) y fueron adaptadas en a la realidad del objeto de estudio. Por ello se evaluaron a los 15 establecimientos seleccionados previamente entre hoteles, hostales y hosterías por categorías que van de una a tres estrellas conforme a los servicios ofrecidos, ya que en el área de estudio no existen establecimientos con categorías de 4 y 5 estrellas propiamente.

El propósito de aplicación de estas fichas es determinar las exigencias del cliente, estableciendo una lista de todas las dimensiones de calidad que describen el servicio; la cual está compuesta de la siguiente manera como se expone en el cuadro 3.8:

Cuadro 3.8. Requisitos del Manual de Alojamiento Turístico del Ecuador

Requisitos
Infraestructura
Accesos
Ascensores
Áreas del cliente- general

 Áreas del cliente-habitaciones

 Áreas del cliente- cuarto de baños y aseo privado

 Servicios

Fuente: Elaboración propia

Las fichas se aplicaron en 15 establecimientos, distribuidos en 3 hoteles, 11 hostales y 1 hostería ubicadas en el cantón San Vicente y sus alrededores, Canoa y Briceño. La aplicación de éstas se la realizó a través de cinco visitas a los diferentes establecimientos mediante la observación y entrevista in situ.

La segunda actividad para el cumplimiento de la actual fase tuvo como objetivo analizar las deficiencias en los establecimientos de alojamiento acorde a su categorización. Y, es que los sistemas de clasificación del sector hotelero en su mayoría son exclusivamente nacionales, y no solo establecen las categorías de los establecimientos, también los clasifican por tipologías. En el caso específico del Ecuador y por su amplia gama de alojamientos que conforman la planta hotelera su clasificación se representa por el “sistema de estrellas”, establecido oficialmente por el Ministerio de Turismo del Ecuador, la clasificación se realiza de acuerdo a los requisitos, diversidad y calidad de los servicios que se brindan en cada uno de los establecimientos.

Dicho esto, a nivel general, la investigación se enfoca en el análisis de las deficiencias en los establecimientos de hospedaje del cantón San Vicente, por lo cual a través de la aplicación de la ficha se dio a conocer las características, servicios tangibles e intangibles y datos reales de la oferta de alojamiento que brindan en la actualidad dichos establecimientos turísticos determinados en la muestra seleccionada. Para medir el cumplimiento general de los alojamientos por clasificación se tuvo que realizar una sumatoria de porcentajes por categoría y dividirlo por el número de hoteles de la misma, el resultado de ello permitió realizar un análisis más profundo acerca de las deficiencias identificadas con respecto a cada categoría evaluada. Para lo cual se utilizó la siguiente fórmula

$$R\%1 + R\%2 + R\%3 + R\%4 = \text{Total \%}$$

$$\frac{300}{4} = \text{Nivel de cumplimiento}$$

Para la clasificación de los establecimientos del cantón San Vicente, misma que se estableció como la tercera actividad para el desarrollo de la fase, se tomó de referencia los resultados obtenidos en la actividad 2 y 3, de tal manera se pudo establecer y analizar si realmente los alojamientos turísticos seleccionados pertenecen a su grupo categorizado y clasificado por el MINTUR; por ende, se analizó de acuerdo a los resultados obtenidos y se generó un nuevo estado con su respectiva clasificación y categorización.

FASE III. EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTOS PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

En esta fase se identificó el nivel de calidad de los servicios ofertados por los alojamientos turísticos en el Cantón San Vicente en base a los resultados obtenidos de la evaluación de los mismos. Para la realización de la primera actividad que implicó el análisis del nivel de la satisfacción del cliente con respecto a los servicios en los establecimientos seleccionados, para ello se procedió a realizar la estructura del cuestionario tomando como referencia el modelo SERVQUAL, el mismo que acorde a Matsumoto (2014) es una técnica que de forma cualitativa y cuantitativa permite recoger y consecuentemente analizar aspectos relacionados directamente con la calidad del servicio, de modo que ayuda a conocer el nivel del mismo, haciendo un contraste entre la perspectiva y percepción del cliente con relación al servicio ofrecido.

Constituyéndose un instrumento diseñado para contribuir a la mejora continua en términos de calidad, por lo que lo planteado anteriormente valida la utilización del método, ya que contribuye a los objetivos de la investigación y de la fase. En efecto, el diseño de la encuesta se realizó en función de los cinco dimensiones propuestas por el modelo que corresponden a los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (Izquierdo, Lazo, Andrade, 2018), aspectos característicos e influyentes sobre la calidad tal (Ver anexo 7). Desplegándose, a su vez, 12 preguntas basadas en los aspectos mencionados anteriormente que en este caso han sido adaptadas a la realidad hotelera (Ver anexo 8).

Quedando de la forma que se presenta en el anexo 9 el cuestionario final, mismo que está formado por 2 secciones, con 12 ítems, una dirigida a medir las expectativas: lo que el cliente opina sobre lo que el servicio debe ser y la otra sección planteada para evaluar las percepciones de éste con referencia al servicio que presta determinado establecimiento hotelero, es decir, hasta qué punto considera que posee las características recogidas en cada ítem, que tienen como fin último medir la calidad del servicio ofrecido en los establecimientos hoteleros del cantón San Vicente.

Para la evaluación de los resultados, ya que el método está constituido por una escala de respuesta múltiple manejado a través de la escala de Likert de 1 a 3 se analizará desde ambas perspectivas: expectativa y realidad. Donde para la sección de expectativa 1 tiene una significación de poco importante, donde 2 se caracteriza como importante y finalmente, 3 significa muy importante de acuerdo a la calidad de servicio que el cliente esperó recibir. Y, por otro lado, para el cuadrante de realidad, el 1 expresa que el servicio que se recibió con relación al ítem a evaluar es malo, el 2 lo caracteriza como bueno y el 3 significa excelente de acuerdo a la calidad de servicio que el cliente recibió (cuadro 3.9).

Cuadro 3.9. Significancia de la escala de Likert en las encuestas

PERCEPCIÓN	SIGNIFICANCIA		
	1	2	3
	Poco importante	Importante	Muy importante
REALIDAD	SIGNIFICANCIA		
	1	2	3
	Malo	Bueno	Excelente

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, dado que se utilizó la escala de Likert, misma que se maneja en el modelo a utilizar, para facilitar la interpretación de la información que arrojan los resultados de las encuestas aplicadas es necesario acorde a Ibarra, Casas y Partida (2011) que cada nivel cuente con un porcentaje en escala dividiendo el número de aspectos a evaluar con respecto al 100%, que en este caso al ser tres niveles fue de 33.3%, que permitió visibilizar de manera más sencilla en qué nivel de satisfacción se encuentra el huésped en cada aspecto a ser evaluado, como se figura en el siguiente cuadro:

Cuadro 3.10. Escala Likert y rango de satisfacción y de expectativas

NIVEL DE LIKERT	SIGNIFICADO (EXPECTATIVAS)	SIGNIFICADO (REALIDAD)	RANGO DE PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
1	Expectativa baja	Insatisfecho	0 – 33.3
2	Expectativa media	Ni satisfecho ni insatisfecho	33.3 – 66.6
3	Expectativa alta	Satisfecho	66.6 - 100

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al tamaño de la muestra del total de la población de la demanda de los establecimientos hoteleros de primera, segunda y tercera categoría en el cantón San Vicente con la finalidad de sistematizar los resultados de la población de huéspedes para la identificación del número de encuestas que se debía aplicar se optó proceder a seleccionar una muestra según el criterio del muestreo probabilístico para una población infinita dado que se desconoce el número de la demanda hotelera al no realizarse registro sobre el ingreso de huéspedes, la misma que acorde a lo arrojado por la fórmula resultó en 196 encuestas, tal y como se detalla a continuación:

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

Donde:

Cuadro 3.11. Significancia

n: Tamaño de la muestra
Z: Nivel de confianza= 1,96
e: Error de la muestra = 0,07
p: Proporción = 0,50

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)}{(0,07)^2}$$

$$n = \frac{3,84(0,25)}{0,0049}$$

$$n = \frac{0,96}{0,0049} = \mathbf{196 \text{ encuestas}}$$

Es importante destacar que, la aplicación de las encuestas se realizó en base a la determinación de un muestreo aleatorio simple en los establecimientos

seleccionados por los autores de la presente investigación, mismos que brindaron toda la apertura para la efectuación de las mismas, y que se especificaron ya en la actividad anterior. Una vez diseñado y aplicado los instrumentos se procedió a analizar la información recolectada por los instrumentos y determinar en base a los resultados obtenidos en las anteriores fases las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector hotelero del cantón, evaluadas a través de la matriz FODA, mismo que a su vez permitió establecer el tipo de estrategia a seguir para mejorar los niveles de satisfacción.

Realizado el análisis pertinente de los resultados con los instrumentos de evaluación de alojamientos turísticos y haber realizado la encuesta al cliente, se elaboró propuestas de mejoras para los establecimientos hoteleros de San Vicente figurando como última actividad para efecto de la fase, ya que de tal manera dichas empresas hoteleras podrán tener una visión más clara de sus lineamientos del servicio de calidad, sin embargo, no asegura que deben funcionar así en el futuro, ya que las propuestas dependerán de las decisiones de los propietarios de cada uno de los establecimientos.

Propuesta que contiene el planteamiento estratégico con su pertinente planteamiento de misión, visión, principios, objetivos estratégicos, políticas y estrategias, las mismas que se diseñaron en función de los resultados obtenidos en la matriz de estrategias del FODA, para seguidamente en base a ello diseñar la programación estratégica con sus respectivos programas y proyectos así como el establecimiento de los indicadores y responsables.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE ESTUDIO

En esta fase se describe de manera detallada información de relevancia, la misma que sustenta la realidad en cuanto a las actividades económicas y turísticas que se desarrollan en el cantón San Vicente, cuáles son las limitantes que se ha surgido post terremoto en cuanto al desarrollo de la planta de alojamiento y de la promoción turística de la localidad

4.1.1. DELIMITACIÓN

La investigación se realizó en el Cantón San Vicente y está ubicado al noreste de la Provincia de Manabí, limita al norte con el Cantón Jama, al sur con el cantón Sucre, al este con el cantón Chone y Sucre y al oeste con el Océano Pacífico. Geográficamente su extensión es de 715 km. cuadrados (33Km cuadrados zona urbana y 682 Km. cuadrados zona rural); está ubicado en el centro norte de la provincia de Manabí (Ver figura 4.12)



Figura 4.12. Mapa del cantón San Vicente

Fuente: GAD Cantonal San Vicente

Por otra parte, se muestra las informaciones generales del cantón San Vicente como parte del diagnóstico situacional. (Ver cuadro 4.12)

Cuadro 4.12. Datos generales de Manabí

POBLACIÓN	El PDOT del cantón San Vicente expone que la población total de sus habitantes es 19.116, de lo cual 8.269 hab residen en las zonas urbanas y 10.847 viven en la parte rural, y cabe mencionar que el 0,3% es el crecimiento anual de la población de la zona.
JURISDICCIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA	De acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial 2017 del Cantón San Vicente se divide en la parroquia urbana del mismo nombre y la parroquia rural Canoa; además 42 comunidades rurales.
CLIMA	La principal característica del cantón es el clima, ya que es tropical, mega térmico y seco, en donde la temperatura oscila entre 24,3° C a 28,3°C.
RELIEVE	Las alturas van desde la mínima 3 msnm a la máxima de 303 msnm; los sectores más representativos corresponden a las lomas de La Cabuya, San Felipe y El Morro.
ECONOMÍA	Respecto a la economía del cantón San Vicente, de acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial se dividen en tres sectores: El sector primario, está basado en agricultura, ganadería, selvicultura y pesca, lo cual se suma a un 13, 08% en la zona urbana y en la parte rural se presenta con mayor porcentaje de 56,87%; en el sector secundario que está relacionado a industria manufactureras , suministro de electricidad entre otros, es menor su actividad económica para el cantón, mientras que el sector terciario es el mayor ingreso económico para la población y para el cantón, es decir esta actividad está relacionado al turismo, al alojamiento, transporte y almacenamiento, comercio al por mayor y menor

Fuente: Elaborado por el autor a partir de Gobierno Provincial de Manabí

4.1.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Para el análisis del sector hotelero del cantón San Vicente se obtuvo información a través del catastro turístico, de los datos resultantes de las encuestas y entrevistas (Ver anexo 1) ligadas a determinar los aspectos caracterizantes y problemáticas con respecto al sector desde la oferta y demanda de los alojamientos turísticos. A continuación, se procede a mostrar resultados relevantes de la entrevista en el cuadro 4.13:

Cuadro 4.13. Resultados relevantes de la entrevista realizada al director de turismo de San Vicente

PREGUNTA	RESPUESTA
Plan de desarrollo turístico y mejoramiento del servicio alojamiento	Programas: Plan de mejora a los establecimientos turísticos del cantón, profesionalización mediante programas de capacitación continua y permanente en relación a mejorar la atención del usuario, programa de socialización de normas INEN para hoteleros. No ejecutados o implantados en su totalidad
Acciones de promoción post terremoto	Festividades, actividades culturales
Presupuesto para ejecución de planes orientados al sector hotelero	Si

Problemáticas en la gestión de la planificación	Falta de comunicación con el sector hotelero Trabajo individual en el sector que no propician la planificación sostenible
Nivel de planificación	Proyectos con resultados Unión de emprendedores para mejorar el servicio
Afectación a la planta turística por terremoto	60% de afectación
Reactivación del turismo en el cantón	2 años para la reactivación total
Planta hotelera / Demanda	Si En temporada alta colapsa y la demanda se aloja en sitios cercanos.
Gestión para potenciar el turismo post terremoto	Capacitación Mejora de imagen del cantón
Mejoramiento de la calidad e infraestructura post terremoto	Si El sector hotelero ha venido trabajando de a poco.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por Trujillo en entrevista

Como se puede observar en el cuadro expuesto y en análisis, el sector hotelero del cantón San Vicente a pesar de la catástrofe del 16 A, el cual fue golpeado fuertemente con un 60% de afectación en su infraestructura, ha venido recuperándose paulatinamente hasta tal punto de estar restaurado en la actualidad debido al trabajo reflejado en las acciones efectuadas bajo la modalidad de turismo solidario como medida de reactivación al igual que los planes turísticos propuestos por el Gobierno Nacional donde se brindaron acceso a créditos sin ningún impedimento para la reconstrucción de sus negocios.

En base a la información proporcionada por el departamento de Turismo, el Cantón San Vicente, antes del terremoto del 16 de abril del 2016 contaba con un total de 70 establecimientos de alojamiento turísticos con un aproximado de 2.750 plazas de alojamiento. Sin embargo, este fenómeno natural causó gran afectación en la planta de alojamiento dejando como resultado varias edificaciones colapsadas y otros con afectación en la infraestructura. Pese a la situación ocurrida, el sector turístico local se reactivó totalmente pasado dos años y en el transcurso muchos de estos alojamientos turísticos ya han sido reconstruidos tal como se presenta en el cuadro 4.14:

Cuadro 4.14. Establecimientos hoteleros reconstruidos

• Hostal Sol y Luna	• Hostal Sebastian Sorf
• Hostal Cocoa Inn	• Hostal Atardecer
• Hostal Ruta del Sol	• Hostal Ruta Mar
• Hostal Atopa	• Hotel Wonderland

Elaborado por: Los autores

En función a lo expuesto, se resalta la alta capacidad de resiliencia del sector turístico y, específicamente del hotelero, en adaptarse al panorama tras el terremoto y a su vez, recuperarse vertiginosamente. Claramente, las acciones de reactivación incidieron en la pronta reconstrucción del mismo, en especial las facilidades económicas para que los administradores trabajaran los daños producidos susceptibles a ser reparados o empezaran desde 0 en la construcción de los establecimientos de alojamiento. Sin embargo, se evidencia un fuerte contraste con la realidad, puesto que no todos accedieron a los créditos ni formaron parte de los tours solidarios. Por lo que, en parte, el sector se recuperó por iniciativa y con capital propio.

Por otra parte, se identificaron a través de la entrevista las acciones post terremoto efectuadas por el GAD cantonal desde el área turística, mismas que se enfocaron fundamentalmente en la promoción, así como en el desarrollo de festivales y otras actividades culturales para generar un mayor número de atracción de visitantes a la zona. De igual manera otras de las estrategias han estado dirigidas a capacitar el recurso humano y mejorar la imagen del destino a través de la implementación del malecón y otras. Lo planteado demuestra la incipiente generación e implementación de estrategias, puesto que solo estuvieron en función de la promoción, más no se enfocaron en restablecer la gestión turística dentro del sector, mejorar los niveles de calidad de los servicios y el desarrollo de productos innovadores.

Se logró determinar mediante la entrevista el nivel de planificación en el destino, en donde se menciona la existencia de un plan de desarrollo turístico que tiene en consideración al sector hotelero como un factor clave en el mismo, reflejado en el planteamiento de una serie de proyectos en la programación estratégica que están ligados a lograr la profesionalización y la capacitación continua con enfoque en la atención al cliente así como el diseño de programas de socialización de normas INEN para hoteleros. Los cuales acorde a lo

mencionado por el director de la oficina de Turismo del GAD San Vicente no han sido implementados en su totalidad (Trujillo, comunicación personal, 22 de enero de 2020).

Lo expuesto permite caracterizar la planificación turística del cantón San Vicente con respecto al sector hotelero como deficiente, puesto que contempla en su programación estratégica planes orientados a la capacitación únicamente, cuando ciertamente se deberían tener en cuenta otros aspectos ligados a la gestión del cliente, acciones ligadas a mejorar la infraestructura, a la mejora de los servicios, la calidad, entre otros. Y, por otro lado, se pone en evidencia la escasa operatividad e implementación de los programas establecidos que generalmente se quedan en papeles y no se materializan.

Claramente se demuestra el compromiso de las autoridades por mejorar los niveles de satisfacción de los visitantes en los servicios claves enfatizando en el sector hotelero, que se refleja en los programas de capacitación orientados a la atención al cliente. Pero una de las limitantes la constituye la falta de comunicación entre los actores hoteleros ya que generalmente impera el individualismo en el sector que no propician la planificación sostenible y que se den los procesos de gobernanza óptima en el destino en general que coadyuven al desarrollo de la zona, del sector hotelero y por ende, a la satisfacción del visitante.

De igual manera, en el sector hotelero la mayor parte de los establecimientos de alojamiento turístico operan sin planificar sus actividades, por lo que prestan los servicios de forma empírica, por ello la necesidad de formar y profesionalizar en temas afines, para que el desarrollo de los establecimientos se dé adecuadamente y de forma sostenible. Ello, sumado los problemas relacionados con la clasificación, la falta de evaluación en los servicios, y otros en su conjunto han limitado el desarrollo del sector al igual que ha incidido en los niveles de satisfacción del visitante.

Seguidamente se procede a realizar el análisis de la oferta de alojamiento del cantón San Vicente, para ello se tomó como referencia el catastro de alojamientos turísticos del cantón y de tal manera se pudo evidenciar los

establecimientos actuales existentes; cabe mencionar que la planta hotelera del área de estudio es amplia a pesar de que ha sufrido pérdida de empresas hoteleras en el terremoto del 16 de abril de 2016, en donde la mayoría de estos fueron afectados, sin embargo, en los últimos años los propietarios han tomado el interés de mejorar sus infraestructuras para mejorar la calidad del servicio prestado al cliente; a continuación en los cuadros 4.15 , 4.16 Y 4.17 se detalla la distribución de las plazas, habitaciones y establecimientos hoteleros distribuidos en el cantón por parroquias:

- **Alojamiento de San Vicente**

Cuadro 4.15. Alojamientos de San Vicente

Alojamientos San Vicente	Habitaciones	Plaza	Categoría
Hotel El Velero	27	51	3era
Hotel Vacaciones	20	51	3era
Hotel Marinero Inn	17	56	2da
Cabañas Alcatraz	12	40	3era
Hotel Monte Mar	11 CABAÑAS	72	2da
La Posada de Picky	10	23	3era
Casa De Hospedaje Danny	4	7	Casa de Huésped Categoría Única
Hostal Toronto	16	36	3era
Hostal Del Mar	12	35	3era
Hostal Vista Del Mar Inn	9	18	3era
Hostal Palma	4	8	
Hostal Rivera Del Sol	10		1 estrella

Fuente: Elaborado a partir del catastro de alojamiento turístico del cantón San Vicente

De acuerdo con los resultados en el cuadro anterior se puede apreciar que en casco urbano de San Vicente en la actualidad existen 12 establecimientos de alojamientos que en la actualidad puede cubrir alrededor de 400 plazas para los visitantes que llegan al destino. Sin embargo, de acuerdo a la entrevista (Ver anexo 1) realizada al ingeniero Galo Trujillo promotor de turismo explicó que: “en los feriados nacionales la oferta hotelera no cubre en su totalidad la demanda, de modo que los turistas deben hospedarse en los alojamientos perteneciente a la ciudad de Bahía de Caráquez ”(G. Trujillo, comunicación personal, 22 de enero de 2020); lo cual significa pérdida de ingresos económicos para su cantón y también se entiende que deben crear más número de plazas para la satisfacción del cliente.

- **Alojamientos de Canoa**

Cuadro 4.16. Alojamientos de Canoa

Alojamientos Canoa	Habitaciones	Plaza	Categoría
Hotel Wonderland	20	20	3era
Hotel Canoa Beach	Sn	22	2da
Hostal COCOA INN	25	110	3ERA
Hostal Conoa Inn	27	63	3era
Hostal Ruta Mar	12	30	3era
Hostal Coco Loco	10	28	3era
Hostal Mi Sol	10	47	3era
Hotel Samay	5		
Hostal La Vista	10	32	3era
Hostal "Z-Mediterraneo	7	10	3era
Hostal Pariche	14	23	
Hostal El Rinconcito	6	23	3era
Hostal Palacio Del Sol	10	21	3era
Hostal Posada Olmito	8	16	
Hostal Palmetto	16	80	2da
Hostal Ruta Del Sol	60	120	2da
Hostal Amalur	8	18	
Hostal Canoa Mar	10	50	3era
Hostal Bambu	9	24	2da
Hotel Canoa Breeze	11	34	2da
Hotel Margaritas Palace	24		
Hostal Canoa Atopa	14	22	
Hostal Sol Y Luna	12	
Hostal Baloo	3 hab. 5 Cabañas	32	3era
Hostal El Atardecer	11	24	3era
Hostal Descanso De Belén	10	38	3era
Hotel Canoa 'S Wonderland	11	22	3era
Cabañas NIZ	9	56	3era
Hotel ROYAL	16		
Cabaña BAJA BEACH	12	27	
Cabaña Renacer			
Hostal Sebastián Surf			
Cabaña Il Tramonto	10	23	
Hotel Lalo Beach	10		3era
Hotel Palmetto	16	55	2da
Hostal Ruta Mar	12	30	3era
Hotel Inn- Canoa South Beach	9 suites	20	era
Hostal Cielo Del Pacifico	4	20	
Hosteria Canoa	14	25	2da
Hostal Sol Y Luna	15	49	3era
Cabañas Mary Paz	16	40	3era

Fuente: Elaborado a partir del catastro de alojamiento turístico del cantón San Vicente

Como se muestra en el cuadro anterior se puede constatar que en el destino Canoa actualmente oferta 41 alojamientos turísticos en las diferentes tipologías y categorías, dichas plazas no cubren la demanda de alojamiento.

