



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

**DIRECCIÓN DE CARRERA:
INGENIERÍA EN TURISMO**

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

**MODALIDAD:
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:
EVALUACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS
TURÍSTICOS POS TERREMOTO EN LA SATISFACCIÓN DEL
CLIENTE: CASO PORTOVIEJO**

**AUTORAS:
MARÍA LISSETTE SOLÓRZANO MERINO
GEMA LISBETH ZAMORA LOOR**

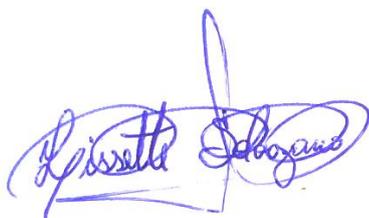
**TUTOR:
ING. GILBERTO BLANCO GONZÁLEZ, MBA,**

CALCETA, FEBRERO 2021

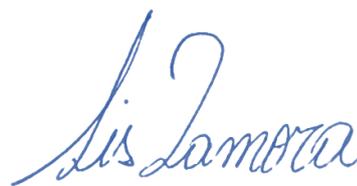
DERECHOS DE AUTORÍA

MARÍA LISSETTE SOLÓRZANO MERINO y GEMA LISBETH ZAMORA LOOR, declaramos bajo juramento que el trabajo de Titulación titulado: EVALUACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS POS TERREMOTO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: CASO PORTOVIEJO 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 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.



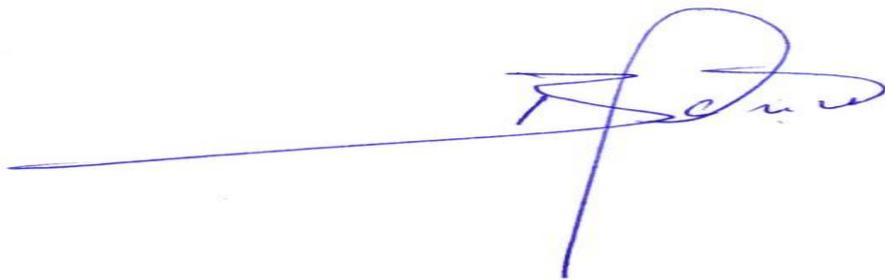
**MARÍA LISSETTE SOLÓRZANO
MERINO**



GEMA LISBETH ZAMORA LOOR

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

ING. GILBERTO BLANCO GONZÁLEZ, MBA, certifica haber tutelado el proyecto **EVALUACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS POS TERREMOTO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: CASO PORTOVIEJO**, que ha sido desarrollada por **MARÍA LISSETTE SOLÓRZANO MERINO** y **GEMA LISBETH ZAMORA LOOR**, previo a la obtención del título de **INGENIERA EN TURISMO**, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN ESPECIAL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gilberto Blanco González', is written over a horizontal line.

ING. GILBERTO BLANCO GONZÁLEZ, MBA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de titulación **EVALUACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS POS TERREMOTO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: CASO PORTOVIEJO**, que ha sido propuesto, desarrollado por **MARÍA LISSETTE SOLÓRZANO MERINO** y **GEMA LISBETH ZAMORA LOOR**, previa la obtención del título de **INGENIERAS 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, Mgs.
MIEMBRO



ING. Rafael Vera Vera, Mgs.
MIEMBRO



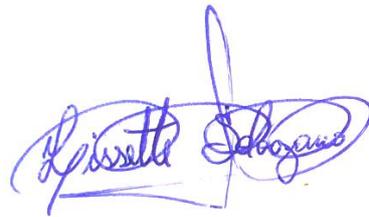
ING. Rodney Alfonso Alfonso, M.Sc
PRESIDENTE

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 permitirnos el don de la vida y otorgarnos la cualidad de la perseverancia, y sobretodo

A nuestras madres, ya que ellas han sido el motor fundamental que nos impulsa a seguir adelante y a ser contantes en los proyectos que nos enfocamos



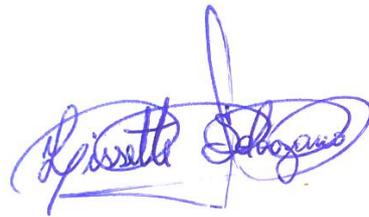
MARÍA LISSETTE SOLÓRZANO MERINO



GEMA LISBETH ZAMORA LOOR

DEDICATORIA

Después de mucho tiempo, dedicación y esfuerzo, logramos concluir una meta más para así poder alcanzar nuestro objetivo ser ingenieras en turismo; es por este motivo que esta tesis está dedicada a Dios y con orgullo a nuestras madres ya que nos han brindado el apoyo incondicional en todo momento.



MARÍA LISSETTE SOLÓRZANO MERINO



GEMA LISBETH ZAMORA LOOR

CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN DE TUTOR	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
CONTENIDO GENERAL	vii
CONTENIDO DE FIGURAS.....	ix
CONTENIDO DE TABLAS.....	x
CONTENIDO DE ANEXO	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	5
1.2.1. TEÓRICA.....	5
1.2.2. METODOLÓGICA.....	5
1.2.3. PRÁCTICA.....	6
1.3. OBJETIVOS.....	6
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	6
1.3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
1.4. IDEA A DEFENDER.....	7
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. LA IMPORTANCIA DEL ALOJAMIENTO.....	8

2.2. VENTAJA COMPETITIVA Y LA CREACIÓN DE VALOR PARA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	10
2.3. TIPOLOGÍAS DE CLIENTES	14
2.4. PARÁMETROS PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN EN EL SERVICIO AL CLIENTE.....	16
2.5. TIPO DE ALOJAMIENTO	20
2.6. INSTALACIONES EN LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO.....	22
2.7. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	24
2.8. EVALUACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS	25
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	28
3.1. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	28
3.2. DESCRIPCIÓN DE LAS FASES.....	32
FASE I. CARACTERIZACIÓN	32
FASE II. DETERMINAR LA CLASIFICACIÓN DEL ALOJAMIENTO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	33
FASE III. PROPUESTA DE ACCIONES DE MEJORA.....	34
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	36
4.1. FASE 1. CARACTERIZACIÓN.....	36
4.1.1. ACTIVIDAD 1. CARACTERIZAR LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS ANTES DEL TERREMOTO.....	36
4.1.2. ACTIVIDAD 2. CARACTERIZAR LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DESPUÉS DE TERREMOTO.....	36
4.1.3. IDENTIFICAR LOS ESTABLECIMIENTOS DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO.....	44
4.2. FASE 2. DETERMINAR LA CLASIFICACIÓN DEL ALOJAMIENTO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	47

4.2.1. DETERMINAR EL ESTADO DE LA CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS	47
4.2.2. APLICACIÓN DE EVALUACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS EN LAS ÁREAS DE OPERACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS	48
4.2.3. ANALIZAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CON LA APLICACIÓN DEL TAMAÑO MUESTRAL	57
A. HOTELES	58
B. HOSTALES.....	62
4.3. FASE 3. ACCIONES DE MEJORA	65
4.3.1. DETERMINAR LAS ACCIONES DE MEJORA PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	65
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	70
5.1. CONCLUSIONES	70
5.2. RECOMENDACIONES	72
BIBLIOGRAFÍA	73
ANEXOS	81

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 2.1 Hilo conductor del marco teórico de la tesis.....	8
Figura 2.2 Tipo de clientes de acuerdo a su personalidad	15
Figura 2.3 Tipos de clientes por nivel de fidelidad y nivel de satisfacción	16
Figura 2.4 Ecuador y Algunos Competidores: Competitividad del Turismo, por componentes.....	21
Figura 2.5 Categoría según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico	24
Figura 2.6 Descripción de las cinco dimensiones de la calidad	27

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 3.1 Modelos de evaluación de alojamientos en sus fases o etapas	30
Tabla 3.2 Análisis comparativo de modelos	31
Tabla 3.3 Metodología para el diseño de evaluación y categorización	32
Tabla 4.4 Generalidades del Hotel Máximo	37
Tabla 4.5 Generalidades Hotel Boston.....	38
Tabla 4.6 Generalidades Hotel Madrigal	39
Tabla 4.7 Generalidades Hotel San Fernando	39
Tabla 4.8 Generalidades Hotel Ceibo Real	40
Tabla 4.9 Generalidades Hotel Ceibo Dorado.....	41
Tabla 4.10 Generalidades Hostal Hernández	42
Tabla 4.11 Generalidades Hostal Quito Manabí.....	42
Tabla 4.12 Generalidades Hostal Reales Tamarindo.....	43
Tabla 4.13 Generalidades Hostal California.....	43
Tabla 4.14 Identificación de los Hoteles.....	45
Tabla 4.15 Identificación de los Hostales	46
Tabla 4.16 Categoría otorgada por las Autoras a los Alojamientos Hoteleros en Portoviejo	47
Tabla 4.17 Categoría otorgada por las Autoras a los Alojamientos Hostales en Portoviejo	48
Tabla 4.18 Hoteles - Análisis de las entrevistas realizada a los Hoteles y Hostales de Portoviejo	49
Tabla 4.19 Ponderaciones de Coeficiente de competencia de los expertos (Kp).	51
Tabla 4.20 Perfiles de los siete expertos.....	51
Tabla 4.21 Perfiles de expertos.....	53
Tabla 4.22 Valoraciones de Coeficiente de conocimiento (Kc).	54
Tabla 4.23 Valoraciones de Coeficiente de argumentación (Kc).....	55
Tabla 4.24 Ponderaciones de Coeficiente de argumentación o fundamentación de los expertos (Ka).	56
Tabla 4.25 Análisis de la encuesta del Hotel Máximo	58
Tabla 4.26 Análisis de la encuesta del Hotel Boston.....	59
Tabla 4.27 Análisis de las encuestas del Hotel Madrigal	59

Tabla 4.28 Análisis de las encuestas de Hotel San Fernando	60
Tabla 4.29 Resultado de Encuestas del Hotel Ceibo Real.....	60
Tabla 4.30 Resultado de Encuestas del Hotel Ceibo Dorado.....	61
Tabla 4.31 Resultado de Encuestas del Hotel Hernández	62
Tabla 4.32 Resultado de Encuestas del Hostal Reales Tamarindo.....	62
Tabla 4.33 Resultado de Encuestas Hostal California	63
Tabla 4.34 Consolidado de índice de satisfacción en Hoteles	64
Tabla 4.35 Consolidado de índice de satisfacción en Hostales.....	65
Tabla 4.36 Plan de mejora para los alojamientos turísticos de Portoviejo	67

CONTENIDO DE ANEXO

Anexo 1 Catastro del cantón Portoviejo 2016	82
Anexo 2 Catastro del cantón Portoviejo 2019	83
Anexo 3 Ficha de Caracterización de Alojamiento de Rooney Alfonso.....	84
Anexo 4 Ficha de Reglamento de Alojamiento Turístico de Hoteles.....	85
Anexo 5 Ficha de Reglamento de Alojamiento Turístico de Hostales	85
Anexo 6 Encuesta para visitantes, presentada a los expertos para la validación	86
Anexo 7 Entrevistas para Administradores de Alojamiento.....	87
Anexo 8 Encuestas para visitantes / huéspedes validada por los expertos	88

RESUMEN

Este trabajo tuvo como objetivo evaluar la clasificación de los alojamientos turísticos pos terremoto y su influencia en la satisfacción del cliente en el cantón Portoviejo. Se inició la investigación bibliográfica que permitió investigar argumentos relevantes del tema planteado. En la metodología se detallaron las actividades a realizar según los objetivos de la investigación. Se realizaron entrevistas tanto a directivos como trabajadores. Los resultados de la investigación fueron los siguientes; se caracterizaron los alojamientos turísticos de la cabecera cantonal de la ciudad de Portoviejo, determinándose que antes del terremoto existían 53 establecimientos de los cuales solo existen 12, a pesar de que en el catastro se registran 22 establecimientos, por lo que resulta pequeña la capacidad de alojamiento en el territorio. Se determinó la clasificación de cada establecimiento estudiado, cuyo resultado arrojó en Hoteles, que a pesar de que todos constaban como categoría dos en el catastro turístico, dos de ellos pertenecen a la categoría cuatro estrellas y dos en la categoría 3 estrellas. Con referencia a los hostales que se encontraban categorizados en categoría dos estrellas, se pudo determinar que dos se mantienen en la categoría dos y uno sube a la categoría tres, mientras uno desciende a la categoría uno de los cuatros hostales existentes. Por último, se presentó una propuesta de mejora para todos los establecimientos de manera que cumplan con los requerimientos establecidos en el país.

PALABRAS CLAVE

Evaluación; caracterización; alojamiento turístico; satisfacción al cliente.

ABSTRACT

The objective of this work was to evaluate the classification of post-earthquake tourist accommodation and its influence on customer satisfaction in the Portoviejo canton. Bibliographic research was started that allowed investigating relevant arguments on the issue raised. The methodology detailed the activities to be carried out according to the objectives of the research. Interviews were conducted with both managers and workers. The results of the investigation were as follows; The tourist accommodations of the cantonal head of the city of Portoviejo were characterized, determining that before the earthquake there were 53 establishments, of which there were only 12, despite the fact that 22 establishments are registered in the cadastre, so the capacity of accommodation on the territory. The classification of each studied establishment was determined, the result of which was found in Hotels, which despite the fact that all of them were listed as category two in the tourist registry, two of them belong to the four-star category and two to the 3-star category. With reference to the hostels that were categorized in the two-star category, it was determined that two remain in category two and one goes up to category three, while one goes down to category one of the four existing hostels. Finally, an improvement proposal was presented for all the establishments so that they comply with the requirements established in the country.