- **Alojamientos de Briceño**

Cuadro 4.17. Alojamientos de Briceño

Alojamientos Briceño	Habitaciones	Plazas	Categoría
Hostal Brisas Del Mar	8	40	1 estrella
Hostal El D"Amante	7	15	3 estrella
Hostal El Playón	5	12	2 estrella
Hostal Briceño Mar	14	56	3era
Cabañas Los Almendros	14		1 estrella

Fuente: Elaborado a partir del catastro de alojamiento turístico del cantón San Vicente

Como se evidencia en el cuadro anterior la parroquia Briceño posee actualmente 5 establecimientos de alojamiento disponibles para los visitantes, con una capacidad de cubrir más de 120 plazas de alojamiento para los huéspedes que visitan el atractivo en las diferentes temporadas.

Por otro lado, para el análisis de la demanda turística del cantón San Vicente mediante una encuesta se pretendió conocer la demanda turística del cantón para conocer el perfil del turista que llega al cantón y que se hospeda en los establecimientos de alojamiento; pero, también con este instrumento procuró percibir si la planta hotelera cumple con las expectativas del turista; además en una de las preguntas se cuestionó si los clientes hospedados estaban dispuestos a pagar con algunos servicios exigidos por el MINTUR para la categorización de estrellas en los establecimientos de los alojamientos. A continuación, se procedió a tabular la información obtenida de 196 encuestas aplicadas a turistas nacionales e internacionales, de modo que se presenta en los cuadros 4.18, 4.19, 4.20 y 4.21:

Cuadro 4.18. Resultado de las características demográficas de las encuestas

VARIABLE	ASPECTOS	RESULTADOS
CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICA	Edad	18 – 21 (13%), 22 – 31 (39%), 31 – 50 (22%), 51 – 60 (18%), Más de 61 (8%)
	Origen:	Local (11%) Regional (20%) Nacional (30%) Internacional (39%)

Fuente: Elaboración propia

En base a la información proporcionada en el cuadro los visitantes que llegan a San Vicente el 39% varían entre 22-33 años, el 22% están entre 31-40 años, el 18% entre 51-60 años, 13% de estos varían entre 18-21 años y un 8% de los turistas tienen más de 61 años. Por otro lado, de acuerdo con el resultado de las encuestas se determinó que el 39% de los visitantes son internacionales, el 30%

de estos son nacionales, el 20% son de la región y por último un 11% pertenecen a los visitantes de la localidad.

Estos datos ciertamente son indicadores que se deben tomar en cuenta dentro del sector hotelero para diseñar e implementar servicios complementarios o bien adecuar los servicios claves en función de las características de los segmentos que visitan al cantón desde el punto de vista de la edad y origen, para de esa manera adaptarse a los requerimientos de la demanda y por ende, satisfacer al cliente.

Cuadro 4.19. Resultado de las características viaje de las encuestas

VARIABLE	ASPECTOS	RESULTADOS EN %
CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE	Compañía	Familia (38%), Amigos (42%), Pareja (13%), Sólo (7%)
	Factores de motivación	Sol y playa (44%), Ocio y diversión (29%), negocios (14%), deportes extremos (10%), otros (3%)

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los datos que se exponen en el cuadro 4.21 referente a las características del viaje, específicamente respecto a la forma y compañía de como viajan los visitantes el 42% de la muestra indicaron que lo hacen de carácter grupal con amigos, un 38% de los encuestados señalaron que viajan junto a la familia, mientras el 13% con pareja y, por último, el 7% de forma individual. Estos datos de manera generalizan constituyen aspectos a tener en cuenta dentro del sector alojamiento puesto que los administradores pueden hacerse la idea de sus potenciales clientes y adecuar sus instalaciones en función a los datos presentados al igual que implementar los servicios a ofrecerse acorde a los requerimientos que implica su clasificación y categorización.

De igual manera, respecto al motivo de visita el 44% de los encuestados dijeron que por sol y playa, el 29% por ocio y diversión, 14% visita por negocios, un 10% practica deportes extremo y el 3% restante lo visita por otros motivos. Aunque si bien es cierto, éstos resultados no son relevantes para el sector hotelero se convierten una ventaja para en primera instancia tener un conocimiento más amplio sobre el huésped y poder brindarle información amplia sobre el destino

en general así como también posibilita el establecimiento de nexos con agencias de intermediación turística.

Cuadro 4.20. Resultado de la relación con el destino y el servicio hotelero de las encuestas

VARIABLE	ASPECTOS	RESULTADOS EN %
RELACIÓN CON EL DESTINO Y EL SERVICIO HOTELERO	Hospedaje (Si o No)	Si (94%), No (6%)
	Tipo de alojamiento	Hotel (46%), Hostal (40%), Hostería (8%), Otros (6%)
	Servicios complementarios más importantes	Piscina (4%), Hidromasaje (2%), Spa (4%), Tv (26%), Internet (17%), Sauna (3%), Áreas deportivas (3%), Servicio a la habitación (3%), Limpieza (38%)
	Gasto medio sin alojamiento	\$0-49 (7%), \$50-79 (12%), \$80-99 (18%), \$100-199 (26%), más de \$200 (37%)

Fuente: Elaboración propia

Como se expone en el cuadro 4.22, al momento que se le preguntó a los encuestados si se habían hospedado en un alojamiento turístico el 94% manifestó que sí, mientras que un 6% dijo que no; ya que ellos dijeron que pernoctarían en casas de familiares. Acerca del tipo de establecimiento en el que se hospedó la muestra, los resultados revelan que el 46% se alojó en hoteles, el 40% en hostales, 8% de estos se hospedan en hostería, y un 6% corresponden a otros (casas de familiares, carpa, departamento de alquiler). Indicadores importantes para el sector que muestran el nivel de participación de los alojamientos dentro de los servicios turísticos que hacen uso los visitantes que llegan al destino San Vicente y, por otro lado, expone la preferencia con respecto al tipo de establecimiento, siendo un indicador para la futura construcción de infraestructura hotelera o los servicios ofrecidos por la clasificación y categorización de los mismos.

En base al cuadro donde se muestra de qué servicios hace uso generalmente cuando se hospeda en un establecimiento el 38% dijo que es indispensable la limpieza, el 26% de los encuestados mencionó que la televisión es un servicio importante, mientras que el 17% representa a internet como otro de los indispensables. Por otro lado, un 4% de la muestra dijo que hace uso de la piscina, el 4% le gusta spa, a otro 4% las áreas deportivas, un 3% el servicio a la habitación, de igual manera, un 3% sauna y, por último, el 2% restante señaló que hace uso del hidromasaje.

Los datos presentados en el párrafo anterior evidencian los requerimientos y gustos de los visitantes a la hora de hospedarse en un establecimiento hotelero, por lo que ciertamente son indicadores claves a tener en consideración para la construcción de la oferta de servicios en las empresas para así incidir en la satisfacción del huésped y mejorar los niveles de calidad, de percepción y demás.

Por último, cuando se les pregunto acerca del promedio en dólares a gastar en el destino un 37% gasta más de \$200 dólares, un 26% pretende gastar entre \$100-\$199 dólares, el 18% se los mismo destina un promedio de \$80-\$99 dólares, 12% emplea \$50-\$79 dólares y un 7% gasta menos de 50 dólares. Dato importante para establecer los precios adecuados acorde a los servicios ofrecidos por los establecimientos de alojamiento, de modo que los visitantes susceptibles a alojarse en el destino lo perciban como justo con relación a la calidad/precio.

Cuadro 4.21. Resultado de la valoración y satisfacción con el sector alojamiento y el destino de las encuestas

VARIABLE	ASPECTOS	RESULTADOS EN %
VALORACIÓN Y SATISFACCIÓN CON EL SECTOR ALOJAMIENTO Y DESTINO	Infraestructura de alojamiento	Excelente (22%), Bueno (39%), Regular (33%), Malo (6%)
	Percepción de los precios	Costoso (10%), Justo (52%), Barato (38%)
	Imagen turística	Excelente (9%), Bueno (49%), Regular (39%), Mala (3%)
	Volvería	Si (93%), No (7%)

Fuente: Elaboración propia

Cuando se les pregunto cómo considera la infraestructura de alojamiento turístico, como se expone en el cuadro 4.23, el 39% de los encuestados la valoró buena, un 33% considera que es regular, al 22% de la muestra le parece excelente y un 6% respondió que es mala. Aunque resulte contradictorio, puesto que generalmente los huéspedes sólo se han hospedado en un establecimiento es importante este tipo de datos puesto que se constituye un indicador para la gestión del destino en determinar estrategias que estén orientadas hacia la mejora de la infraestructura del cantón.

Y, por otro lado, el conjunto de datos es clave para los establecimientos de modo que sean base para la toma de decisiones que se reflejen en acciones en pro de la infraestructura y del servicio en general para la satisfacción del visitante. Así

como también para instar a las administraciones hoteleras a realizar continuamente procesos de evaluación de sus servicios y de los niveles de satisfacción.

Al momento de evidenciar la percepción de los precios pagados por una habitación el 52% menciona que es justo, el 38% considera que es barato y un 10% menciona que es costoso el precio de acuerdo al servicio brindado. Este indicador es clave para que los establecimientos evalúen los precios fijados por sus servicios de modo que se mejoren los niveles de percepción con respecto a esta variable y el cliente supere las expectativas del mismo.

En base a la percepción sobre la imagen turística del Cantón San Vicente los visitantes mencionan que es buena lo que representa el 49%, de manera regular un 39%, que es excelente simboliza el 9% y que es deficiente un 3% de los encuestados. Aunque aparentemente la imagen no guarde relación con el propósito de la investigación este aspecto es importante, por lo que el sector hotelero debe trabajar para mejorar la imagen desde sus posibilidades y a la hora de ofrecer sus servicios para que la experiencia en el destino sea integral y los niveles de satisfacción mejoren y, a su vez, la demanda hotelera acrecenté con la llegada de un mayor número de visitantes a la zona de estudio.

Para cerrar con el análisis del cuadro de la valoración y satisfacción con el sector alojamiento y el destino de las encuestas, cuando se les manifestó si volvería a visitar el destino san Vicente el 93% de los turistas mencionaron que SI y un 7% dijeron que NO.

- **ANÁLISIS GENERAL**

En función de los resultados presentados de las encuestas aplicadas a los visitantes se procede a continuación en el cuadro 4.22 mostrar el perfil del cliente que visita al cantón San Vicente:

Cuadro 4.22. Perfil del cliente que visita San Vicente

VARIABLE	RESULTADOS
Edad	22 – 31 (39%)
Origen:	Internacional (39%) y Nacional (30%)
Compañía	Amigos (42%) y Familia (38%)
Factores de motivación	Sol y playa (44)

Hospedaje	Si (94%), No (6%)
Tipo de alojamiento	Hotel (46%) y Hostal (40%)
Servicios complementarios más importantes	Limpieza (38%)
Gasto medio sin alojamiento	Más de \$200 (37%) y \$100-199 (26%)
Infraestructura de alojamiento	Bueno (39%), Regular (33%)
Percepción de los precios	Justo (52%), Barato (38%)
Imagen turística	Bueno (49%), Regular (39%)
Volvería	Si (93%), No (7%)

Fuente: Elaboración grupal

De acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de mercado podemos evidenciar que el visitante potencial que visita el cantón San Vicente es mayormente internacional con mayor frecuencia, seguido de los visitantes nacionales, con promedio de edad que varía entre 22-33 años , estos visitantes llegan al cantón y se alojan mayormente en hoteles y hostales, la principal motivación por lo que visitan es Sol y playa ,seguido de ocio y diversión ,llegan al destino en compañía de familiares y amigos respectivamente, los mismos que generalmente gastan más de 200 dólares, dichos visitantes consideran que es buena la infraestructura de alojamiento turístico, además que consideran que es justo el precio pagado por habitación de acuerdo al servicio que recibieron, los servicios que generalmente le gusta es que la habitación este completamente limpia, que tenga televisión e internet, los visitantes consideran que la imagen turística que proyecta el destino San Vicente es buena pero recomiendan que se siga promoviendo y gestionando la actividad turística de forma oportuna, la mayoría de ellos comentan que volverán a visitar el atractivo en próximas ocasiones.

4.1.3. CARACTERIZACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN SAN VICENTE SELECCIONADOS A EVALUAR

Para la selección de los alojamientos a evaluar en la investigación es importante resaltar que se tomó como referencia el número de habitaciones y plazas de alojamiento, la disposición de los propietarios para brindar información y permitir que se evalúe su establecimiento, además que tiene permisos de funcionamiento actualizado y están registrados en el MINTUR, como prestadores de servicios turísticos, de acuerdo al catastro proporcionado por los entes gubernamentales en el destino San Vicente.

Se evaluó y clasificó a 15 establecimientos, ya que ese resultado lo arrojó el análisis pertinente a través de la fórmula para una población finita, mismos que fueron seleccionados a través del muestreo aleatorio simple y debido a que figuran las categorías con mayor representación en la zona de estudio y mostraron predisposición para efectos del trabajo con el objetivo de proporcionar información de la gestión hotelera, los cuales se forman en tres grupos (hoteles (h-3) con categoría de tres y dos estrellas, hostales (hs-11) con categoría también de tres y dos estrellas, y la hostería (ht-1)) con categoría de tres estrellas. A continuación, se muestran los nombres de los establecimientos en estudio:

Con respecto al tamaño de la muestra del total de la población de la demanda de los establecimientos hoteleros.

Cuadro 4.23. Alojamientos seleccionados a evaluar

Hoteles ★★★★	Hoteles ★★	Hostales ★★★★	Hostales ★★	Hostería ★★★★	Total
El Velero Wonderland	Marinero Inn	Del Mar, Bambú, Coco Loco, Canoa Inn, La Vista, Canoa Mar, Cocoa Inn.	Ruta Del Sol, La Gabarra, El Playón Y Palmeto	Canoa	3 hoteles 11 hostales 1 hostería

Fuente: Elaboración Propia

Se aplicó la ficha técnica propuesta por Alfonso (2016) para la caracterización de los 15 establecimientos de hospedaje seleccionados en el cantón San Vicente, en donde se conoció los siguientes aspectos: generalidades, distribución física, instalaciones, servicios, tarifas y organización del establecimiento, expresan los resultados a continuación en los siguientes cuadros:

- **Hostal Cocoa Inn**

Cuadro 4.24. Ficha de caracterización Hostal Cocoa Inn

Nombre comercial: Hostal Cocoa INN	
Propietario: Víctor Miranda	
Ubicación: Canoa	
Categoría: 3 estrellas	
Número de habitaciones: 24	

Año de creación: 2011		
Total de RR.HH: 3 empleados		
Servicios:		
Internet	Aire acondicionado	Servicio médico
Lavandería	Agua caliente	Persona bilingüe
Parqueadero	Tv cable	

Fuente: Elaboración grupal

El hostel Cacao Inn se encuentra en la Av. Marcos Quinto Entre Fernando Cassis, tiene 16 habitaciones familiar y 8 habitaciones matrimoniales, cabe mencionar que la demanda que recibe en las temporadas altas es el 50% de extranjeros y la diferencia respecta al turismo nacional.

- **Hostal Canoa Inn.**

Cuadro 4.25. Ficha de caracterización Hostal Canoa Inn


Nombre comercial: Hostal Coco loco			
Propietario: Médico Mauro Torres,			
Ubicación: Canoa			
Categoría: 3 estrellas			
Número de habitaciones: 27			
Año de creación: 2004			
Total de RR. HH: 2 empleados			
Servicios:			
Internet	Aire acondicionado	Servicio médico	Agua caliente
Lavandería	Agua caliente	Amenities	Servicio telefónico
Parqueadero	Tv cable		

El hostel se encuentra en la avenida Marco Quinto Andrade, en donde Tiene 15 habitaciones triple, 4 cuádruples y 8 matrimoniales, en donde Las tarifas varían dependiendo de las temporadas, por ejemplo, la habitación doble está a 20

dólares en la temporada baja y en la temporada alta está a 30 dólares, respecto a la habitación triple o familiar se maneja de la siguiente manera: en la temporada baja son 10 dólares por persona y esta va sumando de acuerdo al grupo de personas que ocupen la habitación y en la temporada alta son 20 dólares por persona y se realiza de la misma manera de la temporada baja.

- **Hostal Coco Loco**


Cuadro 4.26. Ficha de caracterización Hostal Coco Loco

Nombre comercial: Hostal Conoa inn			
Propietario: Ross Brighth			
Ubicación: Canoa			
Categoría: 3 estrellas			
Número de habitaciones: 10			
Año de creación: 2005			
Total de RR. HH: 8 empleados			
Servicios:			
Internet	Aire acondicionado	Servicio médico	Agua caliente
Lavandería	Agua caliente	Persona bilingüe	Facilidades para personas discapacitadas
Parqueadero	Tv cable	Amenities	Servicio telefónico
Restaurante	Bar	Salón de evento	Telefono en la habitación
Formas de pagos (tarjeta de crédito, débito o voucher)			

Su ubicación es en la Av. Malecón Fernando Cassis. Este establecimiento de alojamiento cuenta con una red social de Facebook y una página oficial donde se brinda información actualizada del hostel, el centro de alojamiento posee dos pisos y en relación a la catástrofe natural ocurrido en el 16 de abril del 2016 este establecimiento no tuvo afectaciones en sus infraestructuras. Las tarifas van desde los 32 a 52 dólares, dependiendo de las temporadas altas o bajas.

- **Hostal Ruta del Sol**

Cuadro 4.27. Ficha de caracterización Hostal Ruta del Sol


Nombre comercial: Ruta del Sol			
Propietario: Sra. Ana Quintero Hernández			
Ubicación: Canoa			
Categoría: 2 estrellas			
Número de habitaciones: 60			
Año de creación: 2009			
Total de RR. HH: 4			
Servicios:			
Internet	Aire acondicionado	Servicio médico	Agua caliente
Lavandería	Agua caliente	Amenities	Formas de pagos (tarjeta de crédito, débito o voucher)
Parqueadero	Tv cable		Piscina

Está ubicada en la Av. Javier Santo Y San Andrés es de categoría dos estrellas y en lo que respecta a la catástrofe natural ocurrido el 16 de abril de 2016, este negocio tuvo mínimas afectaciones en lo que respecta a la infraestructura, sin embargo, tuvo consecuencias en los elementos decorativos del hostal. El centro de alojamiento posee dos habitaciones simples, doce habitaciones dobles, cinco habitaciones triples y treinta habitaciones matrimoniales, no cuenta con habitaciones para personas con discapacidades. Por otra parte, este establecimiento recibe clientes nacionales e internacionales.

- **Hostal Canoa Mar**

Cuadro 4.28. Ficha de caracterización Hostal Canoa Mar


Nombre comercial: Canoa Mar	
Propietario: Sr. Greg Gilliam	
Ubicación: Canoa	
Categoría: 3 estrellas	
Número de habitaciones: 10	

Año de creación: 2009			
Total de RR. HH: 4			
Servicios:			
Internet	Aire acondicionado	Personas capacitados	Agua caliente
Lavandería	Agua caliente	Persona bilingüe	Formas de pagos (tarjeta de crédito, débito o voucher)
Parqueadero	Tv cable	Amenities	Servicio de lavandería

Se encuentra ubicado av. Lot. R. Del Pacifico 1º etapa y el establecimiento tiene diez habitaciones, en donde se dividen en cuatro habitaciones familiares, cuatro habitaciones dobles, una habitación triple y una habitación matrimonial; reciben turistas nacionales e internacionales. Respecto al terremoto ocurrido el 16 de abril del 2016 no tuvo afectaciones.

- **Hostal Playa Azul**

Cuadro 4.29. Ficha de caracterización Hostal Playa Azul


Nombre comercial: Playa Azul			
Propietario: Miriam Rubí Jaramillo			
Ubicación: Canoa			
Categoría: estrellas			
Número de habitaciones: 10			
Año de creación: 2008			
Total de RR. HH: 4			
Servicios:			
Internet	Parqueadero	Amenities	Agua caliente
Tv cable	lavandería	Servicio de taxis	Bar dentro del establecimiento

Se encuentra en el malecón Fernando Cassi y este establecimiento Tiene 4 habitaciones dobles, 8 habitaciones matrimoniales, 2 habitaciones para

discapacitados, no tiene habitaciones de tipo suite y no tiene un restaurante dentro de las instalaciones ni bar, con las tarifas varían dependiendo de las temporadas, por ejemplo, la habitación doble está a 20 dólares en la temporada baja y en la temporada alta está a 25 dólares, respecto a la habitación triple o familiar se maneja de la siguiente manera: en la temporada baja son 25 dólares por persona y esta va sumando de acuerdo al grupo de personas que ocupen la habitación.

- **Hostal Bambú**

Cuadro 4.30. Ficha de caracterización Hostal Bambú

Nombre comercial: Hostal Bambú			
Propietario: Sr. Birnie Joost			
Ubicación: Canoa			
Categoría: 3 estrellas			
Número de habitaciones: 9			
Año de creación: 2000			
Total de RR. HH: 14			
Servicios:			
Internet	Aire acondicionado	Personas capacitados	Agua caliente
Lavandería	Agua caliente	Persona bilingüe	Formas de pagos (tarjeta de crédito, débito o voucher)
Parqueadero	Tv cable	Amenities	Salones para eventos
Restaurante	Bar	Tv por internet	

Está ubicado En Av. Malecón Y Filomrnos H.S. La estructura constructiva de la casa es mixta (hormigón y madera) y cuenta con once habitaciones, en donde dos son habitaciones simples, una habitación doble, cuatro habitaciones triples/familiares, dos habitaciones para camping y dos suites, no cuenta con habitaciones para personas con discapacidades. En relación a las tarifas varían en las temporadas altas o bajas, por ejemplo, la habitación simple en la temporada baja está a 25 dólares y en la temporada alta a 40 dólares; familiar: 40 en la temporada baja y 60 en la temporada alta, mientras que la suite se mantiene de precio a 60 en todas las temporadas.