KEYWORDS

Evaluation; characterization; tourist accommodation; customer satisfaction.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La hotelería está íntimamente ligada al desarrollo del turismo tanto en el país como a nivel mundial, constituyéndose así como uno de los sectores más relevantes en dicha actividad, puesto que el sector hotelero aporta significativamente a la economía. Monsalve & Hernández (2015) hace referencia que: “El sector de la hotelería se considera parte esencial de la cadena de valor de la actividad turística, pues su infraestructura, capacidad y servicio trae consigo el posicionamiento de una ciudad como destino de talla mundial” (p. 163); Cabe destacar la opinión de Baquero (2017) en donde señala: “En la actualidad las empresas hoteleras ya han empezado a orientar sus estrategias de negocios hacia la gestión ética, social y medioambiental, a instancias de los organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo” (p.126).

Peralta (citado por Cedeño, 2018) enfatiza que dentro de los principales problemas detectados en el ámbito hotelero del país lo constituye la falta de modelos de gestión que integren los oficios para el personal de servicio, no se establecen procedimientos técnicos para los procesos de gestión de las áreas y los servicios de hospedaje, en la actualidad presenta deficiencia en las prestaciones de productos y servicios, lo que ocasiona una insatisfacción en el cliente.

Simultáneamente a esto, Montalván & Sabando (2015) mencionan que la industria turística en el Ecuador debe apegarse a la innovación para que produzca cambios a nivel organizacional en la forma de hacer negocios o servicio, los cuales permitirán crecer e incluso sobrevivir a largo plazo. Sin embargo, la revista HOSTELTUR (2016) refiere que uno de los principales problemas que enfrenta el sector hotelero actualmente es la creciente influencia de las nuevas tecnologías, incidiendo de manera directa en el tema de rentabilidad. Ligado a esto se toma en referencia el comentario de Almaguer (citado por García, 2019) en donde indica que entre las causas de una insatisfacción del cliente ante el servicio de hospedaje es la carencia de personal

especializado que coordine de forma profesional la actividad de recreación y espacios recreativos.

En este aspecto coincide (Medina, 2015) señalando que, en la actualidad debido al limitado uso de modelos de gestión en el sector hotelero a nivel nacional, se detecta deficiencia en la gestión administrativa, bajo diseño de estrategias, falta de innovación de sus productos y no se logra una correcta prestación del servicio de alojamiento para el cliente. Así mismo, El país presenta un crecimiento desorganizado y sin planificación en algunos sitios turísticos, generando una deficiencia en la prestación de servicio de alojamiento, debido a los inadecuados procesos de gestión para cumplir con las necesidades del mercado y de los clientes (Cedeño, 2018).

La provincia de Manabí cuenta con la infraestructura hotelera que permitiría el desarrollo de actividades de alojamiento, además es preciso acotar en manifiesto de Arias (2017) en donde explica que es necesario realizar evaluaciones de la satisfacción del cliente, junto a esto podemos hacer referencia el comentario de Blanco, Font, & Villacreses (2017) apostillan:

Manabí cuenta con infraestructura hotelera, pero por desconocimiento de las necesidades y exigencias del turista, existen lugares que no están completamente estructurados para brindar un servicio satisfactorio. El alojamiento es el componente principal para el desarrollo del turismo (p.74).

En Manabí se desagrega la problemática nacional, como se evidencia en los servicios hoteleros, no cumplen con estándares de satisfacción en los turistas receptivos quienes gustan de servicios más rápidos, eficientes y vanguardistas, Sin embargo, el sector turístico de Manabí se vio gravemente golpeado por un terremoto el 16 de abril del 2016, en lo que se vio afectada en gran parte la planta turística y la infraestructura, desencadenando una baja en la demanda de productos y servicios turísticos según el Comité para Reconstrucción y Reactivación Productiva, (2016). Vale recalcar el aporte de (Meza, 2019) en donde señala que todo lo antes mencionado es la consecuencia del

incumplimiento de las normas y requisitos que establece el MINTUR para ejercer la actividad en la provincia de Manabí, además de existir una incorrecta categorización de los hoteles del territorio estudiado al no cumplir con los servicios que se requieren de acuerdo al Reglamento de Alojamiento Turístico (2015); Portoviejo fue uno de los lugares más impactados por el terremoto el cual destruyó gran parte de la zona hotelera y comercial, sufriendo pérdidas en la demanda de productos y oferta turística haciendo evidente diversas problemáticas en el sector, especialmente en el área de alojamiento.

El terremoto de 7.8 en la escala de Richter del 16 de abril, seguido de más de 2600 réplicas, fue un hecho que marcó la vida de los residentes en el país y marcadamente en Portoviejo. La Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SEMPLADES), citado por (Mesías & Muñoz, 2019) resalta a este acontecimiento como una de sus mayores consecuencias en la economía los cuantiosos daños en infraestructura de casas, edificios y negocios que cedieron en 75 segundos, con una afectación al 49% del sector productivo y con pérdidas por al menos de \$ 800, millones según datos del Ministerio de Industrias y Productividad, de acuerdo con el diario El universo (citado por Ruiz, 2017) acota además que aún los efectos siguen latentes en las economías de Manabí y Esmeraldas.

Uno de los problemas más importantes de Portoviejo es la infraestructura inadecuada debido al mal uso de las técnicas de construcción y así mismo el uso de construcciones no aptas para el servicio de alojamiento hotelero; otro problema es la deficiente estructura organizacional, lo cual es causado por no tener personal con la capacidad técnica requerida para cumplir con las funciones puntuales, ya que no hay una conveniente contratación en base al perfil profesional; así mismo el incorrecto servicio brindado en los alojamientos es causado por el escaso conocimiento (formación empírica), del uso e incumplimiento del reglamento; de la misma manera la promoción es inexistente debido a la falta de canales de distribución para la promoción de los establecimientos de alojamientos. Otro problema puntual es la falta de la oferta básica de alojamiento el cual tiene una inadecuada categorización. La clasificación y categorización de los alojamientos turísticos aún no es vista en la

región por parte de los actores que desarrollan la actividad, como un instrumento visible para la mejora en los procesos frente a la inadecuada actividad de prestación del servicio de alojamiento, lo que incide en la excelencia del desempeño de los establecimientos. Estos síntomas apuntan a necesidades de mejora y solución de los aspectos que deterioran el servicio turístico y generan la insatisfacción en los turistas.

Las diferentes tipologías de alojamientos turísticos están compuestas por disímiles áreas, estas tienen que direccionarse a la satisfacción del cliente, por eso es necesario evaluar de forma constante, ya que no se conoce la situación actual del sector ni información anterior acerca del deterioro del servicio al turista, al no cumplir con las expectativas esperadas y con los estándares de calidad reconocido. Analizado lo antes expuesto surge la siguiente interrogante:

¿De qué forma la categorización de los alojamientos incide en la satisfacción al cliente en el Cantón Portoviejo?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. TEÓRICA

La justificación teórica constituye un aporte para el estudio sobre la mejora de la satisfacción del cliente con respecto al servicio del alojamiento; cabe destacar que la investigación científica servirá de apoyo a los autores además de que contribuirá como fuente de referencia bibliográfica para futuras investigaciones, ya que esta información se basa en conocer las características y componentes que correspondan a la clasificación idónea de cada establecimiento según la estandarización existente en nuestro país. Esta investigación se fundamentó en los componentes a evaluar dado que en un contexto global la satisfacción del cliente cobra gran relevancia entre organizaciones como factor diferenciador mediante la creación de valor, la generación de valor agregado, fidelización de los clientes y un servicio en óptimas condiciones.

1.2.2. METODOLÓGICA

Se Justifica metodológica a partir de tres autores lo cual enriquece la labor metodológica para estudios referentes al tema propuesto, entre los principales aportes que se encuentran en las metodologías utilizadas por diferentes autores, Aristizábal & Quiroz (2015) la cual tuvo como objetivo discutir la caracterización de los servicios prestados, mediante la identificación de procesos practicados por los administradores y propietarios; Atiencia (2017) se enmarcó en caracterizar todos los establecimientos turísticos rurales que prestan el servicio de alojamiento, con el objetivo de identificar las características de infraestructura y servicios, lo que dieron a conocer el tipo o categoría de los establecimientos; Moreno, Otero & Romero (2019) a su vez nos encaminara al proceso de evaluar y mejorar los servicios, ya que se convierte en una imperiosa necesidad y contribuye a que los directivos cambien su formar de dirigir, además de determinar estrategias a seguir y evaluar la incidencia que tienen estas en la satisfacción al cliente; una vez analizada todas las metodologías se pudo tomar

como referencia para una nueva metodología científica que aborda los estudios coherentes con la investigación desarrollada.

1.2.3. PRÁCTICA

Se justifica la investigación práctica, debido a que hoy en día los clientes dada la experiencia que poseen por viaje a otras partes del mundo incluso a cadenas de hoteles internacionales e internas del país, poseen los elementos necesarios para conocer la clasificación de los hoteles de acuerdo a los servicios que prestan por lo que esta se convierte en un elemento de selección y de fidelidad de los clientes con los establecimientos. La industria de alojamiento ha crecido a gran escala con el paso de los años, lo que lleva que las empresas de este sector eleven los niveles en el servicio para poder lograr sus objetivos y de esta forma satisfacer la demanda en esta importante actividad del sector turístico, por lo que al determinar la consecuente clasificación de los establecimientos y proponer mejoras en los mismos, provocaría un salto positivo en los servicios de alojamientos.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la clasificación de los alojamientos turísticos pos terremoto y su influencia en la satisfacción del cliente; cantón Portoviejo.

1.3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar los alojamientos turísticos previo y posterior al terremoto del 16A. en el cantón Portoviejo
- Determinar la clasificación de los alojamientos turísticos pos terremoto y su incidencia en la satisfacción del cliente
- Proponer acciones de mejoras para la satisfacción de los clientes en los establecimientos de alojamiento turísticos.

1.4. IDEA A DEFENDER

Si se realiza una clasificación de los alojamientos turísticos pos terremoto, se podría contribuir a la mejora de la satisfacción del cliente en la ciudad de Portoviejo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se detalla el marco teórico con los conceptos más relevantes y necesarios para la presente investigación, identificando teorías vinculadas en temas como alojamiento turístico, características, creación de valor, satisfacción del cliente, tipologías de clientes, metodologías de evaluación, entre otros, los cuales serán de apoyo para evaluar y categorizar los alojamientos turísticos en Portoviejo.

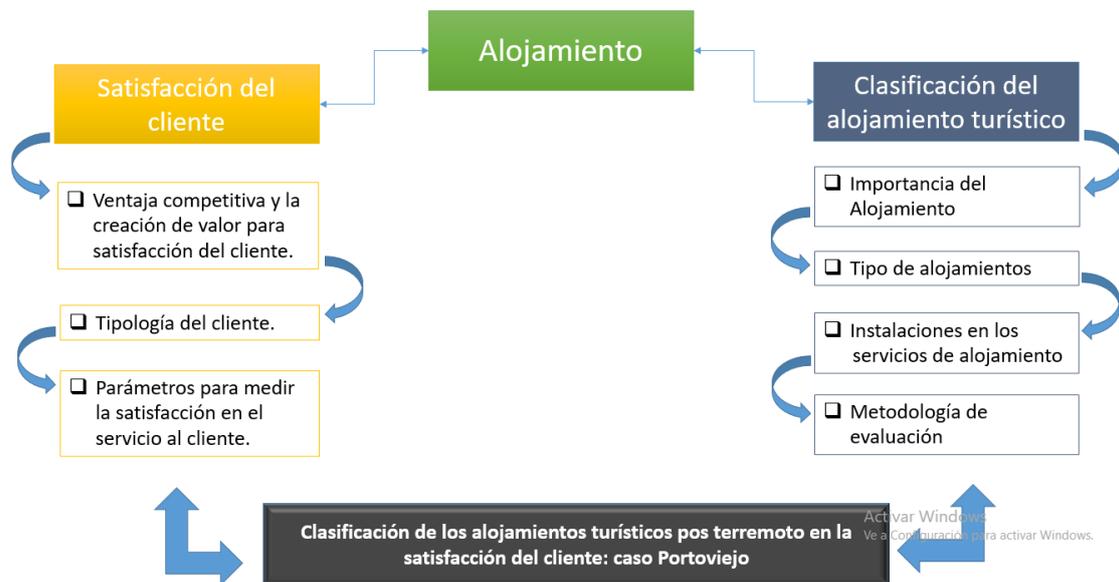


Figura 2.1 Hilo conductor del marco teórico de la tesis

Fuente: *Elaboración propia.*

2.1. LA IMPORTANCIA DEL ALOJAMIENTO

La industria del turismo en todo el mundo ha experimentado un crecimiento sin precedentes, que a su vez, ha dado lugar a un enorme crecimiento de alojamientos turísticos. A lo largo del tiempo esta actividad ha tenido una evolución constante dado que los primeros viajeros, por motivo de alimentación y refugio se desplazaban a diferentes sitios geográficos distintos a su lugar habitual o de residencia. Ramón Moliner (citado por Gómez, 2016); proponía la utilización de alojamiento como equivalente en castellano a las palabras inglesa “housing” y francés “lodgement” por considerar que definía mejor la diversidad de tipos residenciales que no quedaban incluidos en la definición de “vivienda”.

En el transcurso de los años y la modernización, los viajeros han empezado a tener cambios en sus motivaciones, pero esto no infiere en la finalidad que tiene el alojamiento tal y como lo afirma Intriago & Solórzano (2017), “El alojamiento turístico es la actividad de brindar el servicio de hospedaje con o sin prestación de valores complementarios a los turistas que acuden a un sitio de interés por motivos personales, familiares o sociales” (p.261).

Tras la breve descripción en relación con los alojamientos es de gran valor hacer referencia a la importancia que tiene esta actividad en el sector turístico y de cómo influye en la dinamización de la planta turística de un lugar, puesto que “La creación de alojamiento aparece como una de las principales formas de emprendedurismo y representa una posibilidad de retener a la población, creando puestos de trabajo y aumentando el ingreso” (Renda & Teotónio, 2017, p. 845). Sin dejar de lado a la esencia o verdadera finalidad que tiene este tipo de servicio.

Con base a la OMT (Organización Mundial de Turismo) define a la actividad de alojamiento turístico como la acción de brindar comodidades necesarias de hospedaje al turista a cambio de una prestación económica, el alojamiento puede incluir servicios adicionales como alimentación, recreación, etc. con el objetivo de satisfacer al cliente. (Intriago & Solórzano, 2017, p.263)

Como es sabido, ya que el alojamiento ha evolucionado de manera constante, cabe destacar las nuevas modalidades de alojamiento en donde han puesto en marcha nuevas gestiones en la oferta de alojamiento; las innovaciones en sectores como el del alojamiento turístico, obligan a las empresas a adaptarse a un nuevo escenario, Socías (2018) afirma:

El turismo se restringe a «zonas turísticas», y urbanísticamente delimitado, a determinadas tipologías edificatorias (hoteles y apartamentos), hoy es evidente que la oferta y la demanda turística han

confundido las tipologías habitacionales del espacio urbano (residencia unifamiliar y plurifamiliar). (p.134)

Teniendo como base conceptual a los autores antes mencionados se puede constatar un análisis general en donde se determina que el “alojamiento es considerado como una unidad integral de negocio destinado al hospedaje no permanente de turistas y que brinda servicios complementarios”, donde generalmente también realizan un conjunto amplio de actividades caracterizadas por una enorme heterogeneidad donde requieren una variedad importante de recursos. Además de enfatizar en la gestión de nuevas estrategias y/o innovación en la estructura física – funcional para contrarrestar la pérdida de competitividad.

Cabe destacar que para el presente tema de investigación se enfatizará la evaluación y clasificación únicamente de la planta hotelera como tal, dado que el uso del término “Alojamiento Turístico” es muy amplio y heterogéneo, por lo que se delimitara en la zona centro de Portoviejo para la ejecución del trabajo investigativo.

2.2. VENTAJA COMPETITIVA Y LA CREACIÓN DE VALOR PARA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La competitividad no es una expresión anónima, en realidad proviene de hace más de tres siglos cuando se iniciaron las teorías del comercio, “Porter, uno de los máximos exponentes del tema de competitividad, dejó en claro que no existe una definición de competitividad ni una teoría de la misma para explicarla” (Estrada, Morgan & Cuamea, 2015, p.34). Según Oster (citado por García, 2015) expresa que la competitividad de una empresa es la capacidad que tiene para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente sus recursos, en comparación con empresas semejantes.

Estrada *et al.*, (2015) refiere que el concepto de competitividad no solo es difuso y complejo, sino incluso ambiguo, lo que conlleva una dificultad en el análisis de este modelo, pues no hay una claridad indiscutible en la teoría. Pese a esto

(García, 2015) determina que “la competitividad es la capacidad de una empresa para ofrecer un producto o un servicio cumpliendo o rebasando las expectativas de sus clientes, mediante el manejo eficiente de sus recursos en relación con otras empresas del mismo sector”.

“Toda empresa competitiva es aquella capaz de mejorar sus rendimientos y adaptarse al cambio continuo que la globalización de los mercados exige, para ello es esencial la inversión continua en su recurso más importante: el capital humano”. (ITESAL, 2016). En este sentido, como paso fundamental es generar un entorno de crecimiento y desarrollo empresarial para crear e integrar sus productos y/o servicios con valor añadido que sostienen sus recursos, con relación a sus competidores.

El sector hotelero propone establezcan estrategias de pensar que el empleado es un cliente interno, porque favorece el incremento de su compromiso organizacional y su satisfacción construye una ventaja competitiva que contribuye al éxito en el mercado externo. (Ruizalba, Vallespín, & Pérez, 2015, p.90)

Manosalvas & Manosalvas (2015) afirman: “En la actualidad, las empresas que desarrollan actividades relacionadas al turismo, están inmersas en un mundo globalizado, caracterizado por la aparición de mercados competitivos y clientes informados y exigentes” (p. 301). De igual modo Baquero (2017) menciona que “en las últimas décadas, la mayoría de las empresas han desarrollado estrategias de responsabilidad social, como parte integrante de la ética empresarial. El sector del alojamiento turístico, especialmente los hoteles, no es ajeno a esta tendencia”. (p.119). En efecto tal y como menciona La Comisión Europea (citado por Flores, Bino & de la O Barroso, 2016), en el mismo se esbozan los pilares de la RSE (Responsabilidad Social Empresarial) y la delimita como la combinación voluntaria, de una empresa preocupada socialmente y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones. Ser socialmente responsable no significa cumplir obligaciones jurídicas, sino de invertir en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

La creación de valor en las empresas hoteleras la podemos caracterizar como “La ventaja competitiva y el resultado operativo basado en el coste y en la calidad de las operaciones hoteleras.” (Espino & Ramírez, 2018, p.71) porque en este sector empresarial compiten a través de la diferenciación de sus productos y/o servicios y de esta manera crear ese valor diferenciador o valor añadido para el cumplimiento de las expectativas de sus clientes y a su vez dar a conocer sus competencias distintivas, haciendo evidenciar lo que una empresa puede hacer mejor que su competencia.

La ecoeficiencia nace del pensamiento global de los impactos ambientales, pues mientras las necesidades humanas crecen los recursos para satisfacerlas tienden a decrecer. Existen iniciativas que destacan la importancia de producir o hacer más con menos, como la ecoeficiencia; que hace énfasis en la creación de valor a largo plazo por medio del mejoramiento, lograr una ventaja competitiva a través de una mayor productividad, la eficiencia económica y el menor impacto ambiental. (Torres & Carrera, 2018, p.90)

Uno de los indicadores que contribuyen a la competitividad es la innovación tecnológica que el mundo globalizado exige, es aquí de hacer referencia la opinión de De Lacerda (2010) en donde comenta: “La gran competencia en la prestación de servicios de alojamiento ha conseguido que las relaciones entre la empresa de alojamiento (hotel) y el consumidor (huésped), la mayoría de las veces se vuelvan impersonales” (p.165). Puesto que el direccionarse por las estrategias que contribuyan a la competitividad no hay que dejar de lado el elemento esencial ya mencionado en el apartado anterior: el capital humano, ya que se ha detectado la importancia existente entre la empresa y el cliente porque este se halla presente en el proceso de elaboración o prestación de servicios dado que una de las características del turismo, en este aspecto la hotelería, al igual que muchos de los servicios, el cliente participa en la producción del propio servicio.

Philip Kotler (citado por Steffanell, Arteta, & Noda, 2017) define la Satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus experiencias. Un elemento básico para que el cliente decida adquirir un producto, es la motivación, entendida como un factor dinamizador que desencadena el proceso de toma de decisiones ante una posible compra. Según Mejias-Acostal & Sergey (citado por Steffanell, *et al.*, 2017), por satisfacción se entiende la evaluación que realiza el cliente respecto a un servicio y que depende de cómo el servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Sin embargo, La Formación para Profesionales en el Sector Turístico - FORETUR (2017) hace saber que “actualmente la clave para prestar un servicio excelente al cliente está en entender que el éxito no viene dado por el producto, sino por el servicio que dicho producto lleva consigo” (p.7).

Esta aclaración ayudando a conformar una agrupación de características específicas del sector, el conocimiento de las características puede considerarse un paso obligado del éxito en el progreso y la implementación del mejor modelo de gestión que se adapte a la organización y su proceso productivo, en otros términos “La calidad de sus productos y/o servicios es un factor primordial para el funcionamiento correcto de una organización empresarial, lo que lleva a la satisfacción de necesidades y expectativas del cliente” (Steffanell, *et al.*, 2017, p.3). Pues la empresa debe centrar parte de su atención al cliente y adaptar el servicio que ofrece a las circunstancias que condiciona su entorno; la calidad en un establecimiento hotelero depende de la destreza y habilidad del equipo humano del hotel, dado que las buenas instalaciones o habitaciones no garantizan por si solo el éxito de la empresa.

Se ha evidenciado que los clientes son más críticos con la calidad del servicio recibido, demuestra que es fundamental la gestión de calidad para el éxito de toda organización, la satisfacción de las necesidades y las expectativas del cliente (Nápoles, Tamayo, & Moreno, 2016, p. 2).

En concreto, la satisfacción del cliente es uno de los aspectos más importantes a considerar, a la hora de calificar las ventajas que ofrecen los establecimientos de alojamiento turístico en cualquier parte del mundo. Así también lo destaca Paredes (2017) argumentando que “el nivel de calidad en el servicio es fundamental en la satisfacción del cliente, y es tan importante en alcanzar en un mercado tan competitivo, lo que obliga a desarrollar bien procesos para el éxito en los servicios ofertados”. (p.1). Por su parte, Bonomo (citado por Flores *et al.*, 2016) La RSE (Responsabilidad Social Empresarial) dejó de ser una elección, para pasar a ser una necesidad, debido al cliente potencial que es más exigente para elegir las empresas en las que deposita su confianza, buscando, mayor calidad frente al precio.

2.3. TIPOLOGÍAS DE CLIENTES

Según Carlzon (citado por Vega *et al.*, 2018) plantea que en el momento que el cliente y la empresa tiende contacto es decisivo, ya que identifica la organización o al personal; basándose en ese instante, el cliente se forma una idea de la empresa, la calidad del servicio y la calidad del producto. El cual es conocido como el momento de la Verdad; se lo puede agrupar en tres grupos: Encuentros personales, Encuentros telefónicos y Encuentros a distancia.

Maslow (s.f.), afirma: “El cliente es toda persona física o jurídica que compra un producto o recibe un servicio y que mantiene una relación comercial con la empresa” (p.206). Así mismo hace referencia que el cliente se divide en cliente interno que son los miembros de la empresa y los clientes externos son los individuos u organizaciones que reciben los productos o servicios de la empresa.

Así como Albrecht & Bradford, (citado por Vizcaíno & Sepúlveda, 2018) expone que “El cliente es la razón de existir de cualquier negocio y por la cual las empresas dirigen sus políticas, productos, servicios y procedimientos a la satisfacción de sus expectativas” (p. 10). Por tal motivo la empresa realiza un estudio con la finalidad de identificar las necesidades y así poder establecer el

perfil del cliente y de esta manera instaurar una oferta adecuada hacia un público objetivo.

Kotler y Armstrong (citado por Vizcaíno & Sepúlveda, 2018), sugieren que “el mercado comparte una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio, por lo tanto, las necesidades y deseos de los consumidores se satisfacen con las ofertas de mercado combinando productos, servicios, información y experiencias” (p. 11). En otras palabras, el mercado es el sitio donde se encuentran ofertantes y demandantes, dispuestos a comercializar dinero, bienes o servicios para satisfacer sus necesidades como consumidores, compradores y clientes.

De tal manera la empresa debe decidir a quién le va a vender, lo cual se lo realiza mediante la división de la segmentación mercado “una segmentación acertada nos permitirá definir segmentos como grupos homogéneos de consumidores, similares en cuanto a sus deseos, preferencias de compra, entre otros.” (Leyva, 2016, p.85). Es decir que nos permite seleccionar el mercado objetivo al que se va a dirigir la empresa. A continuación, Tipo de clientes:

Tipo de cliente	Características
Innovador 	Busca productos novedosos; le interesa la moda y lo que está detrás del producto.
Decidido 	Sabe lo que quiere, es competitivo y exigente. Prefiere evaluar sus opciones de manera personal.
Relajado 	Apuesta a la comodidad. Jovial. Permite una relación abierta, lo que se traduce en un buen seguimiento post-venta.
Afectuoso 	Discreto, sencillo. Se interesa por la gente.
Seguro 	Tranquilo y precavido. Evita confrontaciones. Requiere de tiempo para tomar decisiones y por lo general está casado con un producto específico que puede no cubrir sus necesidades.
Orgullosa 	Elegante, da consejos, no acepta críticas. Sensible a los halagos.