- **Hostal Palmetto**


Cuadro 4.31. Ficha de caracterización Hostal Palmetto

Nombre comercial: Hostal Palmetto			
Propietario: Sr. Luis Savedra			
Ubicación: Canoa			
Categoría: 2 estrellas			
Número de habitaciones: 20			
Año de creación: 2009			
Total de RR. HH: 3			
Servicios:			
Internet	Aire acondicionado	Piscina	Agua caliente
Tv por internet	Agua caliente	Servicio de lavandería	Formas de pagos (tarjeta de crédito, débito o voucher)
Parqueadero	Tv cable	Amenities	

Se encuentra en la parroquia Canoa, en la avenida Troncal del pacífico, cabe mencionar que su estructura constructiva del alojamiento es de cemento, tiene 3 pisos con un aproximado de 20 habitaciones, su tarifa de las habitaciones simple tiene un precio de 20 dólares, los dobles 15 dólares y habitaciones para familias a 50 dólares. En relación al terremoto tuvo leves afectaciones, pero actualmente ya fueron reconstruidas.

- **Hostal del Mar**

Cuadro 4.32. Ficha de caracterización Hostal del Mar


Nombre comercial: Hostal del Mar			
Propietario: Sr. Miguel Zambrano			
Ubicación: San Vicente			
Categoría: 3 estrellas			
Número de habitaciones: 14			
Año de creación: 2009			
Total de RR. HH: 3			
Servicios:			

Internet	Aire acondicionado	Personas capacitados	Agua caliente
Amenities	Agua caliente	Persona bilingüe	Servicio de lavandería
Parqueadero	Tv cable		

Su infraestructura es de hormigón, posee 3 pisos, con 14 habitaciones emplea a 4 personas. La tarifa de la habitación simple es de 10 dólares en temporada baja y 15 en alta, respecto a los dobles 20 dólares en baja y 30 dólares en alta. Las habitaciones familiares 50 dólares en baja y 75 en alta, los matrimoniales 20 dólares en baja y 30 en alta. El tipo de mercado que recibe es un 90% nacional y 10% internacional

- **La Gabarra**

Cuadro 4.33. Ficha de caracterización Hostal Palmetto

Nombre comercial: La Gabarra			
Propietario: Blanca Cueva			
Ubicación: Briceño			
Categoría: 2 estrellas			
Número de habitaciones: 7			
Año de creación: 2002			
Total de RR. HH: 7			
Servicios:			
Internet	Ventilador	Personas capacitados	Agua caliente
Lavandería	Agua caliente	Persona bilingüe	Amenities
Parqueadero	Tv cable		

Este hostel se encuentra en la comunidad Briceño, la construcción del establecimiento es de madera, cuenta con 7 habitaciones en donde sus precios varían dependiendo de los feriados nacionales, pero normalmente sus precios son de 12 dólares por personas a 20 dólares para parejas. Caben mencionar que este establecimiento no tuvo afectaciones en el terremoto ocurrido del 16 de abril de 2016.

- **Hostal La Vista**

Cuadro 4.34. Ficha de caracterización Hostal La Vista

Nombre comercial: Hotel La Vista			
Propietario: Sr. Christian Elstad,			
Ubicación: Canoa			
Categoría: 3 estrellas			
Número de habitaciones: 20			
Año de creación: 2004			
Total de RR. HH: 15			
Servicios:			
Internet	Aire acondicionado	Personas capacitados	Agua caliente
Lavandería	Agua caliente	Persona bilingüe	Formas de pagos (tarjeta de crédito, débito o voucher)
Parqueadero	Tv cable	Amenities	Salones para eventos
Restaurante	Bar	Tv por internet	

Su ubicación es en Av. Malecón Carlos Cassis Y Moises Aray, este establecimiento de alojamiento cuenta con una red social de Facebook y una página oficial donde se brinda información actualizada del hostel, el centro de alojamiento posee cuatro pisos con veinte habitaciones. Cabe mencionar que el hostel inició en el año 2004, es decir que tiene 15 años de funcionamiento y en relación a la catástrofe natural ocurrido en el 16 de abril del 2016 este establecimiento tuvo afectaciones muy leves en sus infraestructuras.

Las tarifas no varían en las temporadas altas o bajas, es decir se mantienen su precio, a excepción de la suite que puede incrementar de 60 a 80 dólares por noche, mientras que la habitación doble se mantiene a 30 dólares en todos los años, de la misma manera las habitaciones triples a 50 dólares.

- **Hotel Marinero Inn**

Cuadro 4.35. Ficha de caracterización Hotel Marinero Inn

Nombre comercial: Marinero Inn	
Propietario: Dioselina Bermúdez	

Ubicación: San Vicente			
Categoría: 2 estrellas			
Número de habitaciones: 16			
Año de creación: 2012			
Total de RR. HH: 4			
Servicios:			
Internet	Aire acondicionado	Personas capacitados	Agua caliente
Lavandería	Agua caliente	Persona bilingüe	Formas de pagos (tarjeta de crédito, débito o voucher)
Parqueadero	Tv cable	Amenities	Salones para eventos
Restaurante	Bar	Tv por internet	

Se encuentra ubicado en la Av. Leónidas Vega y Guayacanes, el establecimiento se promociona a través de redes sociales y sitio web; respecto a la estructura constructiva del alojamiento es hormigón, tiene 3 pisos, posee 16 habitaciones y están distribuidas en 4 simples, 5 dobles, 4 triples / familiares y 3 matrimoniales y en lo referente al precio de las tarifas estas incrementa en temporada de mayor afluencia en donde las habitaciones tienen un precio de 20 dólares por personas en estacionalidad baja, las mismas que tienden a incrementar su valor en 50% en temporada alta.

- **Hotel El Velero**

Cuadro 4.36. Ficha de caracterización Hotel El Velero

Nombre comercial: Hotel El Velero			
Propietario: Sr Ramon Alvia			
Ubicación: San Vicente			
Categoría: 3 estrellas			
Número de habitaciones: 32			
Año de creación: 2012			
Total de RR. HH: 4			
Servicios:			
Internet	Aire acondicionado	Personas capacitados	Agua caliente

Lavandería	Agua caliente	Facilidades para personas discapacitados	Formas de pagos (tarjeta de crédito, débito o voucher)
Parqueadero	Tv cable	Amenities	Salones para eventos
Restaurante	Bar	Tv por internet	

Se encuentra ubicado en la calle Montalvo y Sucre, la estructura del hotel es de hormigón, tiene 3 pisos y oferta en la actualidad con 32 habitaciones disponibles y se dividen en 8 habitaciones simples, 10 dobles, 7 familiares y 7 matrimoniales. El precio de las habitaciones simple es de 10 dólares en temporada baja y 20 alta, las habitaciones dobles 40 en baja y 50 en alta, las matrimoniales 20 en baja y 30 en alta, lo que existe un incremento de un 50% en temporada alta. El flujo de visitantes que recibieron últimamente fue de 85% nacional y un 15% internacional.

4.2. EVALUACIÓN DE LA CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

En la presente fase se evalúa de manera individual cada establecimiento de alojamiento con una ficha de requerimientos (ver anexo 4) adaptada a la realidad de los alojamientos investigados que se contemplan en Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador, en base a estos resultados se plantea una clasificación y categorización trazada por los autores de la investigación acorde a la capacidad y servicios que cada establecimiento ofrece.

4.2.1. APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN SELECCIONADOS DE ACUERDO A SU CATEGORÍA.

La selección de fichas como instrumento para la evaluación y clasificación de los alojamientos turísticos del cantón San Vicente, se realizó en base al Manual de Aplicación del Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador, ya que esta es la ordenanza legal del estado ecuatoriano para las actividades turísticas relacionados al alojamiento, por ende, se aplicó la ficha dispuesta por el MINTUR. Las fichas contienen ítems o requisitos que deben cumplir los establecimientos tales como: instalaciones generales que incluye, servicios, actividades, infraestructura, accesos y áreas del cliente en general, aplicadas a

hoteles, hostales y hostería que brindan hospedaje en el cantón San Vicente y sus alrededores Canoa y Briceño.

Con respecto a los hoteles, los de categoría de dos estrellas deben cumplir con los 27 requisitos que se plantean en la ficha del MINTUR y 45 requisitos para los hoteles de 3 estrellas. Cabe mencionar que la calificación es evaluada conforme a los servicios ofrecidos, ya que se puede llegar a valorar de 1 a 5 estrellas siempre y cuando los establecimientos cumplan con los requisitos establecidos en el Manual de Alojamiento Turístico del Ecuador. Por otra parte, los hostales de dos estrellas deben cumplir con los 20 requisitos y la categoría de tres estrellas con 27 (Ver anexo 5). Por último, la hostería de tres estrellas debe cumplir con requisitos de 34 ítems (Ver anexo 6).

Se aplicó la ficha del Manual de Alojamiento Turístico del Ecuador, en donde se evaluó con porcentajes a cada uno de los establecimientos escogidos. A continuación, se muestra en el cuadro 4.37 de manera específica el porcentaje de servicios y deficiencias de acuerdo a su categoría.

Cuadro 4.37. Evaluación en hoteles de 3 estrellas

Hoteles	Categoría: ★★★	
	El Velero	Wonderland
Requisitos		
Instalaciones generales (6)	6	6
Acceso (1)	1	1
Áreas del cliente- general (3)	1	3
Áreas del cliente-habitaciones (17)	10	14
Áreas del cliente- cuarto de baños y aseo privado (7)	7	7
Servicios (9)	5	9
Total (45)	30	40
Porcentaje de cumplimiento	67%	89%

Fuente: Elaboración propia

- Porcentaje de cumplimiento total de los Hoteles de 3 estrellas ★★★

$$67\% + 89\% = 156$$

$$\frac{156}{2} = 78\%$$

Se puede apreciar en el cuadro 4.37 respecto a los hoteles de tres estrellas que el hotel El Velero tiene un 67% en total, lo cual significa que no cumple con algunos requisitos exigidos por el MINTUR; este establecimiento tiene deficiencias en áreas de cliente en general en donde solo cumple con un solo

ítems dentro de aquella obligación, además se puede observar que en relación a los servicios este cumple con 5 de nueve requisitos , es decir que en sus indicadores este no cuenta con el personal profesional o certificado en competencias laborales en áreas administrativa y/o operativas, y tampoco cuenta con personal que hable al menos un idioma extranjero, requerimientos que el hotel Wonderland cumple en su totalidad.

Cuadro 4.38. Evaluación al hotel de 2 estrellas

Hoteles	Categoría: ★★
Requisitos	Marinero Inn
Instalaciones generales (5)	5
Áreas del cliente- general (1)	1
Áreas del cliente-habitaciones (12)	9
Áreas del cliente- cuarto de baños y aseo privado (5)	4
Servicios (4)	2
Total (27)	21
Porcentaje de cumplimiento	78%

Fuente: Elaboración propia

- Porcentaje de cumplimiento total de los Hoteles de 2 estrellas ★★

$$78\% = 78$$

$$\frac{78}{1} = 78\%$$

Con un 78% el hotel Marinero Inn en áreas del cliente sección habitaciones mantiene un déficit al no contar con sistemas de comunicación, servicio telefónico, así como también casilleros de seguridad y caja fuerte en recepción, tampoco tienen facilidades para las personas con discapacidad, así como también, por su parte los requerimientos de servicios se refieren al no contar con personal que maneje un idioma extranjero.

Se muestra a continuación en el cuadro 4.39 la evaluación con respecto a los hostales de tres estrellas con sus respectivos requisitos y por categoría de tres estrellas:

Cuadro 4.39. Evaluación a los hostales de 3 estrellas

Hostales	Categoría: ★★★						
Requisitos	Del Mar	Bambú	Coco Loco	Canoa INN	La Vista	Canoa mar	Cocoa INN
Instalaciones generales (3)	3	3	2	1	3	2	3
Acceso (1)	0	1	0	0	1	1	0
Áreas del cliente-general (1)	1	1	1	0	1	1	1

Áreas del cliente-habitaciones (13)	10	13	10	9	11	9	9
Áreas del cliente-cuarto de baños y aseo privado (5)	3	4	4	3	4	2	4
Servicios (4)	3	4	4	1	4	4	4
TOTAL 27	20	26	24	14	24	19	21
Porcentaje de cumplimiento	74%	96%	89%	52%	89%	70%	78%

Fuente: Elaboración propia

- Porcentaje de cumplimiento total de los Hostales de 3 estrellas ★★★

$$74\% + 96\% + 89\% + 52\% + 89\% + 70\% + 78\% = 545$$

$$\frac{545}{7} = 78\%$$

En este cuadro se puede observar que el hostel Canoa INN tiene un porcentaje bajo de 52% a diferencia de otros hostales, lo que significa que tiene varias deficiencias de requisitos para el servicio de calidad, por ejemplo, en lo que respecta áreas del cliente-habitaciones de trece requisitos cumple con nueve, el déficit radica en que no cuenta con habitaciones para atender personas con discapacidad, así como tampoco con el servicio telefónico nacional e internacional en la recepción, caja fuerte, requerimientos que deben ser atendidos de acuerdo a su categoría de tres estrellas, también en lo que respecta al servicio, este hostel no cuenta con profesionales en relación al turismo o administración, tampoco sus empleados actuales no tienen un certificado de capacitación de atención al cliente. Se destaca el cumplimiento casi total del hostel Bambú con un 96% de requisitos atendidos de acuerdo a su categoría de tres estrellas.

De los hostales de dos estrellas se muestran en continuidad los resultados de la aplicación de las fichas de evaluación en cada uno de los establecimientos en el cuadro 4.40:

Cuadro 4.40. Evaluación a los hostales de 2 estrellas

Hostales Requisitos	Categoría: ★★			
	HS Ruta del Sol	HS La Gabarra	HS El Playón	HS Palmetto
Instalaciones generales (2)	2	2	1	1
Áreas del cliente-general (1)	1	1	1	1
Áreas del cliente-habitaciones (9)	8	7	6	8
Áreas del cliente-cuarto de baños y aseo privado (4)	4	3	2	3
Servicios (4)	1	3	2	3
TOTAL 20	16	16	12	16

Porcentaje de cumplimiento	80%	80%	60%	80%
-----------------------------------	------------	------------	------------	------------

Fuente: Elaboración propia

- Porcentaje de cumplimiento total de los Hostales de 2 estrellas ★★

$$80\% + 80\% + 60\% + 80 = 300$$

$$\frac{300}{4} = 75\%$$

Con un 80% en total igualdad se encuentran los hostales Ruta del Sol, La Gabarra y el Palmetto, demostrando en dicho resultado el cumplimiento casi total de los requisitos, sin embargo se debe mencionar que en áreas de clientes-habitaciones no cumple con los siguiente requerimientos: la falta de habitaciones para personas con discapacidad y almohada extra para el huésped, en lo que corresponde a servicios su deficiencia se encuentra en el no contar con una forma de pago que incluya tarjetas de crédito/débito o Boucher y con personal profesional certificado en competencias laborales en áreas operativas y/o administrativas cada una de ellas importantes para su categorización y el cumplimiento total de la misma. Se menciona un dato del hostel La Gabarra que siendo de dos estrellas desempeña un requerimiento de los de tres estrellas preexistiendo en el acondicionamiento térmico en algunas de sus habitaciones, escritorio y sofá en el área de recepción, pertenecientes al área de clientes-general. Sin embargo, el hostel El Playón se encuentra con un porcentaje bastante bajo de un 60%, lo cual significa que no cumple con muchos requisitos obligatorios para el servicio de calidad, por ejemplo, no cuenta con habitaciones con clóset o armario, silla o sillón, casillero de seguridad en la recepción y tampoco tienen empleados que están capacitados en el servicio al cliente.

Se puede mencionar y resaltar los resultados de la hostería en estudio “Canoa” de tres estrellas que cumple en su totalidad con los requisitos en base a su categoría y que se muestra a continuación en el cuadro 4.41:

Cuadro 4.41. Evaluación a la hostería de 3 estrellas

Hostería	Categoría: ★★★
Requisitos	Canoa
Instalaciones generales (5)	5
Áreas del cliente- general (3)	3
Áreas del cliente-habitaciones (13)	10
Áreas del cliente- cuarto de baños y aseo privado (4)	4

Servicios (9)	9
Total (34)	31
Porcentaje de cumplimiento	91%

Fuente: Elaboración propia

- Porcentaje de cumplimiento total de los Hostería de 3 estrellas ★★★

$$91\% = 91$$

$$\frac{91}{1} = 91\%$$

Con un 91% esta hostería cumple, sin embargo, se debe resaltar que este establecimiento cumple en algunos requisitos de la categorización de 4 estrellas como, por ejemplo; en área de clientes- habitaciones: contiene requisitos extras tales como caja fuerte y de seguridad en cada habitación, como también están equipadas con aparatos electrónicos de alta tecnología e internet en cada una de sus habitaciones.

A continuación, en el cuadro 4.42 se demuestra el porcentaje de manera general de los cumplimientos de los alojamientos:

Cuadro 4.42. Cumplimientos generales por clasificación y categorización

Hoteles ★★★	Hoteles ★★	Hostales ★★★	Hostales ★★	Hostería ★★★	Total
78%	78%	78%	75%	91%	80%

Fuente: Elaboración propia

De manera general se puede evidenciar que un 80% de los establecimientos que brindan el servicio de hospedaje en el cantón San Vicente cumplen con los requisitos expuestos en las fichas. De los hoteles se muestra que los de categoría de tres estrellas y de acuerdo a su resultado clasifica para los servicios ofrecidos, no obstante, los hoteles de dos estrellas deben trabajar en ciertas precisiones para la calidad del servicio, del mismo modo se menciona en dicho parámetro a los hostales de tres estrellas. Más sin embargo los de categoría dos estrellas demuestran mediante el estudio el acatamiento casi total de los requerimientos establecidos en las fichas de observación y, por último, pero no menos importante se tiene la hostería con categoría de tres estrellas constatando el cumplimiento total de los servicios requeridos para calidad del servicio de hospedaje del cantón San Vicente.

4.2.2. ZANÁLISIS DE LAS DEFICIENCIAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS BASADAS EN LA CATEGORIZACIÓN ACTUAL DEL MINTUR.

De acuerdo a lo estudiado en los establecimientos seleccionados del cantón San Vicente es importante resaltar el déficit notable de las normas al momento de regir la categorización a un establecimiento hotelero de tres y dos estrellas establecidas por el MINTUR y basadas en el Manual de Alojamiento Turístico del Ecuador, es necesario manifestar que la misma provoca una necesidad en la percepción del huésped por tanto los hoteles, hostales y hosterías de esta categoría precisan una renovación con adecuaciones que permitan brindar al cliente un hospedaje acorde a los requerimientos que el hotel ubicado en esta categoría debería ofrecer, es decir mejorar la atención al huésped bajo el cumplimiento de normas generales para la plena satisfacción del mismo. A continuación, en el cuadro 4.43 se muestran en porcentajes el cumplimiento de los servicios en cada uno de los establecimientos acorde a la numeración específica a la que corresponden:

Cuadro 4.43. Deficiencias de los establecimientos de alojamientos por requisitos.

Requisitos H ★★★★	Hoteles ★★★★	Requisitos H ★★	Hoteles ★★	Requisitos Hs ★★★★	Hostales ★★★★	Requisitos Hs ★★	Hostales ★★	Requisitos Ht ★★★★	Hostería ★★★★	TOTAL, GENERAL
Instalaciones generales (6)	100 %	Instalaciones generales (5)	100%	Instalaciones generales (3)	80,9 %	Instalaciones generales (2)	75 %	Instalaciones generales (5)	100 %	91,18 %
Acceso (1)	100 %	N/A	N/A	Acceso (1)	42,8 %	N/A	N/A	N/A	N/A	71,4 %
Área de cliente- general (3)	66,6 %	Áreas del cliente- general (1)	100%	Áreas del cliente- general (1)	85,7 %	Áreas del cliente- general (1)	100%	Áreas del cliente- general (3)	100%	90,46
Áreas del cliente- habitaciones (17)	70,5 %	Áreas del cliente- habitaciones (12)	75%	Áreas del cliente- habitaciones (13)	68,1%	Áreas del cliente- habitaciones (9)	80,4 %	Áreas del cliente- habitaciones (13)	77 %	74,2 %
Áreas del cliente- cuarto de baños y aseo privado (7)	100 %	Áreas del cliente- cuarto de baños y aseo privado (5)	80%	Áreas del cliente- cuarto de baños y aseo privado (5)	68,5 %	Áreas del cliente- cuarto de baños y aseo privado (4)	75 %	Áreas del cliente- cuarto de baños y aseo privado (4)	100 %	84,7
Servicios (9)	77,7 %	Servicios (4)	50%	Servicios (4)	85,7%	Servicios (4)	56,2 %	Servicios (9)	100%	73,9 %
Total 45		Total 27		Total 27		Total 20		Total 34	31	

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al cuadro, se puede apreciar que los establecimientos de alojamientos turísticos en los que respecta a Instalaciones generales cumplen con un 91,18% lo cual significa que en su mayoría de los establecimientos

cumplen con dicha disposición, por ende, satisfacen las necesidades en la estadía de las personas alojadas, así como también insumos y mobiliarios en perfectas condiciones para el funcionamiento, esto en cuento a la infraestructura. El acceso a los establecimientos es un requisito que solo aplica a los hoteles y hostales de tres estrellas. Un 90,46% en los servicios cumplen en el área del cliente general, que según el ente es dónde el cliente o huésped espera que su estadía le signifique la más alta satisfacción encontrando tranquilidad y comodidad personal durante su estadía, sin embargo, se menciona la falta de rampas para la atención del huésped con capacidad especial. El MINTUR expone que los establecimientos que brindan hospedaje deben contar con al menos 5 habitaciones con el acondicionamiento necesario para el cliente; los establecimientos en estudio cumplen con 74,2, sin embargo, se puede decir que falta por mejorar en este aspecto. De los servicios un 10% del personal en los establecimientos de hospedaje deben contar con certificación en competencias laborales; un 73,9% de los establecimientos en estudio mostró que su personal no está capacitado para manejar áreas operativas y administrativas de dicha organización, así como también se evidenció la falta de personal con conocimiento de idiomas para la atención del huésped extranjero, motivo por el cual es el indicador con más bajo porcentaje de satisfacción al cliente en los hoteles, hostales del cantón San Vicente.

4.2.3. CLASIFICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DEL CANTÓN SAN VICENTE

El servicio básico de hotelería comprende la disposición de habitaciones, bebidas, comidas y servicios complementarios que satisfacen las necesidades en la estadía de las personas alojadas. El cliente o huésped espera que su estadía le signifique la más alta satisfacción encontrando tranquilidad y comodidad personal durante su estadía. El cantón San Vicente cuenta con una gama de plazas hoteleras, sin embargo, no todas cumplen con los requerimientos para brindar asistencia hotelera de calidad, dicho con anterioridad clasificamos los establecimientos hoteleros cuyos requisitos sean cumplidos en su totalidad con categoría y se muestran el resultado de manera general en el cuadro 4.44 y luego de forma analítica de cada uno de ellos:

Cuadro 4.44. Clasificación y categorización propuesta por los autores

CLASIFICACIÓN Y CATEGORÍA	ESTABLECIMIENTO	MANTIENE CLASIFICACIÓN		MANTIENE CATEGORÍA		NUEVO ESTADO
		Si	No	Si	No	
Hoteles ★★★★	El Velero	x			X	Hotel ★★★
	Wonderland	x			X	Hotel ★★★
Hoteles ★★★	Marinero Inn		x	x		Hostal ★★★ ★
Hostales ★★★★	Del Mar	x			X	Hostal ★★★
	Bambú	x		x		-
	Coco Loco	x			X	Hostal ★★★
	Canoa Inn	x			X	Hostal ★★★
	La Vista	x			X	Hostal ★★★
	Canoa Mar	x			X	Hostal ★★★
	Cocoa Inn	x			X	Hostal ★★★
Hostales ★★★	Ruta Del Sol	x		x		-
	La Gabarra	x			X	Hostal ★
	El Playón	x		x		-
	Palmeto					-
Hostería ★★★ ★	Canoa	x		x		-

Fuente: Elaboración propia

- Los hoteles de tres estrellas El Velero y Wonderland, de acuerdo a la evaluación aplicada no cumplen con el cien por ciento de los requisitos, por ende, de forma metódica su clasificación como hotel se mantiene, sin embargo, como categoría debe ser de dos estrellas ya que en sus requisitos como 3 estrella tiene carencias en: piscinas, gimnasio, spa, salones para eventos o instalaciones recreativas y en su mayoría de los empleados no son profesionales en turismo o afines.
- El hotel de 2 estrellas Marinero Inn, de acuerdo al resultado de aplicación de la ficha no cumple con el cien por ciento de los requisitos impuesto por el MINTUR, por ende, su clasificación se asemeja al hostel, ya que en sus requisitos en su gran mayoría cumple con esos ítems, cabe mencionar que el hotel tiene falencia como otros establecimientos evaluados en el servicio de calidad, ya que no cuentan con el personal profesional en las áreas operativas.
- Los hostales de 3 estrellas : Del Mar, Coco Loco, Canoa Inn, La Vista, Canoa Mar y Cocoa Inn, de acuerdo al resultado obtenido en la evaluación, su clasificación se mantiene, sin embargo, en la categoría debe ser de dos estrellas, ya que no cumplen con los requisitos de

habitaciones para personas discapacitados, así mismo no tienen cajas de seguridad y no cuentan con el personal que hable al menos un idioma extranjero para el contacto y relación directa con el huésped, las falencias antes mencionadas hace que su categoría descienda a 2 estrellas. El Hostal Bambú cumple con el 96% de los requisitos y de manera analítica esta se mantiene en su categoría y clasificación.

- Hostales de 2 estrellas: La Ruta del Sol, La Gabarra Y el Palmetto mantienen su clasificación, sin embargo en la categoría establecida de estrellas no cumple en su totalidad de los requisitos correspondientes, por ende para mayor aceptación para su nivel, estos establecimientos deben mejorar las falencias existentes, cabe enfatizar que estos hostales no pueden bajar a la primera categoría, ya que sus características físicas son para hostales de segunda, mientras que el hostal El Playón en la evaluación presentó un resultado bajo, lo que significa que no puede ser de la categoría de 2 estrellas y debe estar en la primera categoría, pero manteniendo su clasificación.
- La hostería Canoa cumple con el 91% de los requisitos manteniendo su clasificación, porque se encuentra altamente capacitado para atender cualquier tipo de huésped. Los servicios en general son completados en su totalidad de acuerdo a lo que requiere el cliente o huésped.

4.3. EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTOS PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

Para efecto de la última fase, se tomó como base los resultados de la etapa anterior sumada la aplicación de encuestas e instrumentos, de tal manera realizar la evaluación de la calidad de los servicios en los alojamientos turísticos del cantón San Vicente, se tomó en consideración las expectativas y criterios brindados por los clientes después de recibir el servicio de hospedaje, en donde en base a los resultados de satisfacción e insatisfacción en el servicio percibido se propone la implementación de una propuesta de mejora direccionada a los establecimientos de alojamientos turísticos en aspectos que inciden en la gestión operativa del servicio, las mismas que si se realizan de manera adecuada lograrán la satisfacción del cliente.

4.3.1. ANÁLISIS DEL NIVEL DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS ESTABLECIMIENTOS SELECCIONADOS

La aplicación de las respectivas encuestas con la metodología Servqual a un total de 196 demandantes de los establecimientos hoteleros seleccionados indistintamente como medio para conocer y evaluar el nivel de satisfacción de los clientes con respecto al servicio ofrecido por los mismos llevaron a obtener los resultados del estudio, mostrados en el cuadro 4.45. Es importante manifestar que, para otorgarle la fiabilidad pertinente, así como la consistencia al instrumento en función a la escala utilizada para su respectiva valoración y para efecto de la presente se verificó a través del estadístico Alfa de Cronbach en el paquete SPSS, mismo que se realizó en base a la correlación media entre los puntos de escala, dando como resultado lo siguiente que se expone en el cuadro:

Cuadro 4.45. Estadística de fiabilidad: alfa de cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
.959	12

Fuente: Elaboración propia a partir del SPSS

Como se puede observar en el cuadro, el análisis estadístico resultó en un coeficiente positivo de .959 para los 12 ítems tanto para el cuadrante de expectativas como para el de realidad, lo que quiere decir que el cuestionario a aplicar posee la fiabilidad apropiada para el estudio.

Cuadro 4.46. Resultados de la aplicación de encuestas

No	DIMENSIONES DEL SERVICIO	ESPECTATIVA			REALIDAD		
		1	2	3	1	2	3
ELEMENTOS TANGIBLES							
1ET	Infraestructura adecuada y atractiva.	0	83	113	65	100	31
2ET	La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirse cómodo durante su estancia (agua caliente, limpieza, camas cómodas, internet, etc.)	20	51	125	19	130	47
3ET	El personal de servicio se presenta con una apariencia limpia y agradable.	21	60	115	50	120	24
FIABILIDAD							
4F	El personal es competente y profesional.	0	46	150	91	85	20
5F	Oportuna ayuda a los clientes en resolver los problemas.	2	49	145	92	90	14
6F	Cumplen con los servicios a tiempo.	0	30	166	21	90	85
CAPACIDAD DE RESPUESTA							
7CR	Soluciones inmediatas ante las inconveniencias.	14	52	130	62	87	47

8CR	Interacción en el idioma inglés con el cliente.	31	58	107	103	78	15
9CR	Predisposición de atención al cliente en situaciones emergentes.	2	18	176	21	96	79
SEGURIDAD							
10S	Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad.	0	50	146	51	97	48
EMPATÍA							
11E	Atención personalizada.	5	27	164	63	83	50
12E	Trato amable y cordial.	0	1	195	76	69	51

Fuente: Elaboración propia

Consecutivamente se presenta el estadístico correspondiente a la frecuencia en donde se hace una valoración de los ítems evaluados por los clientes de los hoteles del cantón San Vicente en relación a las expectativas en donde la media resultó ser de forma globalizada de 1.59 puntos con una desviación típica de .494 (ver cuadro 4.47), dando como valoración siguiente de cada ítem tal y como se observa en el cuadro 4.47. y 4.48.

Cuadro 4.47. Estadísticas de valoración agrupado SPSS (expectativas)

N	Válido	196
	Perdidos	0
	Media	1.59
	Desviación estándar	.494

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.48. Resultados de ítems evaluados por el SPSS (expectativas)

		ET1	ET2	ET3	F4	F5	F6	CR7	CR8	CR9	S10	E11	E12
N	Válidos	196	196	196	196	196	196	196	196	196	196	196	196
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		2.58	2.54	2.48	2.77	2.73	2.85	2.59	2.39	2.89	2.74	2.81	2.99
Desviación estándar		.495	.675	.683	.425	.468	.361	.622	.746	.347	.437	.453	.071
Varianza		.245	.455	.466	.181	.219	.130	.386	.557	.121	.191	.205	.005

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presentarán los análisis de los resultados del cuadrante de expectativas (ver anexo 10) por cada una de las cinco dimensiones que contempla el cuestionario ligado al servicio con sus respectivos ítems empezando con la dimensión de elementos tangibles, luego el aspecto fiabilidad, seguido de la capacidad de respuesta, el componente de seguridad y finalmente la empatía:

- **DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES:**

Con respecto a la dimensión de elementos tangibles se interpreta que mayoritariamente cada uno de las cuestiones evaluadas tiene una media que apunta más allá de la mitad, por lo que ello lleva a plantear que los aspectos de manera generalizada son bastante importantes bajo las perspectivas de los clientes. Bien, con respecto a las características planteadas sobre la infraestructura el 41% la considera de forma importante mientras que el 59% de clientes restantes consideran que es un elemento muy importante dentro del establecimiento y la perspectiva valorada.

De igual manera, se demostró que no todos los huéspedes consideran necesario que el hotel cuente con los servicios básicos imprescindibles como es el caso del 10.2% de la muestra, así mismo el otro 26% lo estima como importante, sin embargo, el restante lo considera muy importante. Por otro lado, en relación al elemento referente al personal que labora en los establecimientos, el 10.7% de los evaluados suponen que es un factor poco importante la apariencia del mismo, mientras que el 30.6% estiman que la apariencia limpia y agradable es una característica significativa, al igual que el 58.7 creen que es muy importante.

Para finalizar con el análisis de esta dimensión, puesto que más del 50% de la muestra que se encuestó considera que los aspectos mencionados en los ítems como muy importantes, es necesario que los establecimientos hoteleros tomen en consideración estos elementos a la hora de realizar estrategias dirigidas a la mejora del servicio, especialmente los servicios y la imagen de las habitaciones.

- **DIMENSIÓN FIABILIDAD:**

Esta dimensión acorde a los resultados generales de las medias con relación a otras variables dimensionales ocupa el segundo lugar con respecto a la importancia significativa que le otorgaron los clientes de los establecimientos hoteleros del cantón San Vicente, lo que dictamina que es un aspecto que debe ser tomado en la planificación o acciones en pro mejora del servicio hotelero. En donde, el 23.5% de la clientela valoró como importante a la pregunta que se

refiere a la competitividad y profesionalidad del personal, mientras que el 76.5% lo evaluó como muy importante, dejando el claro que las expectativas sobre este ítem son altas.

Siguiendo con el análisis del segundo aspecto planteado que aborda la expectativa que tiene el cliente acerca de la oportuna ayuda que se le brinda en la resolución de problemas, el 1% de la muestra señaló que es poco importante, de igual manera el 25% lo categorizó como importante y, por otro lado, el 74% restante lo considera muy importante. En último lugar, el tercer aspecto evaluado el 15.3% de los huéspedes consideran que es importante, al igual que el 84.7% de la muestra lo estiman como muy importante el cumplimiento de los servicios a tiempo, siendo este el que obtuvo mayor puntaje en cuanto a la media con un total de 2.85 de 3 puntos.

Lo anterior es un indicador clave que va direccionando las estrategias a diseñar puesto que la media mayor de entre los tres ítems evaluados en la encuesta con respecto a la dimensión de fiabilidad fue que los huéspedes consideran importantísimo el cumplimiento con respecto al tiempo de los servicios ofrecidos, así como también la profesionalidad y competitividad del personal puesto que tuvo mayor frecuencia 0.

- **DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA:**

Partiendo de los resultados arrojados que abarca la dimensión de capacidad de respuesta la media fue de 2.62, siendo la dimensión con menor índice de importancia según los criterios de la muestra encuestada. Para el apartado que está ligado a las soluciones inmediatas ante inconveniencias el 7.1% de los clientes lo definió como poco importante, de igual manera el 26.5% de la clientela lo considera importante, y por otro lado, más de la mitad de los huéspedes lo estiman como una expectativa muy importante con el 66.5%.

Así mismo, para el ítem que plantea la interacción del personal en el idioma inglés se concluye por la media que es uno de los menos importantes puesto que su total ronda los 2.39 sobre 3. A su vez, tampoco deja de ser un aspecto transcendental, puesto que también tiene que ser tomado en cuenta por la empresa, dado que el 54.6% de los clientes lo estima como muy importante,

mientras que el 15.8% y 29.6 lo consideran poco importante e importante respectivamente.

Para cerrar con esta dimensión y con el último aspecto de ésta que se refiere a la predisposición de atención al cliente por parte del personal, es necesario señalar que es uno de los ítems, que, en contraste con el anterior, tiene la segunda media más alta con 2.88 puntos de 3. En donde el 1% de los encuestados le dieron poca importancia, entretanto que el 18% lo valoró como importante, y el restante que corresponde a 89.8 de la muestra considera que la predisposición es muy importante.

- **DIMENSIÓN SEGURIDAD:**

En lo que respecta a la dimensión seguridad, al tener sólo un ítem a ser evaluado que gira alrededor del cumplimiento de las normas de seguridad que poseen las instalaciones de los establecimientos con una media de 2.74 en donde ningún porcentaje de los clientes cree que este ítem es poco importante, y que por el contrario le otorgan la debida importancia como es el caso del 25% de los encuestados e igualmente el otro 74.5% que lo considera muy importante. Por lo que, en palabras sencillas este es un aspecto que debe ser trabajado por las administraciones hoteleras puesto a la gran expectativa del cliente con relación a esta.

- **DIMENSIÓN EMPATÍA:**

En relación a la presente dimensión, los huéspedes la catalogaron como la más importante y ello se refleja en la media general de la misma que resultó ser de 2.90 puntos sobre 3. Por separado, el primer aspecto que abarca esta perspectiva que está en función de la atención personalizada, aunque si bien es cierto, el 2.6% de los clientes tienen poca expectativa por ella al considerarla poco importante, así mismo un 13.8% de los encuestados lo considera importante y la mayor parte de la muestra con el 83.7% le confiere la categoría de muy importante.

Por otro lado, el apartado que proyecta el trato amable y cordial es el ítem con mayor nivel de significancia acorde a los criterios de la muestra encuestada,

reflejando la importancia de la atención al cliente, al ser una de las expectativas más altas en donde el 99.5% lo caracterizó como muy importante mientras que el 0.5% restante lo determinó como importante.

Para visibilizar de mejor manera y más fácil qué nivel de expectación le confirieron los huéspedes a los ítems pertenecientes a la categoría de expectativas de forma globalizada a través del nivel de importancia se establecieron tres niveles en escala de 33.3% que permitió determinar los resultados, quedando de la siguiente manera como se representa en el cuadro 4.49:

Cuadro 4.49. Resultados de nivel de expectativas por el SPSS

	Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Expectativa baja	0	0	0
	Expectativa media	81	41.3	41.3
	Expectativa alta	115	58.7	100.0
	TOTAL	196	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el cuadro 4.50 el nivel de expectativa de los clientes con relación al servicio que ofrecen los establecimientos hoteleros es alta representando el 58.7% de la muestra mientras que el 41.3% mantiene una expectativa media. Por lo que, en resumen, la demanda hotelera concibe altas expectativas esperando recibir un servicio de calidad en especial a lo relacionado a la dimensión de empatía y fiabilidad, realizando aspectos que abarcan la atención al cliente como el trato y la atención personalizada y, por otro lado, la competitividad y profesionalidad de los trabajadores, así como el cumplimiento de los servicios a tiempo.

Ahora, una vez expuesto los resultados del cuadrante de las expectativas es necesario continuar con la presentación del resultante del cuadro estadístico frecuencial sobre las realidad del servicio percibido y recibido con relación a la valoración de los ítems anteriormente evaluados por parte de la muestra de la demanda hotelera del cantón San Vicente (ver anexo 11), en donde la media global sumando todas las dimensiones fue de 1.10 de 3, con una desviación típica de .303 (ver cuadro 4.50) y, que por separado la valoración de las medias con respecto a cada apartado resultó como se muestra en el cuadro 4.51:

Cuadro 4.50. Estadísticas de valoración agrupado SPSS (realidad percibida)

N	Válido	196
	Perdidos	0
	Media	1.10
	Desviación estándar	.303

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.51. Resultados de ítems evaluados por el SPSS

		ET1	ET2	ET3	F4	F5	F6	CR7	CR8	CR9	S10	E11	E12
N	Válidos	196	196	196	196	196	196	196	196	196	196	196	196
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		1.83	2.14	1.88	1.64	1.60	2.33	1.92	1.55	2.33	1.98	1.93	1.85
Desviación estándar		.680	.564	.612	.661	.620	.661	.744	.634	.661	.712	.758	.780
Varianza		.475	.245	.541	.181	.212	.231	.386	.487	.114	.581	.232	.545

Fuente: Elaboración propia

Seguidamente, se desplegarán los análisis pertinentes por dimensiones en el siguiente orden: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía:

- **DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES:**

Resulta ser la dimensión con la que, de manera generalizada, a comparación entre las demás dimensiones evaluadas fue catalogada por los clientes como buena con una media de 2.14 puntos con relación a las características del servicio planteadas en los ítems, pese a que el puntaje que obtuvo no fue alto. De los atributos de servicio medidos el que obtuvo mayor media fue el que respecta a la apariencia limpia y agradable del personal de servicio, en donde el 50.5% de los encuestados lo califica como bueno, luego el 32.8% lo evaluó como malo, mientras que el 9.6% de ellos lo perciben como excelente, siendo este un indicador de que a pesar que se aprecia como bueno se debe trabajar.

Le sigue por puntaje de la media el aspecto relacionado a los servicios con los que cuenta la habitación de los establecimientos en el que el 65.7% de los clientes consideran que es malo. De la misma manera, el 23.8% de la muestra lo catalogó como bueno y, un 10.5% de los encuestados lo aprecian como excelente. Por tanto, los resultados reflejan que, sin lugar a dudas las estrategias deben estar orientadas a mejorar e implementar servicios básicos y necesarios en las habitaciones.

Finalmente, el último ítem que abarca la infraestructura obtuvo la media más baja con un puntaje de 1.83, siendo de entre los aspectos antes planteados uno de los prioritarios para trabajar en el sector hotelero del cantón objeto de estudio. En donde el 32.8%, el 50.5% y el 9.6% de la demanda hotelera encuestada lo evaluaron como malo, bueno y excelente respectivamente.

- **DIMENSIÓN FIABILIDAD:**

La presente dimensión obtuvo la segunda media más alta considerada como buena de manera globalizada. Sin embargo, ello, no significa que los aspectos que comprende la misma deben dejarse de trabajar, al contrario, deben mejorarse. En este caso el atributo con mejor promedio fue el relacionado con el cumplimiento de los servicios a tiempo, en donde el 45.5% de las evaluaciones a los clientes reflejaron que el servicio es bueno, al igual que, el otro 42.9% le parece excelente, mientras que para el 10.6% es malo.

Continuando con el análisis, el aspecto relacionado con la competitividad y profesionalidad del personal en los establecimientos hoteleros el 46% de los clientes lo percibieron como malo, seguido del 42.9% de ellos que los consideran bueno en términos generales y, finalmente, el 10.1% lo estableció mediante las encuestas como excelente. Casi con el mismo puntaje de promedio, 1.60, el ítem que abarca la ayuda oportuna proporcionada por el personal en la resolución de problemas obtuvo al igual la calificación del servicio como malo (46.5% de la muestra) y bueno (45.5% de la muestra) mayormente, no obstante, un 7.1% lo determinó como excelente.

- **DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA:**

En base a los resultados obtenidos, esta dimensión resultó tener un promedio general de 1.93 puntos de 3. El aspecto evaluado con mayor media fue el ligado a la predisposición de atención al cliente en donde el 45.5% de la población de la muestra seleccionada lo evaluó como bueno, mientras que el 42.9% lo calificó como excelente y sólo un 10.6% percibió la atención al cliente como mala, lo que apunta a que en términos generales es bueno.

Ahora bien, con respecto al ítem que trata sobre las soluciones inmediatas que brinda el personal ante inconvenientes obtuvo un promedio de 1.92 puntos sobre 3, en donde el 43% lo califica como bueno, seguido del 31.3% de ellos que lo establecieron como bueno y, de igual manera, el 23.7% restante lo evaluó como excelente.

- **DIMENSIÓN DE SEGURIDAD:**

Para cerrar con esta dimensión, el atributo de servicio que hace referencia a la interacción en el idioma inglés, con menor promedio (1.55 puntos), resultó ser malo para los clientes en su mayoría con un 52%, mientras que para el 39.4% de la demanda lo determinó a través de la encuesta como bueno y, el 7.6% restante lo calificó como excelente. Por lo que, ello indica que este aspecto debe mejorarse y estar considerado como parte de la estrategia hotelera del cantón San Vicente.

En lo que respecta a la perspectiva que abarca la seguridad en el cuadro 4.61, en donde se evaluó específicamente el cumplimiento de las normas de seguridad de las instalaciones en empresas hoteleras el 49% de los encuestados la enmarcaron como buena, seguidamente el 25.8% percibieron el cumplimiento como malo, mientras que un 24.2% lo evaluó como excelente.

- **DIMENSIÓN EMPATÍA:**

Con respecto a la dimensión empatía, en donde se reflejaron los datos obtenidos a partir de la aplicación de las encuestas, alcanzó un promedio general de 1.26 puntos entre sus dos ítems, constituyéndose como la perspectiva con menor media entre las anteriores dimensiones ya presentadas y previamente analizadas. En el que, el primero que hace referencia a la atención personalizada obtuvo una media de 1.93 puntos, puesto que el 41.8% evaluó la atención como buena, mientras que el 31.8% la juzgó como mala y el 25.3% la planteó como excelente.

De igual manera, el atributo que respecta sobre el trato amable y cordial hacia los clientes se calificó por ellos mismos como malo, bueno y excelente para el 38.4%, 36.7% y 23.7% respectivamente. Por lo que, acorde a lo planteado se

deben tomar acciones dirigidas a mejorar los aspectos antes mencionados puesto que el mayor porcentaje corresponde a una conceptualización mala del servicio.