Figura 2.2 **Tipo de clientes de acuerdo a su personalidad**
 Fuente: (Fundación Carlos Slim, s.f.)

Otra tipología de clientes según Muñiz (citado por Vizcaíno & Sepúlveda, 2018) afirma que los tipos de cliente se los debe medir por niveles de fidelidad y satisfacción por lo cual propone la siguiente descripción:

		Nivel de fidelidad	
		Bajo	Alto
Nivel de satisfacción	Bajo	Opositor	Cautivo
	Alto	Mercenario	Prescriptor

Figura 2.3 Tipos de clientes por nivel de fidelidad y nivel de satisfacción
Fuente: Muñiz (citado por Vizcaíno & Sepúlveda, 2018)

Comprendiendo lo que el autor Muñiz (citado por Vizcaíno & Sepúlveda, 2018) trata de explicar de la descripción de tipos de clientes es: el cliente opositor como el que busca alternativas a nuestro servicio. Es el cliente descontento, el cliente mercenario. Es el cliente sin ningún compromiso, entra y sale de nuestro negocio. El cliente cautivo es el cliente atrapado, el que le resulta muy caro cambiarnos o no encuentra a una empresa que le brinde el mismo producto de buena calidad y con un mejor servicio. Es un vengativo opositor en potencia. Prescriptores el cliente que tiene con el cual pasamos los parámetros de satisfacción, es fiel, amigo y prescriptor de la empresa.

Para poder determinar cuál es el perfil del consumidor hay que tomar en cuenta ciertos aspectos como las “características demográficas y sociales que distinguen la preferencia de una marca, los clientes de un establecimiento y los usuarios de un servicio” (Vizcaíno & Sepúlveda, 2018, p.24). Realizando esta investigación la empresa puede determinar cuáles son las características que necesita tener el producto para satisfacer las necesidades del cliente, el cual permitirá reconocer el perfil del público objetivo.

2.4. PARÁMETROS PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN EN EL SERVICIO AL CLIENTE

Para medir la satisfacción del cliente se debe tener como punto de partida la gestión de la calidad ya que en base a la calidad se debe cumplir los parámetros

estandarizados con el fin de cumplir todas las normativas, ya que el nivel de satisfacción que se percibe de un producto o servicio, es de acuerdo a la calidad de este, es decir, que ha cumplido o sobrepasado sus expectativas o no ha cubierto totalmente sus necesidades (Clavijo, 2019, p.24).

Como ya es sabido el sistema de gestión de calidad nos permite cumplir de una manera óptima las normativas relacionada con nuestro producto o servicio, siguiendo las normas ISO, el conjunto de acciones sistematizadas para dirigir y controlar una empresa en relación a la calidad, Incluye la política de calidad, los objetivos de calidad, así como la planificación, el control, el aseguramiento y la mejora continua de la calidad. “Calidad es mucho más que una simple forma de calificar un servicio, se encuentra más identificada con el poderoso objetivo de satisfacer al cliente mediante el uso de herramientas de gestión de calidad” (Moreno, Otero, & Romero, 2019, p.2).

Según Chamorro (2016) Las normas ISO son las normas establecidas por la organización ISO (International Standardization Organization), para estandarizar los procesos de producción y control en empresas y organizaciones. En concreto, la norma básica que regula los sistemas de gestión de la calidad es la ISO 9001. Esta norma está basada en ocho principios de gestión de la calidad:

- Orientación al cliente
- Liderazgo
- Participación del personal
- Enfoque basado en procesos
- Enfoque de sistema para la gestión.
- Mejora continua
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisión
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor

La calidad no es más que un punto de vista sobre el valor del producto, es decir, significa conformidad con las necesidades y está basada sobre la experiencia actual de los clientes en relación con el producto y el servicio. La industria de alojamiento ha crecido a gran escala con el paso de los años, lo que lleva a que

las empresas de este sector eleven los niveles en el servicio para poder lograr sus objetivos.

Los hoteles requieren además capacitación continua para su personal y con ello dirigir su actitud y aptitud, hacia el cliente; el costo en el que un hotel puede incurrir por la falta de calidad brindada al usuario puede ser significativo. Es necesario continuar con la acreditación y certificación preferentemente por instituciones reconocidas; esto dará a sus clientes certidumbre, facilitando la credibilidad y generando confianza hacia sus servicios, aunque también se tiene que pensar que el poseer una acreditación no lo es todo. (Vega, Tamayo, Quintal, & Ganzo, 2018)

Habiendo conocido ya, que la calidad es una estructura operacional de trabajo e integrada a los procesos técnicos y gerenciales, teniendo como propósito servir de guía a las acciones de trabajo y asegurar la satisfacción del cliente, cabe mencionar que este sistema puede ser aplicado a la industria manufacturera, el sector de servicio y el sector gubernamental. Tal y como menciona Marrero (2016):

Resultado de un proceso que implica la satisfacción de las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de acuerdo con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad, tales como seguridad, higiene, accesibilidad, transparencia, autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural. (p.35)

Dado que en el caso del servicio de alojamiento la medición de satisfacción al cliente es un poco más complejo, Paredes (2017) expone algunos indicadores muy útiles para poder verificarlos:

- Quejas y sistemas de sugerencias
- Encuestas de satisfacción del consumidor
- Cliente fantasma

- Seguimiento de clientes perdidos
- Investigación de expectativas futuras
- Estudio de incidentes críticos.

Al momento de implementar y gestionar sistemas de gestión de calidad, adecuadamente, puede ayudar a las organizaciones a aumentar el grado de satisfacción de los clientes, dado que los objetivos que se establecen toman en consideración las necesidades y expectativas de estos y las organizaciones orientando todo esfuerzo en presentar productos o servicios que cumplan con los reglamentos aplicables, y así satisfacer los requerimientos y solicitudes que el cliente tiene o pueda necesitar.

Cuando nos referimos de la gestión hotelera, nos direccionamos a la calidad, pues es una herramienta de la empresa para satisfacer necesidades y expectativas de los clientes, básicamente se tratan de los aspectos materiales y funcionales que posee el servicio ya que están relacionada con la eficiencia y eficacia de servicios. (Chávez, Lemoine, & Alcívar, 2018, p.3)

Paralelamente, Vega, Tamayo, Quintal, & Ganzo (2018) argumentan:

Existen elementos claves para la satisfacción del cliente, que son importantes independientemente de la clasificación a la que pertenezca el hospedaje, entre los elementos está el liderazgo, el capital, la eficiencia en sus operaciones, cultura organizacional y talento humano.

A modo de resumen podemos exponer el criterio de Mendoza (citado por Abad, 2017) en donde afirma que la calidad del servicio es determinada por las diferencias entre las expectativas del cliente, del desempeño del proveedor de servicios y la evaluación del servicio. La adaptación consiste a las expectativas empezando con identificar y entender las expectativas del cliente. De este modo, las expectativas se transforman en una de las claves, o al menos uno de los factores importantes de la satisfacción del cliente. “Es por ello que la gestión hotelera constituye un reto para toda empresa hotelera en cuanto a desarrollar

una gestión que asegure que dichos servicios sean percibidos por todos los clientes conforme a lo que los pueda satisfacer" (Chávez *et al.*, 2018, p.3).

2.5. TIPO DE ALOJAMIENTO

De acuerdo con la definición en el Suplemento del Reglamento Turístico del Ecuador (2015), los establecimientos de alojamiento turístico es el establecimiento considerado como una unidad íntegra de negocio destinada al hospedaje no permanente de turistas y que brinda servicios complementarios, para lo cual deberá obtener previamente el registro de turismo, conforme a los requisitos de clasificación y categorización dispuestos (p.3).

La planta hotelera ha visto una evolución positiva en su crecimiento en todo el mundo. Según Vargas, (2018) menciona que en los últimos 10 años la planta hotelera ha crecido un 18%, es así que en el año 2018 se establecieron 184.299 hoteles en el mundo, sumando un total de 16.966.280 habitaciones, de acuerdo con datos de STR (es una fuente de información que ofrece comparativas de datos, analíticas y perspectivas del mercado), que observa un incremento del 17,7% en los últimos diez años. De tal manera que ha contribuido en la economía mundial, el impacto económico ha sido directo como indirecto e inducidos.

El sector Hotelero en algunos países es un pilar fundamental en la economía del país. Según Narro & Campos, (2019) México, solo con el sector hotelero en el 2017 aportó \$1,797,374 millones de pesos a la economía nacional, 8.7% del Producto Interno Bruto (PIB), de acuerdo con el reporte "Cuenta satélite del turismo de México 2017" del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI); los ingresos por servicios de hospedaje representan la mayor aportación al Producto Interno Bruto Turístico (PIBT) 28.3% del valor en 2017.

El sector hotelero se considera parte esencial de la cadena de valor de la actividad turística, pues su infraestructura, capacidad y servicio trae consigo el posicionamiento de la ciudad como destino de talla mundial. Por tanto, la gestión que se realiza para ofertar calidad en el servicio de los hoteles PyMEs se convierte en uno de los elementos con mayor

relevancia en el desarrollo del turismo, es decir que, al generarse calidad, sinónimo de satisfacción en los viajeros, se produce sostenibilidad de la ciudad, puesto que se da un incremento en el número de personas de origen nacional e internacional atraídas por el destino turístico. (Monsalve & Hernández, 2015, p.163)

“Como fenómeno global, las cadenas hoteleras internacionales son un producto de las condiciones de la economía y de la política de expansión de las empresas” (Narváez, Dávalos & Villaprado, 2017, p.94). Desempeñan un papel relevante en el sistema turístico internacional, y cada vez hay mayor número a escala global destacando que las particularidades están ligadas a las condiciones de los países desarrollados en la economía internacional.

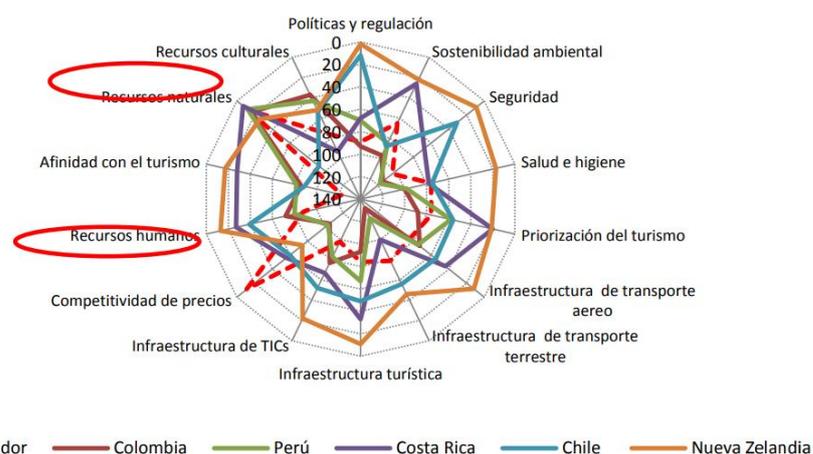


Figura 2.4 **Ecuador y Algunos Competidores: Competitividad del Turismo, por componentes**
Fuente: (División de Desarrollo Productivo y Empresarial (DDPE), 2015)

Según la Federación Hotelera del Ecuador (2019) mediante el boletín oficial 2018-2017 hubo un incremento de 30.58% de visitantes. En el cual se concentran en la nacionalidad venezolana, ya que, comparando cifras hasta diciembre del 2017 con 2018, aumenta de 287.972 a 956.067, es decir 668.095 más visitantes venezolanos que ingresaron al país en este año. La diferencia con el total de visitantes que ingresaron al mes de diciembre se distribuye entre visitantes de Estados Unidos con 107.109, España 44.281, Perú con 7.822, Canadá con 5.993, entre otros, que ingresaron al Ecuador. El ingreso de colombianos se reduce en 7.326 y de argentinos en 3.698 visitantes hasta el mes de diciembre de 2018 comparado con el respectivo mes del año 2017.

Según el MINTUR en coordinación con la Dirección de Investigación de la Oferta Coordinación General de Estadística e Investigación, (2019) realizan un análisis comparativo en el boletín de abril 2019 el cual está enfocado en analogía sobre la tasa de Ocupación por destinos en el cual el cantón Quijos tiene un porcentaje de 79,8% con un índice promedio por habitación (IPH) 113,7, continuando con el cantón Quito con el 61,8% y con 126,5 IPH, seguido por el cantón Cuenca con el 55,3% con 90,7 IPH, el 52,6% el cantón Guayaquil y el 90,5% IPH y el cantón Manta con un 44,9% y un 125,3 IPH.

Business Cost Management. (citado por García, 2019) señala que en el sector hotelero ecuatoriano se había caracterizado hace algunos años por un crecimiento sostenido basado en las campañas promovidas desde el gobierno central enfocados principalmente en la diversidad cultural y de ecosistemas que presenta el Ecuador. El 85% de los hoteles en Ecuador son Pymes y Micro pymes que no disponen de una innovación tecnológicos, y por ende no cumplen los requerimientos necesarios de la hotelería mundial. La razón primordial es la baja tarifa promedio que tienen todos estos hoteles (problema de todo el sector de hospitalidad en Ecuador) y la dificultad de invertir en cambios significativos en su local.