Consecutivamente se exhibe cuál es el nivel general de satisfacción de los clientes de los establecimientos de alojamiento del cantón San Vicente a partir de las percepciones de la realidad de los servicios relacionándolos a los atributos planteados y evaluados por las encuestas con el modelo Servqual. Para ello se determinó tres niveles en donde los rangos de 0 a 33.3% significa que el cliente está satisfecho, así mismo de 33.3% en adelante hasta 66.6% quiere decir que está ni satisfecho ni insatisfecho y, de 66.6% hasta el máximo que es el 100% expresa que el cliente está satisfecho con el servicio, recogido en el cuadro 4.52:

Cuadro 4.52. Resultados de nivel de satisfacción por el SPSS

	Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	176	89.8	89.8
	Ni satisfecho ni insatisfecho	20	10.2	100.0
	Satisfecho	-	-	
	TOTAL	196	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en lo expuesto en el cuadro 4.53; con respecto a la percepción de los clientes resultó que el 89.8% de los encuestados no están satisfecho con el servicio hotelero recibido, mientras que el 10.2% restante expresaron a través del cuestionario de percepciones que no están ni satisfechos ni insatisfechos. Reflejando los resultados arrojados que el servicio es bastante deficiente, de modo que el sector hotelero del cantón se ve en obligación de diseñar estrategias dirigidas a la mejora del servicio de modo que satisfagan a su demanda.

Una vez, expuesto los resultados tanto de las expectativas como de la realidad percibida por parte de los clientes con respecto a los servicios hoteleros ofrecidos por los establecimientos del cantón San Vicente en primera instancia se buscó las brechas entre la percepción y perspectivas de en función de los promedios de cada dimensión del servicio propuesta en el modelo Servqual como se observa en el cuadro 4.53:

Cuadro 4.53. Resultados comparación de valores expectativas y realidad por el SPSS

Dimensiones	Valor esperado		Valor percibido		Brecha P-E
	Promedio	Desv. estándar	Promedio	Desv. estándar	
Elementos tangibles - ET	2.50	0.61	2.10	0.62	-0.4
Fiabilidad - F	2.78	0.41	2.03	0.64	-0.75
Capacidad de Respuesta - CR	2.62	0.57	1.93	0.67	-0.69
Seguridad - S	2.74	0.43	1.98	0.71	-0.76
Empatía - E	2.90	0.26	1.26	0.76	-1.64

Fuente: Elaboración propia

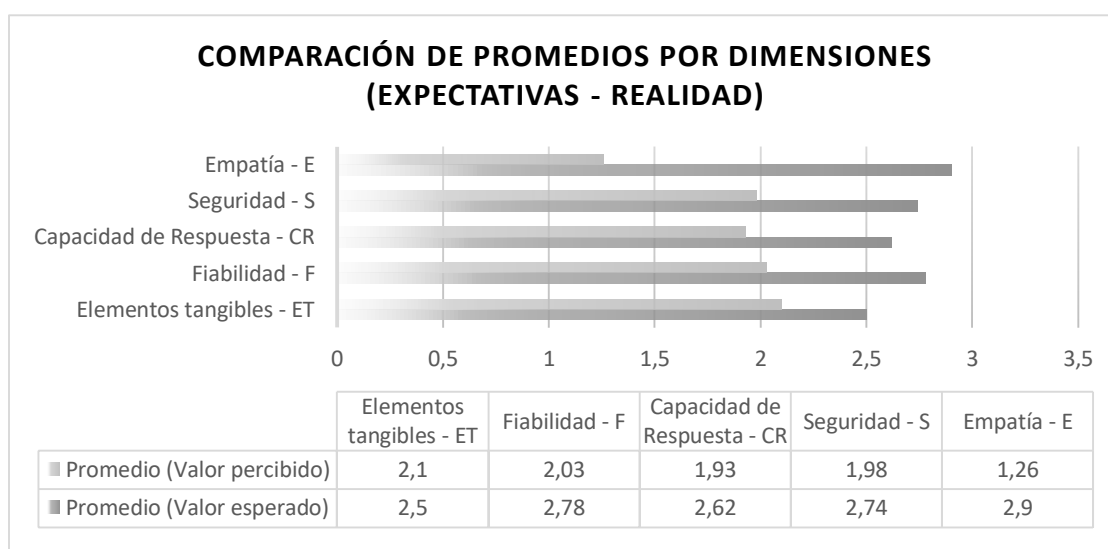


Figura 4.13. Comparación de promedios por dimensiones: expectativas –realidad
Elaboración: por los autores

Los resultados presentados en el cuadro 4.53 al igual que en la figura 4.13 reflejan que existen mayor cantidad de brechas entre expectativas y percepciones de la calidad y, por ende, en la satisfacción del cliente con respecto al servicio ofrecido por las empresas hoteleras en el cantón San Vicente, destacándose en tres dimensiones fundamentalmente, que son empatía, seguridad y fiabilidad con brechas en donde la expectativas superan la realidad por mucho y que van desde -1.64, -0.76 y -0.75 respectivamente, suscitándose un alto nivel de relación por su implicancia en relación al servicio hotelero, lo que básicamente expresa que los huéspedes esperaban más acerca de su experiencia.

Lo anteriormente devala elementos claves a través de las falencias, por lo que se deben tomar en cuenta a la hora de diseñar estrategias dirigidas a mejorar y corregir la calidad del servicio en el sector hotelero del cantón. Seguidamente se

presentarán los análisis de los cuestionarios acorde a cada dimensión del servicio:

Cuadro 4.54. Comparación de medias entre expectativas y realidad: elementos tangibles por el SPSS

ELEMENTOS TANGIBLES				
PROMEDIO	ET1	ET2	ET3	TOTAL
Expectativas	2.58	2.54	2.48	2.50
Realidad	1.83	2.14	1.88	2.10
BRECHA	-0.75	-0.4	-0.6	-0.4

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 4.55, la media en todos los tres aspectos caracterizantes del servicio para la muestra seleccionada es significativa, y lineal en sí para las expectativas. Por el contrario, la realidad percibida con respecto a los ítems tiene mayor varianza y no se siente ni satisfecho ni insatisfecho. Por lo que, de manera generalizada el total de la media indica que las expectativas superan la realidad con un -0.4%, siendo un índice negativo develando entonces las deficiencias por un lado y, por otro, la insatisfacción de los huéspedes.

Reflejando los resultados de esta dimensión las brechas que existen entre las expectativas que se forma la demanda con relación a la realidad del servicio recibido, indicando ello que hay que trabajar mucho la apariencia física de los establecimientos hoteleros específicamente en el de las instalaciones y del personal puesto que en éstos se suscita una mayor varianza ya que el cliente aprecia como importante.

En lo referente a la fiabilidad, en esta dimensión los resultados obtenidos se encuentran expuestos en el siguiente cuadro 4.55:

Cuadro 4.55. Comparación de medias entre expectativas y realidad: fiabilidad por el SPSS

FIABILIDAD				
PROMEDIO	F4	F5	F6	TOTAL
Expectativas	2.77	2.73	2.85	2.78
Realidad	1.64	1.6	2.33	2.03
BRECHA	-1.13	-1.13	-0.52	-0.75

Fuente: Elaboración propia

Las brechas que existen entre las expectativas y las realidades para la dimensión de fiabilidad es del -0.75 resultando ser negativas, puesto que significa que las percepciones son rebasadas nuevamente por las expectativas, reflejando déficit

de capacidad del personal tanto administrativo como operario en llevar a cabo los servicios ofrecidos en los establecimientos de la mejor manera y de forma confiable.

Observándose que el aspecto más cercano a 0 es el de -0.52 correspondiente al ítem de cumplimiento de los servicios a tiempo, sintiéndose los huéspedes contentos con ello, mientras que, con el restante de los aspectos se manifiestan mayores niveles de insatisfacción. Por lo que, se deben diseñar estrategias orientadas a mejorar los índices de competitividad y profesionalidad en los establecimientos, así como brindar una oportuna ayuda en la resolución de problemas que se susciten en estos.

Seguidamente se presentan los resultados obtenidos de la dimensión capacidad de respuesta en el cuadro 4.56:

Cuadro 4.56. Comparación de medias entre expectativas y realidad: capacidad de respuesta por el SPSS

CAPACIDAD DE RESPUESTA				
PROMEDIO	CR7	CR8	CR9	TOTAL
Expectativas	2.59	2.39	2.89	2.62
Realidad	1.92	1.55	2.33	1.93
BRECHA	-0.67	-0.84	-0.56	-0.69

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la perspectiva de la capacidad de respuesta, como se observa en el cuadro, al igual que en las otras dimensiones todos sus índices presentan resultados negativos, siendo superados por las expectativas de los clientes. Demostrándose que existen falencias de comunicación en el idioma inglés en donde fue superado por un -0.67% acorde a la media. Así como también con -0.67 y -0.56 puntos los clientes reciben menos de lo que esperaban con respecto a los atributos evaluados que implican la prontitud, la habilidad y voluntad que posee el personal para la resolución de problemas, al igual que para atender en situaciones que lo ameriten como para la comunicación en otros idiomas como se mencionó anteriormente.

En términos generales, con un resultado de -0.69 puntos de promedio y varianza entre expectativas y realidad se indica que, pese a que las expectativas era bastante altas puesto que la mayoría recaía en el nivel de muy importante, una vez recibido los servicios la realidad es otra e incluso diferentes reflejado en la

insatisfacción de los huéspedes. Por lo que, se debe tomar en consideración estos aspectos a la hora de trabajar en las estrategias de mejora del servicio.

Posteriormente a través de la siguiente tabla 4.57 se exponen los resultados obtenidos de la comparación perteneciente a la dimensión seguridad:

Cuadro 4.57. Comparación de medias entre expectativas y realidad: seguridad por el SPSS

SEGURIDAD		
PROMEDIO	CR7	TOTAL
Expectativas	2.74	2.74
Realidad	1.98	1.98
BRECHA	-0.76	-0.76

Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta a esta dimensión, como se divisa en el cuadro, al sólo evaluar un ítem, expone que las instalaciones del sector hotelero del cantón presentan un índice significativo de incumplimiento de las normas de seguridad para los huéspedes, al demostrar que este es un atributo importante con una media de 2.74 mientras que el promedio de percibimiento de éste fue de 2.98, generándose una varianza de -0.76, que en otras palabras quiere decir que, las expectativas del cliente está por debajo de la realidad, constituyéndose un factor a tener en cuenta dentro de la planificación de la mejora del servicio.

Por último, se presenta en seguida los resultados obtenidos de la comparación relacionados con la dimensión de empatía en el siguiente cuadro 4.58:

Cuadro 4.58. Comparación de medias entre expectativas y realidad: empatía por el SPSS

EMPATÍA			
PROMEDIO	CR7	CR8	TOTAL
Expectativas	2.81	2.99	2.90
Realidad	1.93	1.85	1.26
BRECHA	-0.88	-1.14	-1.64

Fuente: Elaboración propia

De igual manera, en la presente dimensión como se muestran los resultados todos son negativos, corroborando que nuevamente se sobrepasaron las expectativas con respecto a la percepción de los servicios con una brecha de -1.64 puntos, constituyéndose como la perspectiva que demostró tener menos calidad y por ende presentar mayores índices de insatisfacción.

Y es que, los huéspedes consideraron a la empatía desde el trato y la atención personalizada como uno de los atributos de servicio con mayor importancia reflejándose en la media que obtuvo un total de 2.90, mientras que la realidad atiende que no es satisfactoria para los clientes con una media de 1.26 puntos.

Evidenciándose que el problema de la calidad del servicio hotelero en el cantón radica especialmente la estandarización de la atención mientras que los huéspedes esperan que esta sea personalizada, así como también índice en las deficiencias de la forma del trato resultando que debe trabajarse de forma personalizada y mejorar la atención al cliente a través de acciones que conlleven a mejorar la dimensión empatía.

3.3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR HOTELERO DEL CANTÓN SAN VICENTE

En efecto, para llevar a cabo un análisis completo de la evaluación de la satisfacción del cliente con respecto a los servicios hoteleros del cantón San Vicente de forma estratégica se determinaron los correspondientes factores internos y externos que influyen directa e indirectamente en el servicio para a continuación trazar la matriz FODA, posteriormente realizar la matriz de los impactos cruzados y así concluir con el planteamiento del problema y la correspondiente solución estratégica del mismo.

La cual, para su construcción, tomó en cuenta la información recogida tanto en la presente fase a través de los datos obtenidos de las encuestas con el método Servqual como en resultados de las fases antecesoras, lo que permitió en primera instancia plantear los principales factores internos y externos que caracterizan el servicio y la gestión hotelera del objeto de estudio desde diferentes perspectivas. A continuación, se presenta los cuadrantes del FODA con los elementos: externos (oportunidades y amenazas) e internos (fortalezas y debilidades) en el cuadro 4.59:

Cuadro 4.59. Factores internos y externos del FODA

	POSITIVOS	NEGATIVOS
FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (N)
	F1. Clasificación hotelera adecuada	D1. Personal sin certificación en competencias laborales
	F2. Instalaciones en buenas condiciones	D2. Incipiente planificación de la actividad
	F3. Plan de Mejora para los establecimientos turísticos del cantón	D3. Déficit en atención al cliente
	F4. Predisposición de propietarios de los establecimientos para la mejora continua	D4. Incumplimiento de requerimientos del Reglamento de Alojamiento Turístico incidiendo en la deficiente categorización
	F5. Predisposición del personal en recibir capacitaciones	D5. Mal manejo de la resolución de problemas
	F6. Cumplimiento de servicios a tiempo	D6. Débil interacción en el idioma inglés
		D7. Bajo nivel de cumplimiento de normas de seguridad en empresas hoteleras
FACTORES EXTERNOS	OPRTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
	O1. Turismo internacional y nacional	A1. Desarrollo hotelero en destinos cercanos
	O2. Altas expectativas de la demanda con relación a los servicios hoteleros	A2. Estacionalidad turística marcada
	O3. Universidades con carreras afines a la actividad hotelera en la provincia	A3. Insatisfacción del cliente con respecto a la realidad percibida de los servicios en los alojamientos hoteleros
	O4. GAD del Cantón San Vicente	A4. Desinterés de las agencias intermediadoras para hacer alianzas estratégicas
	O5. Programas de capacitación por entes competentes con relación a los servicios hoteleros	A5. Descoordinación de los actores claves públicos y privados
	O6. Destino de sol y playa consolidado	A6. Falta de regulación y control por el MINTUR Y GAD
	A7. Fenómenos naturales (Terremoto del 16 A)	

Fuente: Elaboración propia

Posterior a la identificación de cada uno de los elementos que integra los factores tanto tangibles como intangibles a continuación se expone en el cuadro la matriz de impactos cruzados (ver cuadro 4.61) en la que se relacionó la información de los diferentes cuadrantes mediante interrogantes, evaluándolos cualitativa y cuantitativamente (ver cuadro 4.62) fijando valores del 1 al 3, en la que el 0 significa que no hay relación, 1 que la relación mantenida es poca, 2 si existe relación regular y 4 si la relación es mucha como se presenta seguidamente:

Cuadro 4.60. Comparación de medias entre expectativas y realidad: seguridad por el SPSS

ESCALA DE CALIFICACIÓN DE LA MATRIZ FODA	
Escala de ponderación	Significancia
1	No hay relación
2	Poca relación
3	Existe relación
4	Mucha relación

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.61. FODA del sector hotelero del cantón San Vicente

FODA		OPORTUNIDADES						AMENAZAS						
		O1	O2	O3	O4	O5	O6	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7
FORTALEZAS	F1	F101	F102	F103	F104	F105	F106	F1A1	F1A2	F1A3	F1A4	F1A5	F1A6	F1A7
	F2	F201	F202	F203	F204	F205	F206	F2A1	F2A2	F2A3	F2A4	F2A5	F2A6	F2A7
	F3	F301	F302	F303	F304	F305	F306	F3A1	F3A2	F3A3	F3A4	F3A5	F3A6	F3A7
	F4	F401	F402	F403	F404	F405	F406	F4A1	F4A2	F4A3	F4A4	F4A5	F4A6	F4A7
	F5	F501	F502	F503	F504	F505	F506	F5A1	F5A2	F5A3	F5A4	F5A5	F5A6	F5A7
	F6	F601	F602	F603	F604	F605	F606	F6A1	F6A2	F6A3	F6A4	F6A5	F6A6	F6A7
DEBILIDADES	D1	D101	D102	D103	D104	D105	D106	D1A1	D1A2	D1A3	D1A4	D1A5	D1A6	D1A7
	D2	D201	D202	D203	D204	D205	D206	D2A1	D2A2	D2A3	D2A4	D2A5	D2A6	D2A7
	D3	D301	D302	D303	D304	D305	D306	D3A1	D3A2	D3A3	D3A4	D3A5	D3A6	D3A7
	D4	D401	D402	D403	D404	D405	D406	D4A1	D4A2	D4A3	D4A4	D4A5	D4A6	D4A7
	D5	D501	D502	D503	D504	D505	D506	D5A1	D5A2	D5A3	D5A4	D5A5	D5A6	D5A7
	D6	D601	D602	D603	D604	D605	D606	D6A1	D6A2	D6A3	D6A4	D6A5	D6A6	D6A7
	D7	D701	D702	D703	D704	D705	D706	D7A1	D7A2	D7A3	D7A4	D7A5	D7A6	D7A7

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.62. Resultados de la matriz del FODA estratégico

		ANÁLISIS EXTERNO														T	TG		
		OPORTUNIDADES						T	AMENAZAS									T	TG
		O1	O2	O3	O4	O5	O6		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7				
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	F1	1	3	0	3	4	0	11	4	0	4	2	1	0	0	11	22	
		F2	4	0	0	1	4	2	11	0	0	4	2	0	0	0	6	17	
		F3	4	3	0	4	4	0	15	4	0	4	4	4	1	2	19	34	
		F4	3	3	3	4	4	2	19	4	0	4	2	3	1	1	15	34	
		F5	3	0	1	0	4	0	8	3	0	4	0	0	0	0	7	15	
		F6	4	0	0	0	4	0	8	2	0	4	1	0	1	0	8	16	
	T	19	9	4	4	2	4	57	19	0	24	11	7	7	3	67,5	TG		
	DEBILIDADES	D1	1	4	4	2	1	0	12	4	0	4	2	0	1	1	12	24	
		D2	2	4	4	3	1	0	14	4	0	4	2	2	2	0	14	28	
		D3	0	4	4	4	2	0	14	3	2	3	2	2	1	1	14	28	
		D4	1	3	2	3	2	0	11	4	0	3	2	0	2	0	11	22	
		D5	2	4	4	1	1	0	12	2	0	4	0	0	0	0	6	18	
		D6	0	4	4	3	2	0	13	4	0	0	3	0	0	0	7	20	
D7		0	0	1	1	2	0	4	2	0	2	3	2	0	0	9	13		
T	16	23	7	16	10	15	84	23	2	20	0	6	6	2	42,5	TG			
TG	28	32	26	12	10	4	TG	41	2	44	15	14	14	5					

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.63. Resultados de las variables principales con mayor ponderación

FORTALEZA	-Plan de Mejora para los establecimientos turísticos del cantón -Predisposición de propietarios de los establecimientos para la mejora continua
OPORTUNIDAD	-Altas expectativas de la demanda con relación a los servicios hoteleros
DEDIBILIDAD	-Déficit en atención al cliente -Incipiente planificación de la actividad hotelera

AMENAZA

- Insatisfacción del cliente con respecto a la realidad percibida de los servicios en los alojamientos hoteleros

Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS ESTRATÉGICO GENERAL

En base a la evaluación realizada a través de la matriz FODA se establece que la provincia debe fundamentalmente superar y minimizar tanto las debilidades que obtuvieron mayor puntaje que corresponden al déficit de atención al cliente y la incipiente planificación de la actividad hotelera, así como también la amenaza más fuerte que está en función de la insatisfacción del cliente con respecto a la realidad percibida de los servicios en los alojamientos turísticos.

En efecto, la matriz de impactos cruzados en específico arrojó que el total del cuadrante de las debilidades con las oportunidades al alcanzar una mayor ponderación con 84 puntos en su totalidad indicando hacia dónde deben alinearse los lineamientos estratégicos para alcanzar los objetivos propuestos. En otras palabras, ello quiere decir que, las estrategias que se deben plantear y considerar como prioritarias son las de reorientación (ver cuadro 4.64), las mismas que tienen en cuenta el uso de sus fortalezas para poder así aprovechar las oportunidades presentes, y de ese modo lograr el fin último, el cual implica la mejora del servicio y por ende la satisfacción de la demanda hotelera del cantón a través de la evaluación y clasificación de los establecimientos.

Cuadro 4.64. Resultado del cuadrante de estrategias del FODA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	Estrategias ofensiva	Estrategias defensiva
DEBILIDADES	Estrategias de reorientación	Estrategias de supervivencia

Fuente: Elaboración propia

PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL:

En función de los elementos planteados que lograron obtener los más altos valores según las ponderaciones atribuidas seguidamente se procederá a mostrar el problema estratégico general, mismo que se redactó así:

Si incrementan los niveles de insatisfacción de los clientes con respecto a la realidad percibida de los servicios, teniendo en consideración las serias deficiencias en la atención del cliente, así como la incipiente planificación de la

actividad hotelera, aunque se tenga un planteado un plan cantonal de mejora para los establecimientos turísticos al igual que la predisposición de los propietarios, no se podrá aprovechar a cumplir las altas expectativas de la demanda.

SOLUCIÓN ESTRATÉGICA GENERAL:

Así mismo, tomando como base los resultados arrojados por la matriz de impactos ya ponderada que alcanzaron un mayor puntaje frente a los elementos restantes se procede a continuación mostrar la solución estratégica:

Implementando completamente el plan de mejora para los establecimientos turísticos sumado la predisposición de los propietarios del sector hotelero con relación a la mejora continua sobre la posibilidad de cumplir las altas expectativas de la demanda se pretende plantear acciones con el objeto de minimizar los niveles de insatisfacción de los clientes con respecto a la realidad percibida de los servicios en los alojamientos y superar la incipiente planificación de la actividad hotelera como las deficiencias identificadas en la atención al cliente.

4.3.3. PROPUESTA DE MEJORA PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

Puesto que, dentro de la actividad hotelera tanto la evaluación como la clasificación son factores claves de desarrollo y de éxito para las empresas dedicadas al sector, de modo que, en la actualidad es necesario que por un lado se realice una adecuada evaluación que permita la clasificación correcta de los establecimientos acorde a los requerimientos/servicios implantados, al igual que se conozca el nivel de satisfacción de la demanda hotelera a través de encuestas diseñadas con dicho fin para que, en su conjunto, permita establecer acciones estratégicas enfocadas a lograr la mejora continua y con ello conseguir la satisfacción de los clientes.

Una vez efectuado los análisis pertinentes de los resultados de los instrumentos tanto en la presente fase relacionada a la aplicación de encuestas con modelo Servqual para conocer el nivel de satisfacción de los clientes y teniendo como

base los resultados de las etapas anteriores como lo son el diagnóstico y la evaluación de la categorización de los alojamientos turísticos para culminar con la actividad y consecutivamente con la última fase se procedió a diseñar una propuesta de mejora para los establecimientos del sector.

Propuesta que recoge el planteamiento estratégico, seguido del diseño de una serie de estrategias fundamentadas en unos ejes estratégicos, que permitieron elaborar una programación con sus respectivos programas y proyectos encaminados a dar solución a las problemáticas identificadas y con ello satisfacer a los clientes del sector hotelero del cantón San Vicente. De modo que, los propietarios y administrados de los establecimientos tengan una guía para mejorar la calidad de sus servicios.

Como punto de partida de la propuesta del presente trabajo de titulación se presenta la formulación estratégica del plan de mejora de los servicios dirigido para los establecimientos hoteleros del cantón San Vicente, definiendo en primer lugar la misión del mismo seguido de la visión al 2025 así como también los principios sobre los cuales se asienta la propuesta y la política del mismo a continuación:

MISIÓN:

Posicionar al sector hotelero del cantón San Vicente como líder del mercado local y nacional caracterizado por ofrecer servicios de calidad acorde a la categorización de cada establecimiento, así como también por evaluar constantemente la satisfacción del cliente, de modo que se cumpla con las expectativas de la demanda a través de instrumentos pertinentes, involucrando en la gestión a todos los agentes claves de la actividad.

VISIÓN:

El sector hotelero del cantón San Vicente al 2025 se consolidará como líder en el mercado reconocido por la excelente evaluación y clasificación en todos sus establecimientos en donde la gestión del servicio se caracterice por la calidad y sostenibilidad fundamentalmente, así como por superar las expectativas de la demanda, reflejado ello en los niveles altos de satisfacción.

OBJETIVO:

La estructuración del objetivo para la presente propuesta está trazado acorde al objetivo general de la investigación y en respuesta también del planteamiento de la visión estratégica, formulándose de la siguiente manera:

- Consolidar al sector hotelero del cantón San Vicente como líder en el mercado a través de un modelo de gestión del servicio que se fundamente en la evaluación y clasificación de los establecimientos turísticos de modo que permita identificar acciones de mejora para así satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

PRINCIPIOS:

Se plantean los valores sobre los cuales debe enmarcarse la gestión, evaluación y clasificación de los establecimientos del cantón San Vicente a través de la presente propuesta de mejora, que son los siguientes:

Cuadro 4.65. Principios de la propuesta de mejora

GESTIÓN Y LIDERAZGO	Gobernanza que trabaje articuladamente en pro mejora del servicio, de modo que, posicione al sector hotelero del cantón como líder en el mercado
COMPROMISO	Capacidad de los administradores hoteleros, del personal, de los proveedores y demás involucrados directa e indirectamente en trabajar comprometidamente en la mejora de los servicios a través de la aplicación de la propuesta bajo los principios de calidad y sostenibilidad
CALIDAD	Característica dentro de la cual se enmarca los servicios prestados por los establecimientos hoteleros en búsqueda de superar las expectativas de la demanda reflejada en los índices de satisfacción.
SOSTENIBILIDAD	Principio en el que se enmarca el desarrollo de las actividades de los servicios ofrecidos por los establecimientos que conforman el sector hotelero

Fuente: Elaboración propia

POLÍTICAS DE LA PROPUESTA:

A continuación, se presenta a manera de enunciados las políticas de la propuesta que recoge el plan de mejora para el sector hotelero del cantón San Vicente:

- La evaluación y la clasificación en los establecimientos deben primar como procesos y herramientas a su vez para alcanzar el desarrollo y lograr la satisfacción del cliente.

- Garantizar la satisfacción de los clientes a través de la prestación óptima del servicio caracterizado por la calidad y la sostenibilidad de los mismos.
- Para lograr la satisfacción los procesos de gestión deben enmarcarse dentro del cuadro de la gobernanza reflejado en el trabajo en conjunto por los actores claves.

ESTRATEGIAS:

Ahora bien, en primera instancia y en base a los factores planteados y resultantes de la matriz FODA a continuación se identificarán las estrategias a seguir combinando los elementos que constituyen los factores tanto internos (fortalezas y debilidades) como externos (amenazas y oportunidades) ya evaluados (ver cuadro 4.59) de la siguiente forma como se expresa en la matriz de estrategias en el cuadro 4.66:

Cuadro 4.66. Estrategias del FODA para el sector hotelero de San Vicente

		FORTALEZAS - F	DEBILIDADES - D
		F1. Clasificación hotelera adecuada F2. Instalaciones en buenas condiciones F3. Plan de Mejora para los establecimientos turísticos del cantón F4 Predisposición de propietarios de los establecimientos para la mejora continua F5. Predisposición de atención al cliente F6.Cumplimiento de servicios a tiempo	D1. Personal sin certificación en competencias laborales D2. Incipiente planificación de la actividad D3. Déficit en atención al cliente D4. Incumplimiento de requerimientos del Reglamento de Alojamiento Turístico D5. Mal manejo de la resolución de problemas D6. Débil interacción en el idioma inglés D7. Bajo nivel de cumplimiento de normas de seguridad en empresas hoteleras
OPORTUNIDADES - O	ESTRATEGIAS - FO	ESTRATEGIAS - DO	
O1. Turismo internacional y nacional O2. Altas expectativas de la demanda con relación a los servicios hoteleros O3. Universidades con carreras afines a la actividad hotelera en la provincia O4. GAD del Cantón San Vicente O5. Programas de capacitación por entes competentes con relación a los servicios hoteleros O6. Destino de sol y playa consolidado	1.Realizar periódicamente un proceso de evaluación de la categorización hotelera a través del cumplimiento del reglamento (F1, F2, O3, O4) 2. Desarrollar un proceso de gestión participativa que coordine a los actores claves para la implementación efectiva de planes de mejora del sector hotelero para la satisfacción de las expectativas de la demanda (F2, F3, F4, F5 F6, O2, O3, O4, O5)	1.Incrementar el índice de competitividad y profesionalidad a través de los programas de capacitación por entes competentes (D1, O3, O4, O5) 2. Demandar a las administraciones hoteleras un plan estratégico de desarrollo con ayuda de la academia y el GAD (D2, O3, O4) 3. Mejorar aspectos claves que engloba el servicio que caracteriza el sector hotelero del cantón para cumplir con las expectativas de la demanda en general (D1, D3, D5, D6, D7. O1, O2,O6)	
AMENAZAS - A	ESTRATEGIAS - FA	ESTRATEGIAS - DA	

A1. Desarrollo hotelero en destinos cercanos A2. Estacionalidad turística marcada A3. Insatisfacción del cliente con respecto a la realidad percibida de los servicios en los alojamientos hoteleros A4. Desinterés de las agencias intermediadoras para hacer alianzas estratégicas A5. Descoordinación entre el sector público y privado A6. Falta de regulación y control por MINTUR y GAD A7. Fenómenos naturales	1. Cumplir con los requisitos según la categorización en los establecimientos para competir frente al desarrollo hotelero de los destinos cercanos (F1, F2, F3, A1) 2. Implementar el plan de mejora cantonal para reducir los niveles de insatisfacción de la demanda del sector hotelero (F3, F3, F5, F6, A2) 3. Promover la gobernanza mediante la participación activa e involucramiento de los diferentes actores claves para evitar la descoordinación, mantener alianzas y efectivizar los procesos de regulación y control (F3, A4, A5, A6)	1. Aminorar el nivel de incumplimiento de requerimientos del Reglamento de Alojamiento Turístico de modo que se trabaje también los atributos del servicio para impedir la insatisfacción del cliente y reducir desarrollo hotelero en destinos cercanos (D3, D4, D5, D6, D7, A1, A3, A4)
---	---	---

Fuente: Elaboración propia

Las estrategias expuestas conformadas a partir de los factores internos y externos planteados en torno a la categorización y gestión del servicio de los establecimientos fueron 9 como se puede observar en el cuadro, mismas que pretender incidir en la solución de los problemas identificados en el sector hotelero del cantón San Vicente, de modo que haciendo uso de las fortalezas y oportunidades se minimicen y eviten tanto las debilidades como las amenazas. Es importante destacar que hay que darles prioridad a las estrategias del cuadrante de reorientación, ya que ese cuadrante obtuvo mayores puntos en la ponderación.

Una vez, identificadas las estrategias a través de la matriz del FODA estratégico los autores de la presente investigación determinaron la necesidad de plantear una serie de ejes sobre los cuales se asienta de manera general los lineamientos y la propuesta de mejora para el sector hotelero a través de la evaluación y clasificación de los establecimientos hoteleros del cantón San Vicente para con ello alcanzar la satisfacción de los clientes y el desarrollo integral, que son:

- Categorización y clasificación hotelera
- Gestión y gobernanza hotelera
- Capacitación y profesionalización
- Gestión de mejora de los servicios hoteleros

PROGRAMACIÓN ESTRATÉGICA

En base al planteamiento estratégico formulado en la propuesta y siguiendo la línea de las estrategias diseñadas se procede a mostrar la programación

estratégica, la cual aspira dar solución a las problemáticas suscitadas en relación a las deficientes acciones de evaluación y control de los establecimientos de alojamiento que han incidido significativamente en los niveles de satisfacción, encontrándose en un nivel bajo y preocupante.

Por ello, se han trazado 4 programas con sus 29 proyectos respectivamente presentándose en el cuadro 4.67, donde además se describen aspectos fundamentales como responsables, indicadores, tiempo y monto que en su conjunto permitirán hacer un seguimiento y evaluación del cumplimiento como elementos para su implementación:

Cuadro 4.67. Programación estratégica de la propuesta de mejora del servicio hotelero en San Vicente

ESTRATEGIA	PROGRAMA	PROYECTOS	INDICADOR	RESPONSABLE(S)	COSTO
Realizar periódicamente un proceso de evaluación de la categorización hotelera a través del cumplimiento del reglamento	CATEGORIZACIÓN Y CLASIFICACIÓN HOTELERA	Evaluación de la clasificación hotelera a través del Reglamento de Alojamiento Turístico (RAT) en San Vicente	-N° de establecimientos evaluados -Fichas de evaluación aplicadas -Registro de categorizados y evaluados -N° de requisitos cumplidos	MINTUR, GAD	1 000.00
		Actualización del Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador	-Actualización de las fichas de evaluación -Registro de cambios	MINTUR, Empresa consultora	7 000.00
		Programas de inspecciones a los establecimientos de alojamiento (sin previo aviso)	-N° de inspecciones mensuales -Fichas de inspección	MINTUR, GAD, Cámara de Turismo	500.00
		Promover la implementación de los requisitos establecidos en el RAT a las administraciones hoteleras del cantón acorde a la clasificación	-Nivel de cumplimiento de requisitos -N° de requisitos implementados	MINTUR, GAD, Prestadores hoteleros	200.00
		Determinar mediante ordenanzas multas y sanciones de clausura a establecimientos que no cumplan con los requerimientos mínimos establecidos en el RAT según categorías	-N° de multas a establecimientos -N° de establecimientos clausurados	MINTUR, GPM, GAD,	500.00
Aminorar el nivel de incumplimiento de requerimientos del Reglamento de Alojamiento Turístico de modo que se trabaje también los atributos del servicio para impedir la insatisfacción del cliente y reducir desarrollo hotelero en destinos cercanos	GESTIÓN Y GOBERNANZA HOTELERA	Crear mecanismos de gestión administrativa y operaria del servicio	-Mejora de procesos de gestión -Reestructuración de las áreas -N° de mecanismos creados	Prestadores hoteleros	100.00
		Establecer mecanismos de cooperación entre agentes claves públicos, privados y locales del sector hotelero y turístico	-Convenios -N° de mecanismos creados -N° de proyectos participativos	GAD, Cámara de Turismo, GPM, Prestadores, Comunidad local	100.00
		Ejecución de plan de gobernanza para el fortalecimiento del sector hotelero de San Vicente	-Plan de gobernanza (documento) -N° de estrategias -N° de programas y proyectos	GAD, Cámara de Turismo, GPM, Prestadores, Comunidad local	1 000.00
Cumplir con los requisitos según la categorización en los establecimientos para contender frente a la competencia					

Promover la gobernanza mediante la participación activa e involucramiento de los diferentes actores claves para evitar la descoordinación, mantener alianzas y efectivizar los procesos de regulación y control	Identificar los actores claves para la mejora de la calidad de los servicios y desarrollo hotelero en general	-Mapeo de actores claves	GPM, GAD, Prestadores hoteleros	200.00	
	Promover la asociatividad turística entre los prestadores de servicios de alojamiento	-N° de asociaciones y/o gremios por categoría de alojamientos	GAD, Prestadores hoteleros	500.00	
	Creación de la Cámara de hotelería del cantón San Vicente	-Cámara hotelera	GAD, Prestadores hoteleros	500.00	
	Confección de una normativa para la operación hotelera	-N° de normativas de operación hotelera creadas	MINTUR, GPM, GAD, Prestadores hoteleros	500.00	
Demandar a las administraciones hoteleras un plan estratégico de desarrollo con ayuda de la academia y el GAD	Política de implementación de planes en establecimientos de alojamiento turístico	-N° de políticas creadas -Nivel de aplicación de política	GAD, Prestadores hoteleros	200.00	
	Establecer lineamientos claves para la planificación en empresas hoteleras	-N° de lineamientos diseñados	GAD, Prestadores hoteleros	200.00	
	Concientizar sobre la importancia de la planificación de la actividad hotelera dirigido a la mejora de los servicios	-N° de campañas de concientización	MINTUR, GPM, GAD	500.00	
	Convenios de los establecimientos con el GAD San Vicente, con las universidad e institutos tecnológicos para brindar asesorías en la confección de planes	-N° de convenios realizados -N° de asesorías brindadas -N° de planes	GAD, prestadores hoteleros y academia	500.00	
Incrementar el índice de competitividad y profesionalidad a través de los programas de capacitación por entes competentes	CAPACITACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN	Evaluación de las capacidades del personal administrativo y operario en empresas hoteleras	-N° de evaluaciones realizadas -Nivel de competencias de establecimientos	GAD, prestadores hoteleros	1 000.00
		Ejecución de planes de capacitación técnica sobre hotelería y temas afines	-N° de programas de capacitación por temáticas -N° de planes de capacitación técnica	MINTUR, GPM, GAD	5 000.00
		Fortalecimiento de las capacidades y habilidades del recurso humano implicado en el sector turístico	-N° de cursos impartidos -N° de certificados entregados	MINTUR, GPM, GAD	1 000.00
		Otorgar certificaciones por competencias	-N° de personal con certificación	MINTUR	1 000.00

		Programa de profesionalización técnica del sector en conjunto con la academia	-N° de personal hotelero cursando carreras afines -N° de personal titulados -Convenios con universidades e institutos tecnológicos	MINTUR, GAD, Academia	20 000.0
		Reglamento de contratación de personal con título de carreras afines.	-Reglamentos creados	MINTUR, GAD, Prestadores de servicio	500.00
		Programa de instrucción en idiomas, especialmente inglés	-N° de programas	MINTUR, GAD, Academia	1 000.00
Mejorar aspectos claves que engloba el servicio que caracteriza el sector hotelero del cantón para cumplir con las expectativas de la demanda en general	GESTIÓN DE MEJORA	Diseño de estrategias dirigidas a la mejora de los servicios por dimensión: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía	-N° de estrategias por dimensión	MINTUR, GAD, Prestadores de servicio, academia	500.00
		Plan de gestión de la satisfacción del cliente en el sector hotelero	-N° de estrategias -N° de programas y proyectos	GAD, Prestadores de servicio	2 000.00
		Crear mecanismos de evaluación de satisfacción del cliente para empresas hoteleras	-N° de mecanismos creados	GAD, Prestadores de servicio, academia	900.00
		Estudios de perfil y segmentación del mercado	-N° de estudios de la demanda -N° de segmentos de mercado	GAD, prestadores de servicio, academia	3 000.00
		Diseño de plan de mejora del servicio hotelero a nivel cantonal	- N° de estrategias -N° de programas y proyectos	GAD, Prestadores de servicio, academia	10 000.0
		Manual de procedimiento para la prestación de servicios que garanticen la satisfacción	-Manual (documento) -N° de procedimientos	Prestadores de servicio, academia	2 000.00

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Se diagnosticó que el sector hotelero de San Vicente tras el terremoto del 16 A fue el segundo cantón más afectado, perdiendo el 60% de su infraestructura y que las acciones de reactivación incidieron en su recuperación, por lo que en la actualidad existen 58 alojamientos registrados ocupados mayoritariamente por visitantes internacionales. Sin embargo, este sector atraviesa por una serie de problemáticas que giran en torno a la capacidad, calidad, niveles de satisfacción producto de los deficientes procesos de gestión, control y evaluación fundamentalmente. De cara a ello, se seleccionaron 15 establecimientos entre hoteles, hostales y hosterías en sus distintas categorías para ser estudiados y clasificados adecuadamente.
- Se determinó a través de la aplicación de las fichas del RAT propuestas por el MINTUR un nivel medio-alto representado en el 80% con respecto al cumplimiento de los requisitos según su clasificación y categorización. Los índices altos están en función a las instalaciones generales, áreas del cliente general y a los cuartos de baño y aseo privado, mientras los bajos están entre el 71 y 74% respectan a los requisitos ligados al acceso, áreas del cliente- habitaciones y a los servicios. Evidenciando que varios establecimientos no están bien categorizados, por lo que se generó en base a la evaluación una nueva clasificación y categorización en donde 10 de los 15 alojamientos fueron descendidos de categoría principalmente.
- Se estableció a través del modelo Servqual que las expectativas del cliente con respecto a las dimensiones elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía están en un nivel medio-alto. Mientras que, referente a la realidad y percepción del servicio recibido se sienten insatisfechos, evidenciando claramente las brechas

entre estas dos variables y las falencias en el sector especialmente en las ligadas a la empatía, seguridad y fiabilidad. En función de lo expuesto y en base al análisis estratégico se determinaron que las estrategias a seguir son las de reorientación, por lo que se diseñó una propuesta de mejora para los establecimientos turísticos con la finalidad de mejorar el nivel de satisfacción del cliente, misma que cuenta con un planteamiento estratégico con el objetivo de consolidar al sector hotelero y estrategias en función de 4 ejes: categorización y clasificación hotelera, gestión y gobernanza hotelera, capacitación y profesionalización y gestión de mejora de los servicios hoteleros con una programación que cuenta con 4 programas y 29 proyectos con sus indicadores y responsables.

5.2 . RECOMENDACIONES

- A los establecimientos de alojamiento se les recomienda efectuar continuamente análisis pertinentes para que conozcan la situación en la que se encuentran tanto desde la perspectiva interna como externa, de modo que conozcan plenamente sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con el objetivo de mejorar desde el punto de vista estratégico y operativo a través de actuaciones que contemplen las falencias y problemáticas identificadas que limitan la satisfacción del cliente y su desarrollo. De igual manera, se insta a la dirección de Turismo del GAD Cantonal a realizar un diagnóstico del sector hotelero en general para en función de ello, diseñen programas que se contemplen en la planificación turística a través de la participación consensuada de todos los actores claves implicados.
- A la dirección de Turismo del cantón San Vicente y al Ministerio de Turismo, realizar los procesos de evaluación pertinente con respecto a la aplicación de las fichas acorde al Reglamento de Alojamiento Turístico de forma que se determinen la adecuada clasificación y categorización de los establecimientos hoteleros, y se mejoren los niveles de cumplimiento de requisitos impuestos, así como también se incida en la satisfacción del huésped.
- Se insta a los prestadores de alojamiento turístico a mejorar la gestión del cliente y necesariamente, medir periódicamente los niveles de satisfacción de los huéspedes con respecto al servicio. Por ello, finalmente, se recomienda a todos los actores claves del sector hotelero tanto públicos como privados, en especial a los prestadores, que de la mano de la dirección de Turismo del GAD Cantonal a realizar las gestiones acertadas para la implementación y ejecución de la propuesta de mejora diseñada por los autores de la investigación, con la finalidad de mejorar los niveles de satisfacción y, por ende, el desarrollo del sector hotelero.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, J; Del Rio, M; Durán, A; Urbano, B. (2017). Sistema de la Calidad Turístico Español: revisión de la literatura. *Ágora*. 19 (02). 4-13. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/320161841_Sistema_de_calidad_turistico_Espanol_revision_de_la_literatura
- Angamarca, G; Cruz, E; Bucheli, J; Martínez, C. (2018). Caracterización Tipológica del Sector Hotelero de la Provincia de Los Ríos, Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas UTEQ*. 2 (1). 55- 70. DOI: <https://doi.org/10.18779/csye.v2i1.218>
- Báez, S. (2005). *Hotelería*. México. Compañía Editorial Continental. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Hoteler%C3%ADa-de-Sixto-B%C3%A1ez-PDF.pdf>
- Bouza, C. (2015). Estudios de la satisfacción de servicios hoteleros: reflexiones y estudios estadísticos. *Universidad de A Coruña – CIECID*. 15 (1). 69-99. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/289526348_ESTUDIOS_DE_LA_SATISFACCION_DE_SERVICIOS_HOTELEROS_ESTUDIOS_DE_LA_SATISFACCION_DE_SERVICIOS_HOTELEROS_REFLEXIONES_Y_ESTUDIO_ESTADISTICOS
- Calderón, F. (2010). Sostenibilidad y planificación: ejes del desarrollo turístico sostenible, Ecuador, *Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible* 11(33). 5-6. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/delos/08/fjcv.pdf>
- Castilla, G; Alarcón, N. (2017). Evaluación de la calidad en establecimientos de alojamiento y hospedaje. *Semestre económico*. 20 (43). 161-190. Recuperado de <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/2274/1924>
- Coriolano, L. (2017). El turismo comunitario en el noreste de brasileño. *Gestur*. 1 (27). 8-20. Recuperado de <http://redalyc.org/articulo.oa?id=223353239002>
- Dorta, A. (2016). El proceso de renovación de la oferta de alojamiento turístico en destinos consolidados: el caso de Puerto de la Cruz (1955-2009). *Cuadernos de Turismo*. 1 (38). 111 – 141. Recuperado de <http://redalyc.org/articulo.oa?id=39848506005>
- El Diario (2018). Se perdieron 12.939 plazas hoteleras. <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/483445-se-perdieron-12939-plazas-hoteleras/>
- Evaristi, Y., & Henríquez, C. (2006). “Evaluación y caracterización de los establecimientos turísticos rurales que prestan el servicio de alojamiento. Caso en estudio: red corral-chaihuín”(tesis de pregrado). Universidad Astral de Chile, Chile.