2.6. INSTALACIONES EN LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Según Álvarez, Díaz y Álvarez, (citado por Lemoine, Reyes & Valls, 2019), explica que los servicios de alojamientos se conceptualiza como un componente primordial de la actividad turística, junto con los servicios de recreación, transporte, comunicaciones y restauración, se recalca la importancia del servicio de alojamiento, pues de la duración de la estadía depende la cantidad y tipo de servicios turísticos ofrecidos, la cantidad de visitantes dispuestos a pernoctar en la ciudad, a la vez actúa como efecto multiplicador con familiares y amigos en sus lugares de procedencia.

La empresa hotelera está caracterizada por un conjunto de prestaciones de servicios claramente diferenciados que están principalmente dedicadas a las

actividades de alojamiento y restauración que participan individualmente en la rentabilidad de la empresa. El conocimiento de las características puede considerarse un paso obligado para el éxito en el desarrollo y la implantación de un modelo de gestión que se adapte a las peculiaridades que envuelven a la organización y a su proceso productivo.

Según Lemoine *et al.*, (2019) asegura que “la calidad del servicio es una estrategia competitiva, y que la competitividad de una empresa se manifiesta a su entorno cuando sus productos o servicios finales se convierten en una inversión para sus clientes” (p.41). De tal manera el ministerio de turismo establece una clasificación para poder determinar las características y jurisdicciones que debe cumplir el alojamiento de acuerdo a su clasificación.

De acuerdo con el MINTUR (2016) en el capítulo III art.12 los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican de la siguiente manera:

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

Así mismo afirma el MINTUR, (2016) en el art. 13 en donde establece la categoría según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico los cuales son los siguientes:

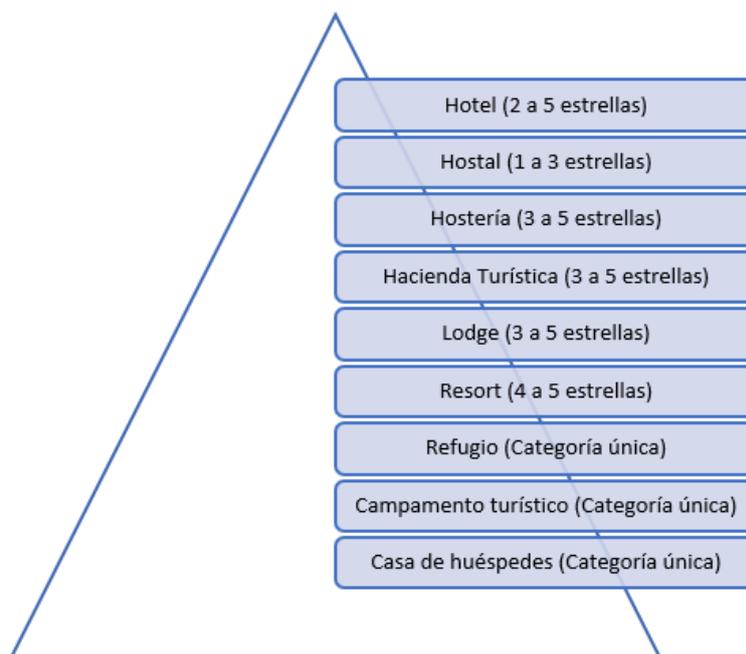


Figura 2.5 Categoría según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico
Fuente: (MINTUR - Ministerio de Turismo, 2016)

Dentro de este contexto cabe mencionar que para un buen funcionamiento de las operaciones de un hotel es importante tener muy en cuenta desde el principio el diseño de las instalaciones que se requiere, incluso que estén acorde con las estrategias sobre las cuales se apoyen la funcionalidad del alojamiento, un eficiente desarrollo de las operaciones que apunten a las necesidades tangibles e intangibles del mercado objetivo. Para mayor entendimiento de los requerimientos distintivos para pertenecer a la categoría y clasificación deseada se hace objeto de estudio los anexos del Manual de Aplicación del Reglamento de Alojamiento Turístico.

2.7. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Según Castillo (citado por García, 2019) la evaluación es el proceso de identificar y reunir datos acerca de servicios y actividades específicas, estableciendo criterios para valorar su éxito y determinando de donde el servicio o actividad cumple sus fines y objetivos establecidos. El proceso de evaluación requiere plantarse cuáles son los fines reales que se persiguen, para evaluar es necesario disponer un referente con el que comparar.

Al hablar de una metodología de evaluación y/o caracterización se debe discutir la calidad de los servicios prestados por los establecimientos de hospedaje, dado que su impacto es diferenciador en destinos tanto de nivel nacional como internacional. Por ejemplo, según la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos – Cehat, (citado por Santamaría, 2017) en España no existe un sistema nacional de clasificación para los hoteles, sino que cada autonomía tiene su propia normativa, sin embargo, todo alojamiento hotelero está obligado a solicitar la clasificación que se mantendrá mientras se cumplan los requisitos.

En el Ecuador el Ministerio de Turismo como organismo rector de las actividades turísticas, es el encargado de establecer privativamente las categorías y clasificaciones oficiales para cada actividad vinculada al turismo, en el caso de los alojamientos turísticos tiene como respaldo legal el Reglamento de Alojamiento Turístico, junto con su respectivo manual de aplicación, mismos que están sujetos a normas de uso internacional. De acuerdo con la opinión de Atiencia (2017) los elementos que se deben considerar al momento de evaluar o caracterizar puntos importantes que brindan los alojamientos turísticos, tomando como referencia el Reglamento de Alojamiento turístico, son: “datos geográficos, datos generales, servicios que ofrecen, equipos de seguridad que ofrecen, edificación, capacidad de alojamiento y medios de promoción”. (p. 29).

2.8. EVALUACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

El sector turístico de Manabí se vio gravemente golpeada por un terremoto el 16 de abril del 2016, en lo que se vio afectada en gran parte la planta turística y superestructura del sistema turístico, desencadenando un desequilibrio territorial de la oferta de alojamiento turístico (Comité para Reconstrucción y Reactivación Productiva, 2016). Portoviejo fue uno de los lugares más impactados por el terremoto el cual destruyó gran parte de la zona hotelera y comercial, sufriendo pérdidas en la demanda de productos y oferta turística, uno de los problemas más importantes de Portoviejo es la infraestructura inadecuada debido al mal

uso de las técnicas de construcción y así mismo el uso de construcciones no aptas para el ejercicio de la actividad hotelera; otro problema es la deficiente estructura organizacional lo cual es causado por no tener un personal debidamente capacitado, ya que no hay una adecuada contratación con base en el perfil profesional; así mismo el escaso conocimiento referente al servicio debido al inadecuado servicio de alojamiento, el desconocimiento del uso del reglamento y el incumplimiento del mismo; a su vez está el capital humano con formación empírica, el cual no cuenta con el conocimiento adecuado para poder satisfacer las necesidades del cliente; de la misma manera la promoción es inexistente debido a la falta de canales de eficiencia y la escasa promoción de los establecimientos de alojamientos. Otro problema puntual es la falta de la oferta básica de alojamiento el cual tiene una inadecuada categorización.

Sabiendo que el servicio de alojamiento es una de las actividades que está en proceso de crecimiento, por lo que es necesario conocer el estado actual y a su vez mejorar de forma continua, se toma como referencia los siguientes estudios que están acorde al perfil de la presente investigación:

De acuerdo con Atencia *et al.*, (2017) explica que para posibilitar la investigación recurrió a técnicas tales como la encuesta, que tiene enfoque sociológico; la entrevista la cual ayudó a recopilar información técnica y profesionalizante; la observación, consiste en determinar de forma objetiva el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis; del mismo modo tomo en consideración el uso de instrumentos como cuestionario y fichas de observación. Esta metodología tuvo un enfoque cualitativo con un nivel de profundidad descriptivo. La metodología utilizada por Moreno *et al.*, (2019) coincide con el autor antes mencionado, ya que “Con el fin de desplegar el objetivo propuesto se emplean diversos métodos teóricos, empíricos y técnicas tales como la revisión de literatura, encuestas, entrevistas”. (p.1).

Cabe destacar, como se mencionó en el apartado anterior, el Ministerio de Turismo como ente rector de las actividades turísticas, considera la aplicación del Reglamento de Alojamientos Turísticos, puesto que analógicamente con las normativas de otros países de la región, como es el caso de Colombia, para

determinar el nivel de la calidad del servicio de acuerdo con la Norma Técnica sectorial 37 NTSH 006, denominada “Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje –Categorización por estrellas de hoteles, requisitos normativos” (citado por Aristizábal & Quiroz, 2015), según la norma incluye varias características que miden la calidad del servicio en los hoteles, en la segunda sección del reglamento se hace referencia al componente organizacional; enfocándose en procesos administrativos y talento humano donde se investigó los requisitos legales, edificación, seguridad, mantenimiento, personal, servicios de las habitaciones, prestación de servicios de alimentación y bebidas, etc.

Del mismo modo se tendrá en consideración las características para evaluar la incidencia que tiene la evaluación de los alojamientos turísticos en la satisfacción del cliente, donde se tomara como referencia las peculiaridades a considerar expuestas por Parasuraman (citado por Ballón, 2016), las cinco dimensiones de la calidad que son los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. A continuación ver figura 2.6.

a) Elementos tangibles:

- Son las características físicas como las instalaciones y equipos, y la apariencia del personal, ya que todos estos elementos están en contacto directo con los clientes.

b) Fiabilidad:

- La empresa debe de presentar de una manera adecuada los servicios, generando desde la primera vez, una imagen fiable, precisa y consistente.

c) Capacidad de respuesta:

- Es la capacidad que tienen los empleados para ayudar a los clientes y brindar el servicio de manera rápida.

d) Seguridad (Garantía):

- Es el conocimiento y cortesía que tienen los empleados, y la habilidad para ganarse la credibilidad y confianza de los clientes.

e) Empatía:

- Es el cuidado y la atención individualizada que la empresa brinda a los clientes. Es importante entender las necesidades del consumidor para ofrecerles un servicio adecuado.

Figura 2.6 Descripción de las cinco dimensiones de la calidad

Fuente: (Ballón, 2016)

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

En la presente investigación se describió las diferentes metodologías que se asemejan al tema de estudio, es preciso indicar que estas permitieron establecer y estructurar un modelo más idóneo para evaluar la infraestructura y los procesos referente a la prestación de servicios en los alojamientos turísticos de la ciudad de Portoviejo, para esto el desarrollo metodológico se basó en diferentes revisiones bibliográficas, en la cual se expusieron los criterios propuestos por los diferentes autores para la evaluación y categorización de los servicios de alojamiento en la satisfacción del cliente. Es preciso mencionar que se escogieron los autores que mencionaremos, ya que en sus modelos metodológicos presentan fases importantes para el desarrollo de la investigación.

3.1. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para el presente proyecto se estableció el tipo de investigación exploratorio, ya que se está abordando un tema del cual no existe información actualizada al respecto sobre el objeto de estudio y el tipo de investigación descriptivo que especificará las propiedades importantes del objeto de estudio que será sometido a análisis para determinar las categorizaciones de acuerdo con los resultados obtenidos de la evaluación.

- **Caracterización de la calidad del servicio en hoteles urbanos y rurales en Santa Rosa de Cabal. Aristizábal & Quiroz (2015):** Esta investigación tuvo como objetivo discutir la caracterización de la calidad de los servicios prestados en dichos establecimientos, mediante la identificación de procesos de calidad practicados por los administradores y propietarios, así como la determinación de prácticas administrativas en áreas de mejorar el desarrollo organizacional de los alojamientos del municipio y el diseño de estrategias para hallar resolución a los ítems con mayor vulnerabilidad encontrados en el instrumento de recolección de la información.(p.8)

La estructura de la indagación es aplicada: ya que es fundamental emplear las bases teóricas que se construyan a lo largo de la investigación en un contexto real, es de carácter cualitativo, que tiene un enfoque metodológico por que tiende a dar un orden teórico y explicativo, la investigación pretende estudiar este fenómeno en un periodo de tiempo limitado, para así caracterizar la calidad en el servicio. Para la consecución de los objetivos, la investigación se realizó con una metodología que es de tipo descriptiva, de forma aplicada y de carácter cualitativo. (p. 35-36)

▪ **Caracterización de los establecimientos turísticos rurales que prestan servicio de alojamiento en el Cantón Santa Cruz-Galápagos.**

Atienza (2017): La presente investigación se encamina en caracterizar todos los establecimientos turísticos rurales que prestan el servicio de alojamiento en el Cantón Santa Cruz-Galápagos, con el objetivo de identificar las características de infraestructura, servicios, plazas, seguridad y medios de promoción; La metodología que se llevó a cabo para recopilar datos en esta investigación, fue la realización de encuestas a los propietarios, administradores o personas encargadas. Los resultados obtenidos mediante las encuestas dieron a conocer datos generales como ubicación geográfica, año de funcionamiento, tipo o categoría, en relación a los servicios que prestan los establecimientos. (p.10)

Para este trabajo se utilizó el Enfoque Cualitativo el cual parte del estudio de métodos de recolección de datos de tipo descriptivo y de observaciones para descubrir de manera discursiva categorías conceptuales. Según el nivel de profundidad este trabajo es de profundidad descriptiva ya que se preocupa primordialmente por describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos para destacar los elementos esenciales de su naturaleza. Caracteriza un fenómeno o una situación concreta indicando sus rasgos diferenciadores. (p.25)

▪ **Evaluación y mejora de la satisfacción del cliente. Aplicación en la DTHO en el servicio nauta hogar. Moreno, Otero & Romero (2019):**

Para materializar el objetivo propuesto se requiere de la aplicación de diversos métodos científicos de la investigación del nivel teórico, empírico y estadísticos. Análisis y síntesis: para el análisis de la bibliografía y el estudio de los procesos; permite el tratamiento y resumen de la información, determinar características, resultados, buscar relaciones entre componentes y elaborar conclusiones finales, además de establecer los nexos internos, el orden lógico y las principales características derivadas del análisis. Inducción - deducción: que permitió realizar generalizaciones con respecto a las posiciones teóricas, llegar a nuevas conclusiones acerca del objeto de investigación. Sistémico-estructural: para la elaboración y aplicación de la metodología. Del nivel empírico: Entrevistas, observación directa, revisión documental, criterios de expertos (método de concordancia de Kendall, método Delphi) y encuestas. (p.3-4)

El procedimiento seleccionado incluye las respectivas operaciones específicas, métodos, y herramientas de diferentes orígenes como instrumento de apoyo a la toma de decisiones. La propuesta realizada es el resultado de modificaciones realizadas al propuesto por Sánchez Castro (2016) en el cual consta de cuatro fases y diez pasos. (p. 4)

Teniendo como antecedentes las metodologías anteriormente descritas nos dio el lineamiento para diseñar nuestra metodología que nos ayudó para el desarrollo de la presente investigación. A continuación, el modelo de evaluación de alojamiento en sus fases o etapas. (Ver tabla 3.1)

Tabla 3.1 Modelos de evaluación de alojamientos en sus fases o etapas

Aristizábal & Quiroz (2015)	Atiencia (2017)	Moreno, Otero & Romero (2019)
1.- Análisis de práctica, procesos y estrategias de servicios.	1.- Caracterización de los alojamientos.	1.- Preparación Inicial.
2.- Identificación de procesos de calidad de los servicios.	2.- Análisis de la infraestructura, equipamientos e instalaciones.	2.- Caracterización y diagnóstico
3.- Posibles estrategias para el desarrollo empresarial.	3.- Análisis del nivel de ocupación.	3.- Evaluación de los servicios
		4.- Mejora

Fuente: Elaboración propia.

Se realizó un análisis comparativo de los modelos descritos los que permitieron identificar y analizar las fases que adoptaron los autores en correspondencia con sus investigaciones, en donde podemos determinar que para llevar a cabo una evaluación de alojamientos es preciso caracterizar y diagnosticar previamente para así poder identificar los procesos y servicios que se gestionan en los establecimientos, posterior a estos se establecieron estrategias de mejora y evaluar la satisfacción del cliente basándonos en los servicios ofrecidos. En la tabla 3.2, se presentó el análisis comparativo de los modelos relacionados.

Leyenda

1. Análisis de práctica, procesos y estrategias de servicios.
2. Identificación y evaluación de los procesos de calidad de los servicios.
3. Posibles estrategias para el desarrollo empresarial o propuesta de Mejora
4. Característica y diagnostico
5. Análisis de la infraestructura, equipamientos e instalaciones
6. Análisis del nivel de ocupación.
7. Evaluación de los servicios

Tabla 3.2 Análisis comparativo de modelos

N°	AÑO	AUTOR	INDICADORES							Total
			1	2	3	4	5	6	7	
1	2015	Aristizábal & Quiroz	x	X	X					3
2	2017	Atiencia				x	x	x		3
3	2019	Moreno, Otero & Romero		X	X	x			x	4
Total			1	2	2	2	1	1	1	10
Porcentaje			10%	20%	20%	20%	10%	10%	10%	100%

Fuente: Elaboración propia

Una vez establecido los modelos relacionados se procedió a realizar un análisis comparativo de las fases planteadas por cada uno de los autores y ver cuáles eran las similitudes, entre los elementos que más similitud entre los autores está la caracterización y el diagnóstico, identificación y evaluación de los procesos de calidad de los servicios y las posibles estrategias para el desarrollo empresarial o propuesta de mejora tienen una similitud del 20% cada uno, en cambio el análisis de práctica, procesos y estrategias de servicios, análisis de la infraestructura, equipamientos e instalaciones, el análisis del nivel de ocupación y la evaluación de los servicios solo alcanzaron un 10% cada uno.

Una vez analizada cada una de las fases expuesta por cada autor y analizando las similitudes se procedió a establecer el diseño metodológico, con sus respectivos instrumentos con su debido proceso de validación elaborado por las autoras con el fin de tener un cumplimiento acorde con el objetivo de la investigación. A continuación, diseño metodología. (Ver tabla 3.3).

Tabla 3.3 Metodología para el diseño de evaluación y categorización

FASES	ACTIVIDADES	MÉTODOS Y HERRAMIENTAS
FASE 1 Caracterización de los alojamientos.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Caracterizar los alojamientos turísticos antes del terremoto ✓ Caracterizar los alojamientos turísticos después del terremoto ✓ Identificar los establecimientos de la ciudad de Portoviejo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Método analítico, descriptivo y Bibliográfico. ✓ Catastro del 2016 (Anexo 1) ✓ Catastro del 2019 (Anexo 2) ✓ Ficha De Caracterización (Anexo 3)
FASE 2. Determinar la clasificación del alojamiento y la satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Determinar el estado de la clasificación de los alojamientos turísticos ✓ Aplicación de evaluación de los alojamientos ✓ Aplicación del tamaño muestral ✓ Analizar el estado de satisfacción de los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Métodos analítico, deductivo, descriptivo. ✓ Entrevista ✓ Reglamento de Alojamiento Turístico RO 465 ✓ Manual de aplicación del Reglamento de Alojamiento Turístico ✓ Método de expertos ✓ Encuestas ✓ Programa estadístico SPSS
FASE 3. Acciones de mejora	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Determinar las acciones de mejora para la satisfacción del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Métodos analítico, sintético, deductivo, descriptivo.

Fuente: Elaboración propia

3.2. DESCRIPCIÓN DE LAS FASES

FASE I. CARACTERIZACIÓN

Actividad I. Caracterizar los alojamientos turísticos antes del terremoto.

Esta actividad permitió identificar cuantos alojamientos turísticos existían y la estructura de los alojamientos turísticos antes del terremoto, con la finalidad de determinar a qué tipo de clasificación pertenecía; se realizó mediante el catastro turístico del cantón Portoviejo 2016 y a la vez se verificará la existencia de dichos establecimientos.

Actividad II. Caracterizar los alojamientos turísticos pos terremoto.

Para esta actividad se dio a conocer cuántos alojamientos turísticos existen, los cuales se obtuvieron por el catastro turístico de la ciudad de Portoviejo actualizado, dicha acción permitió medir el estado actual de cada uno de ellos, para esto se utilizarán los métodos analítico, descriptivo y bibliográfico. Es preciso mencionar que para la realización de esta actividad se ejecutó mediante el trabajo de observación de campo.

Actividad III. Identificar los establecimientos de la ciudad de Portoviejo.

Para el desarrollo de esta actividad se analizó el catastro, en el mismo se reflejaban 22 establecimientos y al constatar en físico su existencia se pudo determinar que solo existían 12 de ellos, por lo que se estableció aplicar la investigación a la totalidad de los establecimientos que se constató su presencia.

FASE II. DETERMINAR LA CLASIFICACIÓN DEL ALOJAMIENTO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**Actividad IV. Determinar el estado de la clasificación de los alojamientos turísticos**

Teniendo como herramienta las fichas del Reglamento de Alojamiento Turístico y del Manual de aplicación del Reglamento de Alojamiento Turístico se procedió a analizar y determinar la clasificación de los alojamientos turísticos en la actualidad (Método analítico deductivo) y así se determinó la clasificación correspondiente de acuerdo a la infraestructura e instalaciones que tiene el alojamiento.

Actividad V. Aplicación de evaluación de los alojamientos

Para la realización de esta actividad se estableció trabajar con las fichas del Reglamento de Alojamiento Turístico y del Manual de aplicación del Reglamento de Alojamiento Turístico, (Ver Anexo 4, Anexo 5), con el propósito de saber la

realidad de cada uno de los 12 establecimientos existentes en la ciudad de Portoviejo; mediante el levantamiento de información que se realizó en la visita de campo.

En esta parte de ejecución se realizó la aplicación del método de experto para determinar la validación de las preguntas del cuestionario para evaluar la satisfacción del cliente, para esto se desarrolló un cuestionario de 18 preguntas el cual fue estudiado por los expertos en donde determinaron la cantidad de preguntas con los temas más relevantes a encuestar. (Anexo 6)

Actividad VI. Analizar el estado de satisfacción de los clientes con la aplicación del tamaño muestral.

Dentro de esta actividad se procesará toda la información recopilada, usando método analítico conjunto a la herramienta estadística SSPS, contribuyendo así a determinar y analizar (método analítico y deductivo) los resultados correspondientes a la investigación. Del mismo modo en esta actividad se procedió a determinar el número de huéspedes que serían encuestados con el fin de conocer el nivel de satisfacción de cada una de ellos y así saber cuáles serán los puntos a mejorar, las encuestas que se realizaron fueron validadas por los expertos. Ya que se conocía el tamaño de la población se determinó utilizar el cálculo del tamaño de la muestra en poblaciones finitas.

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}$$

FASE III. PROPUESTA DE ACCIONES DE MEJORA

Actividad VII. Determinar las acciones de mejora.

Una vez analizada todas las deficiencias encontrada en los establecimientos de alojamiento según su clasificación y la incidencia que tiene esta en la satisfacción

al cliente se determinó acciones de mejora, para mejorar la posición competitiva de la organización, lo que contribuye a brindar valor agregado de la actividad del hospedaje turístico. Este proceso significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, que y como cambiar el enfoque específico del empresario y del proceso o como mecanismo viable y accesible de la empresa en la nueva era tecnológica (Jiménez, 2015)

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El actual capítulo tiene como objetivo demostrar los resultados obtenidos en el cumplimiento de cada una de las etapas propuestas en el proceso metodológico de la investigación las cuales fueron desarrolladas mediante la aplicación de diferentes métodos científicos, técnicas y herramientas consintiendo así sustentar la información que se describen a continuación.

4.1. FASE 1. CARACTERIZACIÓN.

Para la realización de esta fase se recurrió al método analítico sintético teniendo como herramienta el Catastro de los servicios del cantón Portoviejo para determinar la cantidad existente de los servicios de alojamiento antes y posterior al terremoto del 16A teniendo como respaldo la caracterización de cada uno de los establecimientos para establecer el estado actual.

4.1.1. ACTIVIDAD 1. CARACTERIZAR LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS ANTES DEL TERREMOTO.

Para esta actividad se recurrió a información documental, Catastro 2016 – Portoviejo, en donde se describen cada uno de los establecimientos registrados. Para antes del 16A, se encontraban 53 establecimientos en la cabecera cantonal conformado por diez moteles, cuatro pensiones, veinticuatro hostales, dos hosterías y trece hoteles con diferentes categorías. Ver Anexo 1 Catastro de servicio de alojamiento del cantón Portoviejo 2016.

4.1.2. ACTIVIDAD 2. CARACTERIZAR LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DESPUÉS DE TERREMOTO.

En el desarrollo de esta actividad iniciamos con un breve análisis comparativo del anterior y actual catastro del cantón Portoviejo, en el cual se pudo determinar que se han registrado 22 establecimientos de alojamiento en la cabecera cantonal identificándose trece hostales, siete hoteles y dos hosterías con sus respectivas categorías. Para un mayor sustento de información se investigó de manera in situ para aplicar como herramienta la ficha técnica de Alfonso (2017), que tiene como objetivo recopilar información sobre los centros de hospedajes

para la caracterización del estado actual y categorización, contribuyendo así con la realización de la presente investigación. Cabe destacar que al momento de la verificación de la información solo se localizaron doce establecimientos según la dirección registrada en el catastro y dio como resultado la caracterización de seis hoteles y cuatro hostales debido a la falta de cooperación por parte de los administradores y/o propietarios fue imposible realizar la investigación en la totalidad de los hospedajes; A continuación, se detalla cada uno de los establecimientos caracterizados, (ver desde tabla 4.5 a 4.12)

Tabla 4.4 Generalidades del Hotel Máximo

GENERALIDADES	
Nombre del establecimiento	Hotel Máximo
Nombre de propietario / encargado	Hidalgo Castillo José Alejandro
Profesión del propietario	
Tipología	Hotel.
Categoría	2 estrellas.
Dirección	Av. América y Av. 5 de Junio
Teléfono	052 – 636 – 521 0992142700
E-mail	alejandrohidalgo1963@hotmail.com
Redes sociales donde cuenta con presencia	Facebook – Instagram.
Sitio Web	www.hotelesportoviejo.com
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón.
Número de pisos	3 pisos
Número de habitaciones	27 habitaciones.
Años de funcionamiento/ Fecha de inauguración	19 años.
Número de empleados	4 empleados.
Certificaciones o distinciones otorgados	NO

Fuente: Ficha de caracterización, Alfonso (2017)

Cuenta con una distribución física tipo departamentos, en sus instalaciones se puede identificar cinco habitaciones simples, cinco habitaciones dobles, 17 habitaciones triples/familiares y una suite presidencial, todas las habitaciones son insonorizadas, además cuenta con dos salones de eventos, servicio de bar restaurant; en la infraestructura de este hotel también se puede observar el adecuado manejo del generador de emergencias. Entre los otros servicios que ofrece tienen internet en las habitaciones y aéreas de uso común, aire acondicionado, área de vestíbulo, parqueadero, un local de alquiler con fines comerciales de acuerdo con la actividad, área de uso exclusivo para uso del personal, entrada principal de clientes al área de recepción y otra de servicios, las habitaciones tienen su respectivo baño privado, agua caliente, TV por cable, abastecimientos de amenities, frigobar en ciertas habitaciones. Otra de las facilidades que brinda este hotel es la contratación de servicios tercerizados de acuerdo con las necesidades del cliente.