- Flores, E; Ochoa, F; Arroyo, F. (2017). Análisis de la Situación de la Industria Hotelera. FACPYA. 1 (1). 323- 324. Recuperado de http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vinculategica_3/36%20FLORES_OCHOA_ARROYO.pdf
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. Telos. 18 (3). 381-398. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>
- García, R; Carreño, A Doumet, N. (2016). Estrategias para el desarrollo turístico del cantón bolívar post terremoto del 16 de abril, Ecuador. Revista Eca Sinergia. 7(2). 26-39. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6197602>
- González, M; Jiménez, J; Sámper; M. (2015). Factores competitivos de éxito en la industria hotelera. En impulso al desarrollo económico a través del turismo. VIII jornada de investigación en turismo. 1 (2). 195-211. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/53072>
- González, M; Argelio, R; Gómez, O. (2016). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. Ingeniería Industrial, 37(3). 253-265. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360448031004>
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. Telos. 18 (3). 381-398. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>
- González, M; Jiménez, J; Sámper; M. (2015). Factores competitivos de éxito en la industria hotelera. En impulso al desarrollo económico a través del turismo. VIII jornada de investigación en turismo. 1 (2). 195-211. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/53072>
- González, M; Argelio, R; Gómez, O. (2016). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. Ingeniería Industrial, 37(3). 253-265. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360448031004>
- Guerrero, P; Ramos, J. (2014). Introducción al turismo. Recuperado de <https://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384130.pdf>
- Guzman, W. (2015). Tipos de servicio al cliente. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/273751523/Tipos-de-Servicio-Al-Cliente>
- Hernández, D. (2019). Modelos de servicio al cliente. Recuperado de https://www.academia.edu/29103572/MODELOS_DE_SERVICIO_AL_CLIENTE
- Hosteltur. Noticias del Turismo (2018). La planta hotelera mundial ha crecido un 18% en 10 años. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/127394_planta-hotelera-mundial-ha-crecido-18-diez-anos.html

- La calle, J. (2016). Reflexiones críticas sobre el turismo en Ecuador, Ecuador. Revista de Researchgate. 3(1). 8-9. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/301674091:https://www>.
- Loaiza, O; Zepeda, X; flores, V; Bueno, L. (s.f). Clasificación de los alojamientos. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/125902228/CLASIFICACION-DE-LOS-HOTELES>
- Loor, L, Alonso, A. & Pérez, M. (2018). La actividad turística en el ecuador: ¿turismo consciente o Turismo tradicional? Revista de ECA Sinergia 9(1). 97-108 Recuperado de: <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1195/121>
- López, R; Urquiola, O; Capa, L. (2018). Práctica de recursos humanos e innovación de las PyMES de alojamiento turístico en Machala, Ecuador: un estudio exploratorio. Pasos. 16 (3). 833-842. Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/16318/PS318_18.pdf
- López, S; (2017). Evaluación de calidad de la oferta de alojamiento de la ciudad de Río Tercero. Recuperado de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/14045>
- Lucas, E. (2019). Evaluación de la gestión operativa del servicio hotelero en el cantón manta de la provincia de Manabí. (Trabajo de titulación). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí. Recuperado de <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1115/1/TTT22.pdf>
- Ludeña, A. (2016). Administración de empresas turísticas y hoteleras. Loja. Ecuador. Ediloja.
- Marrero, M. (2016). Glosario de términos hoteleros y turísticos relacionados. Recuperado de <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>
- Martinez, C. (2016). Glosario básico de turismo OMT. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/324927836/Glosario-Basico-Del-Turismo-Omt>
- Meza, G; Zaldivar, M; Fernández, R. (2016). La expansión internacional de la industria hotelera de los países desarrollados como opción estratégica para los países subdesarrollados. Economía y desarrollo. 157 (2). 1-15. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842016000200002
- Meléndez, A. (2015). El despunte ¿o no? De la industria hotelera. Revista gestión. (250). 38 – 49. Recuperado de https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/250_002.pdf
- Ministerio de turismo. (2008). Reglamento General de Actividades Turísticas. Recuperado de <http://www.amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TURISTICAS.pdf>

- _____ (2016). Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- _____ (2016). Normativa Ministerio de Turismo. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/Matriz-con-enlaces-FINAL-1.pdf>
- _____ (2016). Boletín de Estadísticas Turísticas 2016. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-de-Estadisticas-Turisticas-2012-2016.pdf>
- _____ (2018). Ecuador ama la vida. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Monsalve, C; Hernández, S. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. Revista EAN. 47 (78). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-81602015000100011&script=sci_arttext&lng=en
- Muñoz de Escalona, F. (2015). Turismo desde la filosofía de la historia. Aposta. 1 (65), 14 – 37. Recuperado de <http://redalyc.org/articulo.oa?id=495950261002>
- Organización Mundial de Turismo (2018). Resultados del turismo internacional en 2017. Recuperado de <https://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>
- Real Academia Española. (2016). Diccionario de español jurídico RAE. Recuperado de <https://dej.rae.es/lema/alojamiento>
- Salazar, W; Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad del servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador. Industrial Data. 19 (2). 13-20. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81649428003>
- Santana, C; (2018). Medición de la calidad en el turismo y hospitalidad. Propuesta y experiencias. ECOTEC. Recuperado de <https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigacion/libros/medicion-calidad-turismo.pdf>
- Savi, T; Gonçalves, G. (2016). Atributos de la calidad de servicios en atractivos turísticos. Un estudio netnográfico en el uso del protocolo TOURQUAL. Estudios y Perspectivas en Turismo. 25 (2). 124-144. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180744490002.pdf>
- SECTUR. (2016). Sistema de clasificación hotelera Mexicano. México. Factor delta. Recuperado de <http://www.entornoturistico.com/wp->

content/uploads/2016/08/ClasificacionHotelera_FactorDelta_VersionCorta.pdf

- Secretaría Técnica de Planificación del Ecuador (2017). Plan de Reconstrucción y Reactivación Productiva post terremoto. Recuperado de [https://www.reconstruyoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2018/02/Plan-de-Reconstrucci%](https://www.reconstruyoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2018/02/Plan-de-Reconstrucci%df)
- Tamayo, J; Vega, U. (2017): El servicio al cliente como elemento fundamental en la industria hotelera. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo. 23. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/23/cliente-industria-hotelera.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes23cliente-industria-hotelera>
- Terreno, D; Sattler, S; Pérez, J. (2017). Las etapas del ciclo de vida de la empresa por los patrones del estado de flujo de efectivo y el riesgo de insolvencia empresarial. Revista Contabilidad y Negocios. 12 (23). 22-37. DOI: <https://doi.org/10.18800/contabilidad.201701.002>
- Trindade L, Galvao L, Freire A. (2015). Estrategias de gestión de personal en la hotelería del noroeste Brasileño. Revista de estudios y perspectivas de turismo, 24(15), 570-589. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5276646.pdf>
- Vandenbroucke, P. (2019). Plan de negocios para la creación de un hostel Low Cost ubicado en la zona especial la Mariscal- Quito. (Trabajo de titulación para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas). UDLA Escuela de Hospitalidad y Turismo. Quito.
- Veloz, C; Vasco, J. (2016). Calidad en el servicio de las empresas hoteleras de segunda categoría. Revista Ciencia UNEMI. 9 (18). 19-25. ISSN 2528-7737
- Zaragoza, E. (2015). Aplicación del modelo de calidad del servicio Servqual en el área de recursos humanos de la empresa National Car Rental en México. (Desarrollo de proyecto para obtener el grado de Maestro en Administración) ITESO. Mexico. Recuperdo de <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/3422/TOG%20National%20Car%20Rental.pdf?sequence=2>
- Zambrano, D. (2015). La demanda de servicio de alojamiento del cantón San Vicente y su importancia al desarrollo turístico. (Proyecto de investigación). Universidad Estatal del Sur de Manabí. Recuperado de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/641/1/UNESUM-ECU-ECOT-2015-32.pdf>
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. PERSPECTIVAS, (34), 181-209. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Izquierdo, R., Lazo, C y Andrade, M. (2018). La calidad hotelera mediante la escala Servqual en hoteles de la provincia de El Oro, Ecuador. Universidad

y Sociedad, 10(2), 323-327. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>

Barón, J. (2014). El servicio al cliente en los hoteles es la clave para el negocio, pero, ¿si se cumple?. (Trabajo de titulación). Universidad Militar Nueva Granada. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13379/EL%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE%20EN%20LOS%20HOTELES%20ES%20LA%20CLAVE%20PARA%20EL%20NEGOCIO.pdf?sequence=1>

González, J. (2019, 2 de Febrero). 10 cantones generan el 75% de divisas por hospedaje y comida en Ecuador. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-cantones-divisas-turismo-inversion.html>

Vargas, A. (2018, 3 de Abril). La planta hotelera mundial ha crecido en diez años. Hosteltur. Recuperado de https://www.hosteltur.com/127394_planta-hotelera-mundial-ha-crecido-18-diez-anos.html

Calle, A y Calle, J. (14 -28 de junio de 2019). El Turismo y el sector hotelero como aportes a la economía del cantón Manta. En Martínez, J (Presidencia), Administración y desarrollo del sector turístico. Ponencia llevada a cabo en el IV Congreso Virtual Internacional Desarrollo Económico, Social y Empresarial en Iberoamérica, Ecuador. Recuperado de <https://www.eumed.net/actas/19/desarrollo-empresarial/desarrollo-empresarial.zip>

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista dirigida al departamento de turismo



ENTREVISTA DIRIGIDA AL DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL GAD DEL CANTON SAN VICENTE.

Entrevista dirigida con el fin de obtener información que servirá para ejecución de la tesis de grado enfocada a Evaluar y clasificar los alojamientos turísticos post terremoto para la satisfacción al cliente en el cantón San Vicente, provincia de Manabí.

Nombre: Galo Trujillo
Cargo: Promotor turístico

1. ¿Existe un plan de desarrollo turístico en el GAD San Vicente, enfocado al mejoramiento de prestación de los servicios de alojamiento turístico?

Sí existe: Plan de mejora a los establecimientos turísticos del cantón, profesionalización mediante programas de capacitación continua y permanente en relación a mejorar la atención del usuario, programa de socialización de normas INEN para hoteleros, restaurantes y fines, estudio de la capacidad de carga de la playa de canoa y Briceño, sin embargo estos proyectos no están ejecutados en su totalidad.

2. ¿Qué acciones sean tomado desde la jurisdicción a su cargo para promocionar e incentivar a visitar el Cantón San Vicente?

Después del terremoto para promocionar y atraer el turismo se realizó actividades de festividades, culturales en canoa y en San Vicente,

3. ¿Existe un presupuesto adecuado para la ejecución del plan estratégico turístico?

Sí, y con estos presupuestos se han realizado los proyectos antes mencionados y también se realizaron las festividades para atraer el turismo.

4. ¿Cuáles son las principales problemáticas en la gestión de la planificación turística?

No existe una comunicación adecuada con los sectores hoteleros para una mejor planificación, ya que cada uno de los alojamientos toman sus propias decisiones, por ende es muy difícil de elaborar un planificación sostenible.

5. Según su punto de vista ¿en qué nivel se encuentra la planificación turística del cantón?

Hoy en la actualidad, la planificación turística, con los proyectos antes mencionados, si se está dando resultados, ya que los emprendedores se están uniendo poco a poco para un mejor servicio.

6. ¿Cuál fue el porcentaje de afectación de la planta turística en el cantón San Vicente?

Se puede decir un 60% de San Vicente y Canoa.

7. ¿Cómo y desde cuando se logró reactivar la afluencia de visitantes al destino San Vicente posterior al terremoto?

Aproximadamente en 2 años se reactivó casi en su totalidad la afluencia de turismo.

8. En la actualidad, la planta hotelera satisface la demanda necesaria para la pernoctación de los visitantes en los diferentes feriados

Sí, sin embargo, en las temporadas altas, como en el carnaval, fin de años, es decir en los feriados, la oferta de alojamientos decae, ya que todo esto se colapsa y como resultado de aquello el turista toma la decisión de hospedarse en Bahía de Caráquez.

9. ¿Qué gestión se han realizado o se están realizando a nivel local para potenciar la actividad turística posterior terremoto?

Capacitar a los sectores hoteleros para una mejor atención al cliente, y se está mejorando la imagen de la ciudad, como por ejemplo de San Vicente, mejoraron el malecón.

10. De su criterio personal ¿cree usted que en el cantón San Vicente han mejorado la calidad de los servicios e infraestructuras turísticas posterior al terremoto

Sí, en relación a la infraestructura los establecimientos de los alojamientos turístico han mejorado, ya que después del suceso ocurrido, los hoteles, hostales han mejorado su infraestructura, su atención al cliente, no en su totalidad, pero van mejorando poco a poco.

Anexo 2. Encuesta para conocer la demanda del cantón San Vicente.



ENCUESTA

Justificación: La presente encuesta se realiza como parte del proceso de recopilación de información para la tesis cuyo título es, "Evaluación y clasificación de los alojamientos turísticos post terremoto para la satisfacción del cliente en el Cantón San Vicente", por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

1. **¿Cuál es su origen?**
Local (San Vicente) ____ Región (Manabí)____ Nacional (otras provincias) ____
Internacional ____
2. **¿Dentro de que rango en edad se encuentra Usted?**
18-21 años: ____ 22-33 años: ____ 31-40 años: ____ 51-60 años: ____ Mayor a 61: ____
3. **¿Se ha hospedado en un establecimiento de alojamiento turístico de San Vicente?**
Si: ____ No: ____
4. **¿Qué tipo de establecimiento ha hospedado?**
Hotel: ____ Hostal: ____ Hostería ____ otros: ____
5. **¿Cuál es el motivo de visita a este cantón?**
Actividades de Sol y playa..... actividades de Ocio y diversión.....
Negocios..... Prácticas de deportes extremos..... otros: ...
6. **¿En compañía de quien visita el destino San Vicente?**
Familia.... Pareja Amigos Solo.....
7. **¿Cuál es el promedio en dólares a gastar en la visita?**
0 a 49 dólares.....
50 a 79 dólares.....
80 a 99 dólares.....
100 a 199 dólares.....
Mas 200 dólares
8. **¿Cómo considera usted la infraestructura de alojamiento turístico del cantón San Vicente?**
Excelente Bueno Regular Malo
9. **¿Considera usted, que los precios pagados por una habitación son adecuados de acuerdo al servicio que recibió?**
Caro Justo Barato
10. **Al momento de reservar una habitación en un establecimiento de alojamiento ¿Qué servicios considera Ud. que son indispensable? Marque con x**
Piscina..... TV..... Internet..... Servicio a la habitación
Hidromasaje..... Sauna Baño turco.....bar limpieza de la habitación
Spa..... Área deportiva..... Salón de eventosOtros.....
11. **¿Cree usted que la imagen turística que proyecta el cantón San Vicente es?**
Excelente Bueno Regular Mala
12. **¿Volvería a visitar el destino San Vicente?**
13. Si.... NO..... En caso de su respuesta sea **NO**. Indique ¿Por qué?.....

Anexo 3. Ficha de caracterización

GENERALIDADES					
Nombre del establecimiento					
Nombre del propietario / encargado					
Profesión del propietario					
Tipología					
Categoría					
Dirección					
Teléfono					
E-mail					
Redes sociales donde cuenta con presencia					
Sitio Web					
Estructura constructiva del alojamiento					
Número de pisos					
Número de habitaciones					
Años de funcionamiento/ Fecha de inauguración					
Número de empleados					
Certificaciones o distinciones otorgados					
Situación de su hotel:					
Franquiciado por una marca <input type="checkbox"/> Propiedad de una cadena <input type="checkbox"/> Asociado a una cadena <input type="checkbox"/> Hotel independiente <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>					
DISTRIBUCIÓN FÍSICA					
Departamentos <input type="checkbox"/> Cabañas <input type="checkbox"/> Villas <input type="checkbox"/> Bungalows <input type="checkbox"/>					
Otros:					
INSTALACIONES					
Nombre de las instalaciones	Sí / No	Cant.	Nombre de las instalaciones	Sí / No	Cant.
Habitación Simple			Internet en todas las habitaciones y áreas de uso común		
Habitación Doble			Aire acondicionado		
Habitación Triple / familiares			Teléfono en la habitación		
Habitación Matrimonial			Juegos infantiles		
Habitaciones para discapacitados			Áreas deportivas		
Suite			Área de vestíbulos		
Suite Junior			Lavandería		
Suite presidencial			Discoteca o centros recreativos		
Suite nupcial			Parqueadero / estacionamiento		
Restaurante dentro de las instalaciones			Local comercial a fin a la actividad (Tienda, AAVV, boutique)		
Bar dentro del establecimiento			Ascensores para uso de los huéspedes		
Bar en zona diferenciada del área de restaurante			Área de uso exclusivo para uso del personal.		
Salones para eventos			Entrada principal de clientes al área de recepción y otra de servicios		
Centro de negocios con servicios de internet			Ascensor solo para el servicio		
Gimnasio			Caja de seguridad en las habitaciones		
SPA			Cambiador de pañales en los cuartos de baño		
Piscina			Amenities de limpieza y cuidado personal		
Hidromasaje			Exposición de colección de arte permanente o temporal		
Baño turco			Generador de emergencia (sistema de iluminación, salidas, pasillos y áreas comunes)		

Sauna			Acondicionamiento térmico en áreas de uso común (enfriamiento y calefacción artificial)				
Baño privado			Habitaciones insonorizadas				
Agua caliente			Frigobar				
TV por cable.			Facilidades necesarias para personas con discapacidad				
TV por internet			Acondicionamiento térmico en cada habitación				
TV por aire			Sistema de tratamiento de aguas residuales				
Otros			Otros:				
SERVICIOS							
Nombre de los servicios	Sí	No	Nombre de los servicios	Sí	No		
Servicios de belleza			Servicio de lavandería propio/ contratado				
Servicios médicos			Servicio de planchado				
Servicio de habitación			Servicio de alimentos y bebidas a la habitación				
Servicios audiovisuales			Servicio de Botones				
Servicio de preparación de dietas especiales y restricciones alimenticias			Valet parking				
Servicios médicos para emergencias (propio o contratado)			Transfer in / out				
Servicio telefónico			Taxi				
Servicio de despertados desde la recepción hacia la habitación			Formas de pago (tarjetas de crédito, débito o voucher)				
Personal profesional certificados en áreas operativas y administrativas			Sillas de ruedas disponibles para el huésped				
Garantía de servicios			Servicios adicionales (silla de bebe, cuna, cama extra)				
Personal que hable al menos un idioma extranjero en áreas de contacto con el cliente			Personal bilingüe que brinde servicio las 24H.				
Servicios tercerizados o contratados por el hotel			Otros				
TARIFAS			MERCADO				
Tipo de habitación	T. Alta	T. Baja		T. Alta (%)		T. Baja (%)	
Habitación Simple			Nacional:				
			Registro detallado	Sí	No	Sí	No
Habitación Doble							
Habitación Triple / familiar			Internacional:				
Habitación Matrimonial							
Habitaciones para discapacitados							
Suite							
Suite Junior							
Suite presidencial							
Suite nupcial							
Salones							
Discotecas.							
Promociones de productos							
Otros: Masajes							
ORGANIZACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO Y CANTIDAD DE RRHH							
Departamentos y puestos laborales	Sí/No	# RRHH	Departamentos y puestos laborales	Sí/No	# RRHH		
Gerencia			Camareras				
Dpto. de finanzas			Botones				
Dpto. comercial / ventas			Valet parking				
Dpto. de relaciones públicas			Dpto. de lavandería				
Dpto. de recursos humanos			Dpto. de alimentos y bebidas				
Dpto. de habitaciones			Chef				

Dpto. conserjería			Cocinero		
Recepción			Meseros		
Gobernanza			Ayudantes		
Observaciones: Los botones y camareros están incluidos en el departamento de gobernanza.					
CLASIFICACIÓN ORGANIZATIVA DE LOS PUESTOS DE TRABAJO					
Cantidad total de RRHH: Directivos Administrativos _____ Técnicos _____ Operarios					

Anexo 4. Ficha de evaluación para Hoteles

HOTEL (H):			
Requerimientos por categoría - H			
Requisitos		Hotel 3 estrellas	Hotel 2 estrellas
N°	REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA		
	Instalaciones generales		
1	Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento. (Para ambas categorías)		
2	Generador de emergencia	Para servicios comunales básicos: ascensores, salidas de emergencia, pasillos, áreas comunes. (H 3 estrellas)	
		Sistema de iluminación de emergencia. (H 2 estrellas)	
3	Agua caliente en lavabos de cuartos de baño y aseo en áreas comunes.	Centralizada (H 3 estrella)	
4	Contar con (por lo menos) los siguientes servicios/ubicación: 1) Piscina. 2) Hidromasaje. 3) Baño turco 4) Sauna. 5) Gimnasio. 6) SPA. 7) Servicio de peluquería. 8) Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc.; se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales. 9) Áreas deportivas. 10) Exposición de colección de arte permanente o temporal. 11) Salones para eventos. 12) Establecimiento ubicado en un edificio patrimonial que cuente con la respectiva declaratoria por parte de la Autoridad Competente. 13) Tienda virtual para venta de productos ecuatorianos por catálogo. (Para el H. 3 estrellas se debe cumplir con 2 de los servicios mencionados en la lista y para H. 2 estrellas no es exigente)		
5	Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural. (para ambas categorías)		
6	Contar con áreas de uso exclusivo para el personal:	Cuartos de baño y aseo. (Para ambas)	
		Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros). (H. 3 estrellas)	
		Área de comedor. (H. 3 estrellas)	
ACCESOS			
7	Una entrada principal de clientes al área de recepción y otra de servicio. (H. 3 estrellas)		
ASCENSORES			
8	Ascensor(es) para uso de huéspedes. No aplica a establecimientos existentes, ni edificios patrimoniales.	Si el establecimiento posee tres o más pisos, incluyendo planta baja. (H. 3 estrellas)	
ÁREAS DE CLIENTES GENERAL			
9	Área de vestíbulo	Incluye recepción (con mobiliario), conserjería y salas. (H. 3 estrellas)	
		Y recepción (con mobiliario). (H.2 estrellas)	
10	Instalaciones del establecimiento.	Cafetería (H. 3 estrellas)	
		Con carta en español e inglés. (H. 3 estrellas)	
11	Servicio de bar dentro del establecimiento (H. 3 estrellas)		
Áreas de clientes - Habitaciones			

12	Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento. (H. 3 estrellas es el 2% y para el H 2 estrellas 0%)			
13	Habitaciones con cuarto de baño y aseo privado (para ambas categorías)			
14	Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural. (para ambas categorías)			
15	Habitaciones insonorizadas, para los nuevos establecimientos. (H. 3 estrellas)			
16	Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción. (para ambas categorías)			
17	Cerradura para puerta de acceso a la habitación. (para ambas categorías)			
18	Almohada extra a petición del huésped. (H. 3 estrellas)			
19	Portamaletas. (H. 3 estrellas)			
20	Clóset y/o armario. (para ambas categorías)			
21	Silla, sillón o sofá. (para ambas categorías)			
22	Funda de lavandería. (H. 3 estrellas)			
23	Luz de velador o cabecera por plaza. (para ambas categorías)			
24	Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana. (para ambas categorías)			
25	Televisión ubicada en mueble o soporte	Con acceso a canales nacionales. (para ambas categorías)		
26	Teléfono en habitación. (H. 3 estrellas)			
27	Sistema de comunicación. (H. 2 estrellas)			
28	Servicio telefónico	Discado directo (interno, nacional e internacional) en cada habitación. (H. 3 estrellas)		
		Servicio nacional e internacional desde la recepción. (H. 2 estrellas)		
Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado				
29	Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado	Agua caliente. (para ambas categorías)		
		Centralizada. (H. 3 estrellas)		
		Las 24 horas. (H. 3 estrellas)		
30	Iluminación independiente sobre el lavamanos. (H. 3 estrellas)			
31	Espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos. (H. 3 estrellas)			
	Espejo sobre el lavamanos. (H. 2 estrellas)			
32	Secador de cabello. X** (H. 3 estrellas)			
33	Juego de toallas por huésped	Cuerpo (para ambas categorías)		
		Mano (para ambas categorías)		
34	Toalla de piso para salida de tina y/o ducha. (para ambas categorías)			
35	Amenities de limpieza	Champú (para ambas categorías)		
		Jabón (para ambas categorías)		
		Papel higiénico de repuesto (para ambas categorías)		
36	SERVICIOS			
37	Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación.			
38	Servicio de lavandería propio o contratado.			
39	Servicio de planchado	Plancha a disposición del huésped. (H. 2 estrellas)		
		Servicio propio o contratado y/o plancha a disposición del huésped. (H. 3 estrellas)		
40	Servicio de alimentos y bebidas a la habitación	12 horas. (H. 3 estrellas)		
41	Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento. (para ambas categorías)			
42	Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped. (para ambas categorías)			

43	Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con:	Al menos pozo séptico. (para ambas categorías)		
44	Cuenta con formas de pago que incluya tarjeta de crédito y/o débito, voucher (H. 3 estrellas)			
45	Servicio adicional a petición del huésped. Cama extra (H. 3 estrellas)			

NOTA GENERAL: Lo dispuesto en esta normativa de requisitos mínimos de los establecimientos de alojamiento se entenderá de aplicación, sin perjuicio de requisitos adicionales que el establecimiento desee implementar o que, en su caso, pudieren exigirse en otras normas especiales.

NOTA: En el caso de considerar porcentajes, cuando éste resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, se deberá contar con al menos uno del requisito solicitado.

Anexo 5. Ficha de evaluación para Hostales.

HOSTA (HS)						
REQUISITOS			Hostal 3 estrellas	Hostal 3 estrellas	Hostal 3 estrellas	
REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA						
Instalaciones generales						
1	Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento. (Aplica para toda la categoría)					
2	Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural. (Hs 3 estrellas)					
3	Contar con áreas de uso exclusivo para el personal:	Cuartos de baño y aseo. (Hs 3 estrellas)				
		Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros). (Aplica para toda la categoría)				
		Área de comedor. (Hs 3 estrellas)				
ACCESOS						
4	Una entrada principal de clientes y otra de servicio. (Hs 3 estrella. X*)					
ÁREAS DE CLIENTES - GENERAL						
5	Área de recepción con mobiliario. (Aplica para toda la categoría)					
ÁREAS DE CLIENTES - HABITACIONES						
6	Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento. (Aplica para toda la categoría)					
7	Habitaciones	Privadas con cuarto de baño y aseo privado. (Hs 3 estrellas)				
		Privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido. (Hs 2 estrellas)				
		Privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido, y/o habitaciones compartidas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido. (Hs 1 estrella)				
8	Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural. (Hs 3 estrellas)					
9	Servicio telefónico	Servicio nacional e internacional en la recepción. (Hs 3 estrellas)				
		Servicio nacional en la recepción. (Hs 2 estrellas)				
		Sistema de comunicación. (Hs 1 estrella)				
10	Caja fuerte en la habitación. (Hs 3 estrellas)					
	Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción. (Hs 2 y 1 estrellas)					
11	Cerradura para puerta de acceso a la habitación. (Hs 3 y 2 estrellas)					
12	Almohada extra a petición del huésped. (Hs 3 y 2 estrellas)					
13	Portamaletas. (Hs 3 estrellas)					
14	Clóset o armario. (Hs 2 y 1 estrellas)					
	Clóset, armario o colgador de ropa. (Hs 3 estrellas)					
15	Escritorio o mesa. (Hs 3 estrellas)					
16	Silla, sillón o sofá. (Hs 3 estrellas)					
17	Luz de velador o cabecera en habitación. (Hs 3 (X**) y 2 estrellas)					
18	Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana. (Aplica para toda la categoría)					
Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado						
19	Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado y/o compartido	Agua caliente. (Aplica para toda la categoría)				
		Las 24 horas. (Hs 3 estrellas)				
		Centralizada. (Hs 3 estrellas)				
20	Juego de toallas por huésped	Cuerpo. (Hs 3 y 2 estrellas)				
		Manos. (Hs 3 estrellas)				
21	Espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos. (Hs 3 estrellas)					
	Espejo sobre el lavamanos. (Hs 2 y 1 estrellas)					

22	Secador de cabello a solicitud del huésped. (Hs 3 estrellas)				
23	Amenities de limpieza	Champú. (Hs 3 estrellas)			
		Jabón. (Hs 3 estrellas)			
		Papel higiénico de repuesto. (Hs 3 estrellas)			
SERVICIOS					
24	Contar con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y/o débito o vouchers. (Aplica para toda la categoría)				
25	Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento. HS (3 estrellas) : 10%; HS (2 estrellas): 1 persona Y HS (1 estrella); 1 persona.				
26	Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped. HS (3 estrellas) : 10%; HS (2 estrellas): 1 persona Y HS (1 estrella); 0% persona.				
27	Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con al menos pozo séptico. (Aplica para toda la categoría)				

X* Para establecimientos existentes aplica una entrada común de clientes y servicios.

X** Por plaza

NOTA GENERAL: Lo dispuesto en esta normativa de requisitos mínimos de los establecimientos de alojamiento se entenderá de aplicación, sin perjuicio de requisitos adicionales que el establecimiento desee implementar o que, en su caso, pudieren exigirse en otras normas especiales.

NOTA: En el caso de considerar porcentajes, cuando éste resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, se deberá contar con al menos uno del requisito solicitado

Anexo 6. Ficha de evaluación para Hosterías

Requerimientos por categoría Hostería- HT				
REQUISITOS		HOSTERÍA 5 ESTRELLAS	HOSTERÍA 4 ESTRELLAS	HOSTERÍA 3 ESTRELLAS
REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA				
INSTALACIONES GENERALES				
1	Generador de emergencia	Para suministro general de energía eléctrica para todo el establecimiento. (para las categorías de 5 y 4)		
		Para suministro de energía eléctrica en servicios básicos: salidas de emergencia, pasillos y áreas comunes. (categoría 3)		
2	Sistema de protección contra insectos. (para las categorías de 5, 4 y 3)			
3	Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural (para las categorías de 5, 4 y 3)			
4	Contar con (por lo menos) los siguientes servicios/actividades/ubicación: <ol style="list-style-type: none"> 1) Piscina 2) Hidromasaje 3) Baño turco 4) Sauna 5) SPA 6) Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc., se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales 7) Salones y/o áreas para eventos 8) Vinculación a una actividad agropecuaria 9) Realizar caminatas 10) Realizar cabalgatas 11) Realizar rodeos 12) Vinculación de la comunidad local en las actividades turísticas realizadas por el establecimiento 13) Equipo de uso diario para actividades del establecimiento (al menos botas de caucho y poncho de aguas) 14) Juegos de salón (mesas de billa y/o billar, mesas de ping pong). 15) Áreas deportivas. 16) Establecimiento ubicado en un edificio patrimonial que cuente con la respectiva declaratoria por parte de la Autoridad Competente. (para las categorías de 5 se debe cumplir con al menos 9 requisitos de la lista , para la categoría 4 con al menos 7 características y para la categoría 3 con al menos 4) 			
5	Contar con áreas de uso exclusivo del personal	Cuarto de baño y aseo (para las categorías de 5, 4 y 3)		
		Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros) (para las categorías de 5, 4 y 3)		
		Área de comedor. (para las categorías de 5, 4 y 3)		
ACCESOS				
6	Una entrada principal al área de recepción para clientes, y otra entrada de servicio. (para las categorías de 5 y 4)			
ÁREAS DE CLIENTES – GENERAL				
7	Área de vestíbulo y recepción (con mobiliario). (para las categorías de 5, 4 y 3)			
8	Restaurante dentro de las instalaciones del establecimiento	Que incluya servicio de cafetería. (para las categorías de 5, 4 y 3)		
		Carta en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés. (para las categorías de 5 y 4)		
9	Servicio de preparación de dietas especiales y restricciones alimenticias bajo pedido del huésped. (para las categorías de 5, 4 y 3)			
10	Área de bar dentro del establecimiento. (para las categorías de 5 y 4)			
ÁREAS DE CLIENTES - HABITACIONES				

11	Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento. (Contar al menos con el 2% de habitaciones para todas las categorías)				
12	Habitaciones	Privadas con cuarto de baño y aseo privado. (para las categorías de 5 y 4)			
		Privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido. (para la categoría 3)			
13	Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural. (para las categorías de 5, 4 y 3)				
14	Internet en todas las habitaciones. (para la categoría 4 y 5)				
15	Caja de seguridad en habitación. (para las categorías de 5 y 4)				
16	Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción. (para la categoría 3)				
17	Sistema de cierre para puerta de acceso a la habitación. (para las categorías de 5, 4 y 3)				
18	Almohada extra a petición del huésped. (para las categorías de 5, 4 y 3)				
19	Portamaletas. (para las categorías de 5, 4 y 3)				
20	Clóset y/o armario. (para las categorías de 5, 4 y 3)				
21	Escritorio y/o mesa. (para las categorías de 5 y 4)				
22	Silla, sillón o sofá. (para las categorías de 5, 4 y 3)				
23	Funda de lavandería. (para las categorías de 5, 4 y 3)				
24	Luz de velador. (para las categorías de 5 x*, 4 y 3)				
25	Cortina completa y visillo o blackout y visillo. El blackout o la cortina completa pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana. (para las categorías de 5, 4)				
26	Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana. (para la categoría 3)				
27	Servicio telefónico o sistema de comunicación que permita la comunicación desde la recepción hacia la habitación y viceversa. (para las categorías de 5, 4 y 3)				
28	ÁREAS DE CLIENTES - CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO				
28	Agua caliente disponible en ducha y/o tina en cuarto de baño y aseo privado. (para las categorías de 5, 4 y 3)				
30	Iluminación independiente sobre el lavamanos. (para las categorías de 5, 4)				
31	Juego de toallas por huésped	Cuerpo. (para las categorías 5, 4 y 3)			
		Manos. (para las categorías 5, 4 y 3)			
		Cara. (para la categoría 5)			
32	Toalla de piso para salida de tina y/o ducha. (para las categorías 5, 4 y 3)				
33	Amenities de limpieza	Champú. (para las categorías 5, 4 y 3)			
		Jabón- (para las categorías 5, 4 y 3)			
		Papel higiénico de repuesto. (para las categorías 5, 4 y 3)			
		Acondicionador. (para las categorías 5 y 4)			
		Gorro de baño. (para la categoría 5)			
	SERVICIOS				
34	Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación. (para las categorías 5, 4 y 3)				
35	Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento. (para la categoría 5 contar con el 30%, para la categoría 4 con el 20% y 3 con el 10%)				
36	Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped. (para la categoría 5 contar con el 25%, para la categoría 4 con el 15% y 3 con el 10%)				
37	Personal bilingüe que brinde el servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas. (para las categorías 5 y 4)				
38	Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con	Sistema de tratamiento de aguas residuales. (para las categorías 5 y 4)			
		Al menos pozo séptico (para la categoría 3)			

39	Los nuevos establecimientos, ubicados dentro del territorio nacional deberán contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales. (para la categoría 5)				
40	Servicio de alimentos y bebidas a la habitación con servicio en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés. (para la categoría 5)				
41	Servicio de alimentos y bebidas a la habitación. (para la categoría 4)				
42	Plan de seguridad y atención de emergencias. (para las categorías 5, 4 y 3)				
43	Servicio de primeros auxilios. (para las categorías 5, 4 y 3)				
44	Señalética de los servicios y áreas de uso común del establecimiento. (para las categorías 5, 4 y 3)				
45	Cuenta con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y/o débito o vouchers. (para las categorías 5, 4)				
46	Servicio de lavandería propio o contratado. (para las categorías 5, 4)				
47	Servicio de planchado	Propio o contratado. (para las categorías 5, 4)			
		Plancha a disposición del huésped. (para la categoría 3)			
48	Circuito cerrado de cámaras de seguridad con capacidad de almacenamiento de al menos 30 días. (para las categorías 5, 4)				
48	Silla de ruedas disponible para uso del huésped. (para las categorías 5, 4)				
50	Servicio adicional a petición del huésped.	Cama extra. (para las categorías 5, 4)			
		Cuna. (para las categorías 5, 4)			
		Silla de bebé. (para las categorías 5, 4)			
51	Servicio telefónico y/o equipos que permitan la comunicación hacia el exterior del establecimiento. (para las categorías 5, 4 y 3)				

La letra X significa cumplimiento obligatorio por categoría para cada uno de los establecimientos.

X* Por cabecera

NOTA GENERAL: Lo dispuesto en esta normativa de requisitos mínimos de los establecimientos de alojamiento se entenderá de aplicación, sin perjuicio de requisitos adicionales que el establecimiento desee implementar o que, en su caso, pudieren exigirse en otras normas especiales.

NOTA: En el caso de considerar porcentajes, cuando éste resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, se deberá contar con al menos uno del requisito solicitado.

Anexo 7. Dimensiones del servicio según modelo Servqual

DIMENSIÓN	DETALLE
RECURSOS TANGIBLES	Representan las características físicas y apariencia del proveedor, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio
CONFIABILIDAD	Representa la habilidad para desempeñar el servicio prometido de manera precisa, fiable y constante
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Se refiere a la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido
SEGURIDAD	Son los conocimientos y atención mostrados por los empleados respecto al servicio que están brindando, además de la habilidad para inspirar confianza y credibilidad. Representa al cliente el hecho de estar protegido en sus actividades y/o en las transacciones que realiza mediante el servicio
EMPATÍA	Representa la capacidad de sentir y comprender las emociones de otros, mediante un proceso de identificación y atención individualizada al cliente

Fuente: Elaboración propia a partir de Izquierdo, Lazo, Andrade (2018)

Anexo 8. Ítems según dimensiones del servicio según modelo Servqual

DIMENSIONES	ÍTEMS
ELEMENTOS TANGIBLES	1. Infraestructura adecuada y atractiva.
	2. La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirse cómodo durante su estancia (agua caliente, limpieza, camas cómodas, internet, etc.)
	3. El personal de servicio se presenta con una apariencia limpia y agradable.
FIABILIDAD	4. El personal es competente y profesional.
	5. Oportuna ayuda a los clientes en resolver los problemas.
	6. Cumplen con los servicios a tiempo.
CAPACIDAD DE RESPUESTA	7. Soluciones inmediatas ante las inconveniencias.
	8. Interacción en el idioma inglés con el cliente.
	9. Predisposición de atención al cliente en situaciones emergentes.
SEGURIDAD	10. Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad.
EMPATÍA	11. Atención personalizada.
	12. Trato amable y cordial.

Fuente: Elaboración propia

Anexo 9. Encuesta de satisfacción a partir del modelo Servqual

ENCUESTA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Objetivo: Evaluar la satisfacción del cliente para el mejoramiento de la calidad de servicios prestados.

Instrucción 1: Cuadro Expectativa

Marque la opción elegida con una X. Siendo 1 poco importante / 2 importante / 3 muy importante de acuerdo a la calidad de servicio que Usted esperó recibir.

Instrucción 2: Cuadro Realidad

En el cuadro de realidad considere lo siguiente y marque con X: 1 siendo malo / 2 bueno y 3 excelente de acuerdo a la calidad de servicio que Usted recibió.

No	ELEMENTOS TANGIBLES	ESPECTATIVA			REALIDAD		
		1	2	3	1	2	3
1	Infraestructura adecuada y atractiva.						
2	La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirse cómodo durante su estancia (agua caliente, limpieza, camas cómodas, internet, etc.)						
3	El personal de servicio se presenta con una apariencia limpia y agradable.						
FIABILIDAD							
4	El personal es competente y profesional.						
5	Oportuna ayuda a los clientes en resolver los problemas.						
6	Cumplen con los servicios a tiempo.						
CAPACIDAD DE RESPUESTA							
7	Soluciones inmediatas ante las inconveniencias.						
8	Interacción en el idioma inglés con el cliente.						
9	Predisposición de atención al cliente en situaciones emergentes.						
SEGURIDAD							
10	Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad.						
EMPATÍA							
11	Atención personalizada.						
12	Trato amable y cordial.						

Fuente: Elaboración propia

Anexo 10. Resultados del cuadrante expectativas de los cuestionarios por dimensiones

DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES					
ITEMS - ET	Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Media
Infraestructura adecuada y atractiva	Poco importante	-	-	-	2.58
	Importante	81	41.3	41.3	
	Muy importante	115	58.7	100.0	
La habitación cuenta con todos los servicios necesarios	Poco importante	20	10.2	10.2	2.54
	Importante	51	26.0	36.2	
	Muy importante	125	63.8	100.0	
Personal de servicio de apariencia limpia y agradable	Poco importante	21	10.7	10.7	2.48
	Importante	60	30.6	41.3	
	Muy importante	115	58.7	100.0	
TOTAL MEDIA					2.50
DIMENSIÓN FIABILIDAD					
ITEMS - ET	Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Media
Personal competente y profesional	Poco importante	-	-	-	2.77
	Importante	46	23.5	23.5	
	Muy importante	150	76.5	100.0	
Oportuna ayuda en la resolución de problemas	Poco importante	2	1.0	1.0	2.73
	Importante	29	25.0	26.0	
	Muy importante	145	74.0	100.0	
Cumplen con los servicios a tiempo	Poco importante	-	-	-	2.85
	Importante	30	15.3	15.3	
	Muy importante	166	84.7	100.0	
TOTAL MEDIA					2.78
DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA					
ITEMS - ET	Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Media
Soluciones inmediatas ante inconveniencias	Poco importante	14	7.1	7.1	2.59
	Importante	52	26.5	33.7	
	Muy importante	130	66.5	100.0	
Interacción en el idioma inglés con el cliente	Poco importante	31	15.8	15.8	2.39
	Importante	58	29.6	45.4	
	Muy importante	107	54.6	100.0	
Predisposición de atención al cliente	Poco importante	2	1.0	1.0	2.89
	Importante	18	9.2	10.2	
	Muy importante	176	89.8	100.0	
TOTAL MEDIA					2.62
DIMENSIÓN SEGURIDAD					
ITEMS - ET	Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Media
	Poco importante	-	-	-	2.74

Instalaciones cumplen con las normas de seguridad	Importante	50	25.5	25.5	
	Muy importante	146	74.5	100.0	
				TOTAL MEDIA	2.74

DIMENSIÓN EMPATÍA

ÍTEMS - ET	Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Media
Atención personalizada	Poco importante	5	2.6	2.6	2.81
	Importante	27	13.8	16.3	
	Muy importante	164	83.7	83.7	
Trato amable y cordial	Poco importante	-	-	-	2.99
	Importante	1	.5	.5	
	Muy importante	195	99.5	100.0	
				TOTAL MEDIA	2.90

Anexo 11. Resultados del cuadrante realidad de los cuestionarios por dimensiones

DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES					
ITEMS - ET	Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Media
Infraestructura adecuada y atractiva	Malo	65	32.8	33.2	1.83
	Bueno	100	50.5	84.2	
	Excelente	19	9.6	100.0	
La habitación cuenta con todos los servicios necesarios	Malo	130	65.7	9.7	2.14
	Bueno	47	23.7	76.0	
	Excelente	25	10.5	100.0	
Personal de servicio de apariencia limpia y agradable	Malo	50	25.3	25.5	2.33
	Bueno	120	60.6	86.7	
	Excelente	26	13.1	100.0	
TOTAL MEDIA					2.10
DIMENSIÓN FIABILIDAD					
ITEMS - ET	Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Media
Personal competente y profesional	Malo	91	46.0	46.4	1.64
	Bueno	85	42.9	89.8	
	Excelente	20	10.1	100.0	
Oportuna ayuda en la resolución de problemas	Malo	92	46.5	46.9	1.60
	Bueno	90	45.5	92.9	
	Excelente	14	7.1	100.0	
Cumplen con los servicios a tiempo	Malo	21	10.6	10.7	2.85
	Bueno	90	45.5	56.6	
	Excelente	85	42.9	100.0	
TOTAL MEDIA					2.03
DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA					
ITEMS - ET	Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Media
Soluciones inmediatas ante inconveniencias	Malo	62	31.3	31.6	1.92
	Bueno	87	43.9	76.0	
	Excelente	47	23.7	100.0	
Interacción en el idioma inglés con el cliente	Malo	103	52.0	52.6	1.55
	Bueno	78	39.4	92.3	
	Excelente	15	7.6	100.0	
Predisposición de atención al cliente	Malo	21	10.6	10.7	2.33
	Bueno	90	45.5	56.6	
	Excelente	85	42.9	100.0	
TOTAL MEDIA					1.93
DIMENSIÓN SEGURIDAD					
ITEMS - ET	Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Media
	Malo	51	25.8	26.0	1.98

Instalaciones cumplen con las normas de seguridad	Bueno	97	49.0	75.5	
	Excelente	48	24.2	100.0	
				TOTAL MEDIA	1.98

DIMENSIÓN EMPATÍA

ÍTEMS - ET	Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Media
Atención personalizada	Malo	63	31.8	32.1	1.93
	Bueno	83	41.9	74.5	
	Excelente	50	25.3	83.7	
Trato amable y cordial	Malo	76	38.4	38.8	1.85
	Bueno	73	36.9	76.0	
	Excelente	47	23.7	100.0	
				TOTAL MEDIA	1.26