Tabla 4.5 Generalidades Hotel Boston

GENERALIDADES	
Nombre del establecimiento	Hotel Boston
Nombre del propietario / encargado	Mendoza Meza Mariana Auxiliadora
Profesión del propietario	
Tipología	Hotel.
Categoría	2 estrellas.
Dirección	15 de abril y 29 de junio
Teléfono	052 – 930 – 821 0994842719
E-mail	nexpaca@hotmail.com
Redes sociales donde cuenta con presencia	Facebook – Instagram.
Sitio Web	
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón.
Número de pisos	3 pisos
Número de habitaciones	27 habitaciones.
Años de funcionamiento/ Fecha de inauguración	10 de diciembre 2018.
Número de empleados	4 empleados.
Certificaciones o distinciones otorgados	NO

Fuente: Ficha de caracterización, Alfonso (2017)

Las instalaciones del hotel Boston posee una distribución física tipo departamento, se contabilizan ocho habitaciones simples, cuatro habitaciones dobles, tres habitaciones triples/familiares, una habitación con las condiciones adecuadas para personas discapacitadas y cuatro habitaciones presidenciales, las habitaciones son insonorizadas, servicio de bar restaurant, centro de negocio con servicio de internet, al igual que todas habitaciones y áreas de uso común, parqueadero, lavandería, área exclusiva para uso del personal, entrada principal de clientes, área de recepción y otra de servicio, las habitaciones además cuentan con aire acondicionado, teléfono, baño privado, agua caliente, TV por cable abastecimiento de amenities de limpieza y de uso personal, además brinda el servicio sea personal o contratado según las necesidades de cada cliente.

Tabla 4.6 Generalidades Hotel Madrigal

GENERALIDADES	
Nombre del establecimiento	Hotel Madrigal
Nombre del propietario / encargado	Cevallos Zamora Sereia Italia
Profesión del propietario	
Tipología	Hotel.
Categoría	2 estrellas.
Dirección	Constantino Mendoza y Av. Universitaria
Teléfono	052 – 632 – 221 0983387601
E-mail	hotel.madrigal@hotmail.com
Redes sociales donde cuenta con presencia	Facebook – Instagram.
Sitio Web	
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón.
Número de pisos	2 pisos altos 1 planta baja
Número de habitaciones	22 habitaciones.
Años de funcionamiento/ Fecha de inauguración	8 años.
Número de empleados	5 empleados.
Certificaciones o distinciones otorgados	NO

Fuente: Ficha de caracterización, Alfonso (2017)

El hotel Madrigal tiene a disposición 15 habitaciones simples, dos habitaciones dobles, cuatro habitaciones triples/familiares y una suite, todas tipo departamento, bar dentro del establecimiento, internet en todas las habitaciones y áreas de uso común, aire acondicionado, área de vestíbulo, lavandería, parqueadero, área de uso exclusivo para uso del personal, las habitaciones cuentan además con teléfono, baño privado, agua caliente, TV por cable, amenities de limpieza uso personal, frigobar en dos habitaciones; en las instalaciones del hotel es visible la señalización de salidas de emergencia, de manera parcial, ofrecen servicios adicionales según las peticiones del usuario.

Tabla 4.7 Generalidades Hotel San Fernando

GENERALIDADES	
Nombre del establecimiento	Hotel San Fernando
Nombre del propietario / encargado	Cornejo Fariás Freddy Fernando
Profesión del propietario	Licenciado en Turismo
Tipología	Hotel.
Categoría	2 estrellas.
Dirección	Calle nueva y Carlos Augusto Solórzano
Teléfono	052 – 630 – 082 0996816469
E-mail	ab.f.cornejo@hotmail.com
Redes sociales donde cuenta con presencia	Facebook – Instagram.
Sitio Web	www.hotelesanfernando.com
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón.
Número de pisos	2 pisos altos y planta baja
Número de habitaciones	22 habitaciones.
Años de funcionamiento/ Fecha de inauguración	Agosto 2017.
Número de empleados	6 empleados.
Certificaciones o distinciones otorgados	NO

Fuente: Ficha de caracterización, Alfonso (2017)

La distribución física del hotel San Fernando es de tipo departamento, con la disponibilidad de 13 habitaciones simples, cuatro habitaciones doble, dos habitaciones triples/familiares y una suite junior todas insonorizadas, internet en todas las habitaciones y áreas de uso común, vestíbulo, bar dentro de las instalaciones, parqueadero, lavandería, área de uso exclusivo del personal, las habitaciones dispone de aire acondicionado, baño privado, agua caliente TV por cable, amenities de limpieza y de uso personal, frigobar en dos de las habitaciones, además ofrece otros servicios propios o contratados según las necesidades del usuario.

Tabla 4.8 Generalidades Hotel Ceibo Real

GENERALIDADES	
Nombre del establecimiento	Hotel Ceibo Real
Nombre del propietario / encargado	Vera Sánchez CIA. LTDA.
Profesión del propietario	
Tipología	Hotel.
Categoría	1 estrella.
Dirección	Av. Manabí y Pio Montúfar
Teléfono	052 – 632 – 263 0990082162
E-mail	ceiboreal@hotmail.com
Redes sociales donde cuenta con presencia	Facebook – Instagram.
Sitio Web	www.hotelceiboreal.com
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón.
Número de pisos	3 pisos altos y planta baja
Número de habitaciones	26 habitaciones.
Años de funcionamiento/ Fecha de inauguración	
Número de empleados	24 empleados.
Certificaciones o distinciones otorgados	NO

Fuente: Ficha de caracterización, Alfonso (2017)

Las habitaciones tipo departamento del hotel Ceibo Real tienen a disponibilidad diez habitaciones simples, seis habitaciones dobles, dos habitaciones triple/familiares, dos habitaciones para discapacitados, dos suites presidencial, un restaurante dentro del establecimiento, todas las habitaciones están insonorizadas, cuentan con generador de emergencias, las instalaciones del hotel están adaptadas para facilitar la estancia de personas con discapacidades, parqueadero, ascensor para uso de los huéspedes, área de uso exclusivo para uso del personal, entrada principal de clientes al área de recepción, internet en todas las habitaciones y áreas de uso común; todas las habitaciones disponen de aire acondicionado, teléfono, caja de seguridad, baño privado, agua caliente, TV por cable, frigobar, abastecimiento de amenities de limpieza y de uso personal; además pone a disposición otros servicio según los requerimientos de los clientes.

Un dato importante obtenido en la caracterización de este hotel es, que en el catastro esta registrado como un hotel de categoría e 1 estrella, pese que ellos cuentan con una certificación emitida por el MINTUR como Hotel 4 estrellas.

Tabla 4.9 Generalidades Hotel Ceibo Dorado

GENERALIDADES	
Nombre del establecimiento	Hotel Ceibo Dorado
Nombre del propietario / encargado	HCDORADO CIA. LTDA.
Profesión del propietario	
Tipología	Hotel.
Categoría	2 estrellas.
Dirección	Espejo y Pedro Gual
Teléfono	052 – 657 – 080 0991990666
E-mail	gerencia@hoteleceibodorado.com.ec
Redes sociales donde cuenta con presencia	Facebook – Instagram.
Sitio Web	www.hoteleceibodorado.com.ec
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón.
Número de pisos	6 pisos
Número de habitaciones	53 habitaciones.
Años de funcionamiento/ Fecha de inauguración	2011.
Número de empleados	16 empleados.
Certificaciones o distinciones otorgados	NO

Fuente: Ficha de caracterización, Alfonso (2017)

El hotel Ceibo Dorado dispone de una distribución física tipo departamento dividida en veintinueve habitaciones simples, nueve habitaciones, dos habitaciones triples/familiares, siete habitaciones, matrimoniales, dos habitaciones para discapacitados, dos suites junior y una suite presidencial, bar restaurante dentro de las instalaciones, generador de emergencia, acondicionamiento térmico en áreas de uso común, ascensor, área de vestíbulo, lavandería, área para el uso del personal, entradas diferencias para clientes y el personal de servicio, centro de negocios con servicios de internet; todas las habitaciones están habilitadas al uso de internet, son insonorizadas, acondicionamiento térmico, frigobar, teléfono, caja de seguridad, baño privado, agua caliente, TV por cable, además pone a disposición todos los requerimientos necesarios a sus clientes excepto transfer in/out y la disponibilidad de sillas de ruedas.

Tabla 4.10 Generalidades Hostal Hernández

GENERALIDADES	
Nombre del establecimiento	Hotel Hernández
Nombre del propietario / encargado	Cornejo Fariás Freddy Fernando
Profesión del propietario	Licenciado en Turismo
Tipología	Hostal.
Categoría	1 estrella.
Dirección	Francisco Pacheco y Córdova
Teléfono	052 – 630 – 114 0997276470
E-mail	hotelhernandez@hotmail.com
Redes sociales donde cuenta con presencia	Facebook.
Sitio Web	
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón.
Número de pisos	3 pisos
Número de habitaciones	30 habitaciones.
Años de funcionamiento/ Fecha de inauguración	Noviembre 2008.
Número de empleados	6 empleados.
Certificaciones o distinciones otorgados	NO

Fuente: Ficha de caracterización, Alfonso (2017)

El Hotel Hernández pese a llamarse así, esta catastrado con categoría de hostal, cuenta con 19 habitaciones simples, 8 habitaciones dobles, 4 habitaciones triples/familiares, también tiene a disponibilidad 2 salones de eventos, 2 centros de negocios con servicios de internet, local comercial a fin a la actividad, área exclusivo para uso del personal, entradas diferenciadas para el uso del clientes y el personal del hostal; las habitación disponen de aire acondicionado, baño privado, TV por cable, además de servicios adicionales de acuerdo a las peticiones del huésped.

Tabla 4.11 Generalidades Hostal Quito Manabí

GENERALIDADES	
Nombre del establecimiento	Quito Manabí
Nombre del propietario / encargado	López Chica Gelma María
Profesión del propietario	
Tipología	Hostal.
Categoría	1 estrella.
Dirección	Calle Quito y Av. Manabí.
Teléfono	052 – 636 - 685
E-mail	gelmanavia@hotmail.com
Redes sociales donde cuenta con presencia	Facebook – Instagram.
Sitio Web	
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón.
Número de pisos	2 pisos
Número de habitaciones	17 habitaciones.
Años de funcionamiento/ Fecha de inauguración	Agosto 2017.
Número de empleados	3 empleados.
Certificaciones o distinciones otorgados	NO

Fuente: Ficha de caracterización, Alfonso (2017)

Este hostal tiene 7 habitaciones simples, 3 habitaciones dobles, 6 habitaciones matrimoniales y una habitación para discapacitados, parqueadero, lavandería,

internet en todas las habitaciones y áreas de uso común, aire acondicionado solo en 5 habitaciones.

Tabla 4.12 Generalidades Hostel Reales Tamarindo

GENERALIDADES	
Nombre del establecimiento	Reales Tamarindos
Nombre del propietario / encargado	Hidalgo Benavides Máximo Clotario
Profesión del propietario	
Tipología	Hostal.
Categoría	1 estrellas.
Dirección	Av. Reales Tamarindo y Tenis Club
Teléfono	052 – 653 – 622 0992142700
E-mail	alejandrohidalgo1963@hotmail.com
Redes sociales donde cuenta con presencia	Facebook – Instagram.
Sitio Web	www.hotelesportoviejo.com
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón.
Número de pisos	2 pisos
Número de habitaciones	10 habitaciones.
Años de funcionamiento/ Fecha de inauguración	2005.
Número de empleados	4 empleados.
Certificaciones o distinciones otorgados	NO

Fuente: Ficha de caracterización, Alfonso (2017)

La Hostel Reales Tamarindos presenta en em sus instalaciones 1 habitación simple, 2 habitaciones dobles, 7 habitaciones triples/familiares, además del bar restaurant, con el área de vestíbulo, parqueadero, con servicios como lavandería, disponibilidad del uso del internet en todas las habitaciones y áreas de uso común, baño privado, agua caliente, TV por cable, amenities de limpieza y cuidado personal, generador de emergencias, todas las habitaciones son insonoras, pone disponibilidad de otros servicios dependiendo la necesidad del cliente.

Tabla 4.13 Generalidades Hostel California

GENERALIDADES	
Nombre del establecimiento	California
Nombre del propietario / encargado	Bazurto Sánchez José Agustín
Profesión del propietario	
Tipología	Hostal.
Categoría	1 estrellas.
Dirección	Novena transversal y Calle Chone
Teléfono	052 – 931 – 365 0990975860
E-mail	agustin_bazurto@yahoo.es
Redes sociales donde cuenta con presencia	Facebook – Instagram.
Sitio Web	
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón.
Número de pisos	1 piso
Número de habitaciones	16 habitaciones.
Años de funcionamiento/ Fecha de inauguración	20 años.
Número de empleados	¿?
Certificaciones o distinciones otorgados	NO

Fuente: Ficha de caracterización, Alfonso (2017)

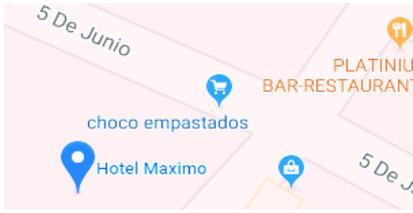
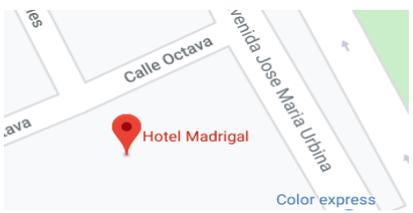
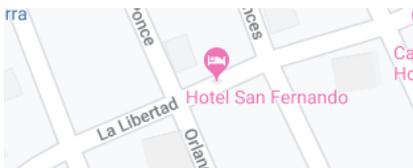
La distribución física de la Hostal California corresponde a departamentos y villas distribuidas en 4 habitaciones simples, 3 habitaciones dobles, 7 habitaciones triple/familiares y 2 habitaciones matrimoniales, cuenta además con un bar restaurant con zona diferenciadas entre sí, internet en todas las habitaciones y áreas de uso común, parqueadero, área de uso exclusivo para el personal, entrada principal de clientes al área de recepción y otra de servicio, vestíbulo, lavandería; todas las habitaciones disponen de aire acondicionado, baño privado, agua caliente, TV por cable, abastecimiento de amenities de limpieza y de uso personal, teléfono, además de ofrecer servicios complementarios según la necesidad del huésped.

De manera general, lo que se pudo evidenciar que la prestación de servicios en los alojamientos del cantón Portoviejo, el personal operativo, administrativo y técnico es esencialmente familiar, los cuales cumplen tareas multifuncionales turnándose entre sí. Otro aspecto relevante detectado al momento de la investigación *insitu* es la poca veracidad geográfica al momento de detallar la ubicación de los establecimientos, podemos constatar que a pesar de estar aparentemente actualizado aún existen información errónea en la información documental emitida por las autoridades competentes, lo que hizo que no sea posible caracterizar todos los establecimientos catastrados.

4.1.3. IDENTIFICAR LOS ESTABLECIMIENTOS DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO

De acuerdo con el catastro proporcionado por el GAD Municipal, se pudo identificar que en la totalidad de los establecimientos se localizan en un mismo entorno de la ciudad de Portoviejo, sin embargo, fue necesaria una localización in situ ya que la ubicación se encontraba incorrecta. A continuación, se muestra una tabla con las direcciones correspondientes de cada establecimiento. Ver tabla 4.15 y 4.16

Tabla 4.14 Identificación de los Hoteles

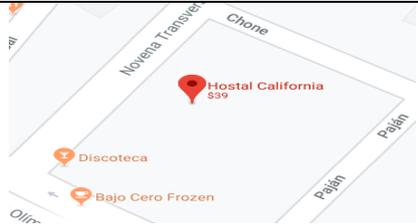
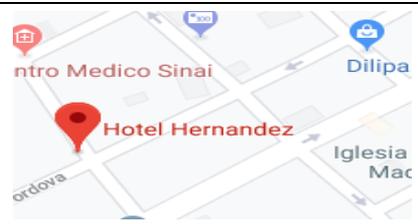
TIPOLOGÍA HOTELES		
ALOJAMIENTO	UBICACIÓN	LOCALIZACIÓN
Hotel Máximo	Se encuentra en la Av. América y Av. 5 de junio a 5 minutos del Terminal Terrestre.	
Hotel Boston	Su ubicación es en la calle 15 de abril al frente del terminal terrestre.	
Hotel Madrigal	En la calle Constantino Mendoza Entre Av. Universitaria Y Olmedo, a 20 metros del estadio Reales Tamarindo	
Hotel San Fernando	Este hotel es relativamente nuevo y se encuentra ubicado en la Calle libertad, entre Orlando Ponce y Rafael Jarre Vinces, a 5 minutos del parque La Rotonda	
Hotel Ceibo Real	Localizado en la Av. Manabí y Pio Montufar esquina.	
Hotel Ceibo Dorado	Ubicado en la calle Espejo y Pedro Gual esquina	

Fuente: Elaboración propia.

El Hotel Madrigal se encontraban en el catastro en la dirección Aníbal San Andrés y Che Guevara y en realidad se encuentra en la calle Constantino Mendoza Entre Av. Universitaria Y Olmedo, a 20 metros del estadio Reales Tamarindo. Lo mismo sucede con el Hotel san Fernando que según el catastro se encuentra en la calle Nueva y Carlos Augusto Solorzano siendo una dirección

errónea ya que el establecimiento se encuentra en la Calle libertad, entre Orlando Ponce y Rafael Jarre Vínces, a 5 minutos del parque La Rotonda

Tabla 4.15 Identificación de los Hostales

TIPOLOGÍA HOSTALES		
ALOJAMIENTO	UBICACIÓN	LOCALIZACIÓN
Hostal California	Novena Transversal, entre Chone y Av. Olímpica, a escasos metros del complejo deportivo La California	
Hostal Reales Tamarindo	Este hostel se encuentra en una ubicación privilegiada en la Av. Reales Tamarindos 115, entre Joaquín Ramírez y Av. Antonio Menéndez, atrás de La Rotonda.	
Hostal Quito Manabí	Se ubica en la Av. Quito y Av. Manabí, en el centro de Portoviejo	
Hostal Hernández	Se Encuentra en la calle Francisco Pacheco y Córdova a dos cuadras de Dilipa.	

Fuente: Elaboración propia.

El Hostal California presentaba otra dirección ya que estaba situado en la calle Teodoro Wolf y Venezuela y en realidad se encuentra en la ubicación Novena Transversal, entre Chone y Av. Olímpica, a escasos metros del complejo deportivo La California, el mismo caso se presenta en el Hostal Hernández ya que este establecimiento está en la calle Francisco Pacheco y Córdova a dos cuadras de Dilipa y en el catastro se encontraba en la calle Córdova y Espejo siendo esta una dirección incorrecta.

4.2. FASE 2. DETERMINAR LA CLASIFICACIÓN DEL ALOJAMIENTO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Para esta fase se determinó utilizar los métodos analítico, deductivo, descriptivo, ya que se utilizaron herramientas tales como el Reglamento de Alojamiento Turístico RO 465 del Ecuador conjunto con su respectivo manual de aplicación para determinar el estado actual, haciendo énfasis en cada detalle para la adecuada caracterización de los establecimientos; adicional a esto para un sustento más sólido se aplicaron entrevistas con el objetivo de conocer la parte operacional del servicio ofrecido.

4.2.1. DETERMINAR EL ESTADO DE LA CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Tabla 4.16 Categoría otorgada por las Autoras a los Alojamientos Hoteleros en Portoviejo

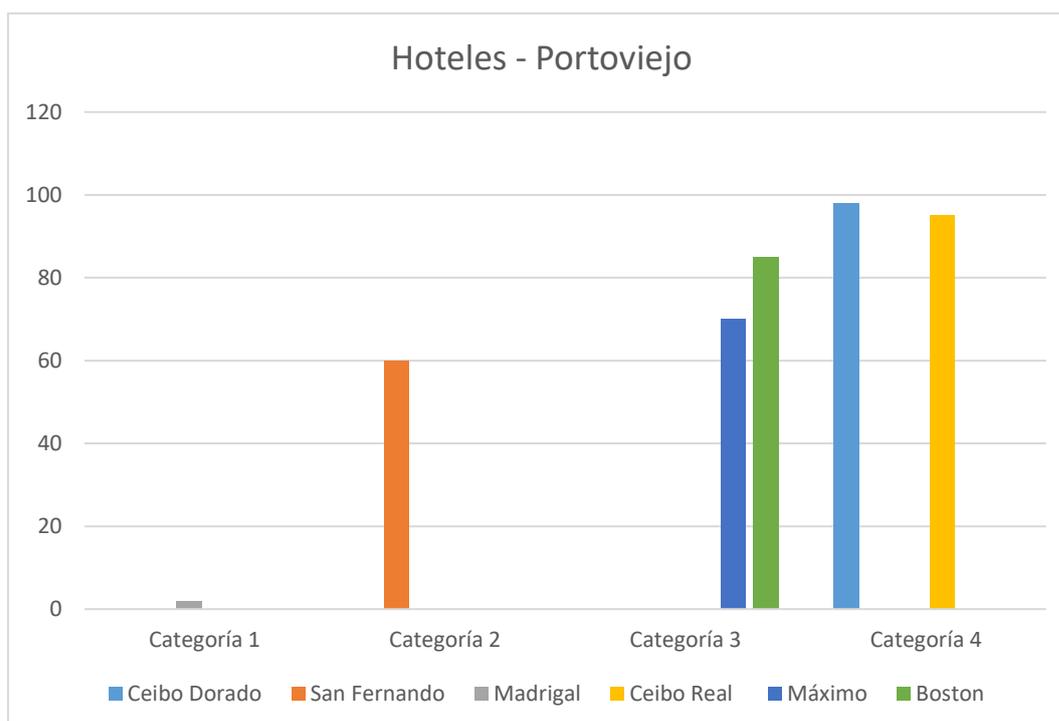
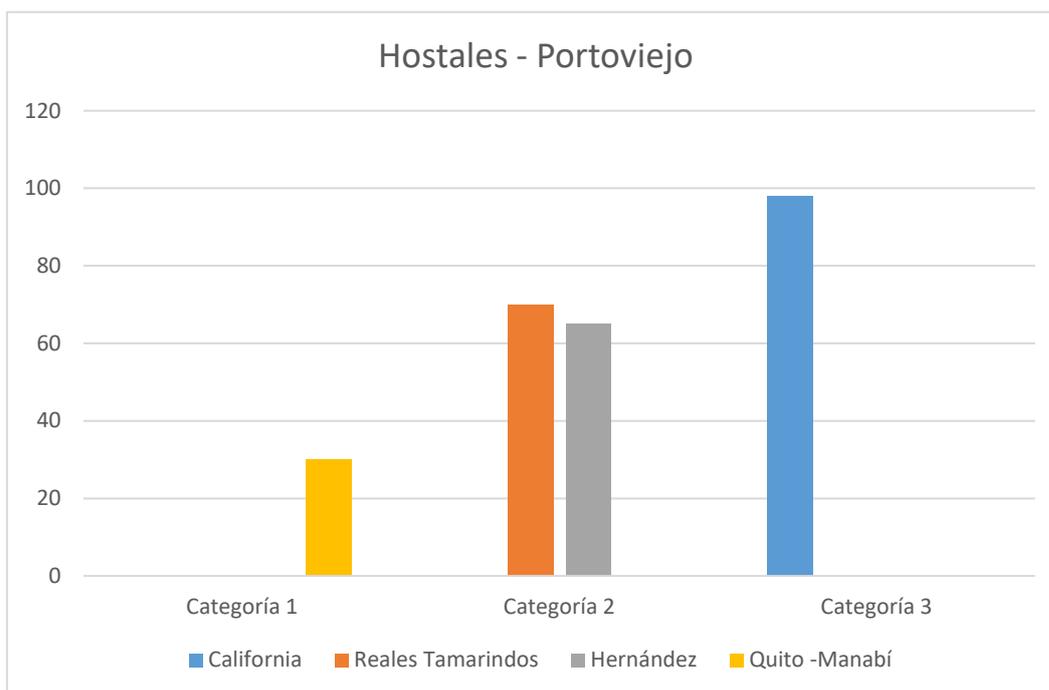


Tabla 4.17 Categoría otorgada por las Autoras a los Alojamientos Hostales en Portoviejo



Como se puede apreciar en la tabla 4.17 referente a hoteles, al clasificar los mismos, se ubicaron dos establecimientos en categoría 4, dos establecimientos en categoría 3 y una en categoría 1, no como se encontraba en el registro del catastro en donde se registraban todos en categoría 2.

Con referencia a la tabla 4.18 con referencia a hostales, al clasificar cada uno de ellos, se pudo determinar un establecimiento en categoría 3, dos establecimientos en categoría 2 y un establecimiento en categoría 1, constatando la diferencia en el catastro en donde todos se registraban en categoría 2.

4.2.2. APLICACIÓN DE EVALUACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS EN LAS ÁREAS DE OPERACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS

Con el objetivo de identificar la situación actual de los alojamientos turísticos pos terremoto y conocer la parte operacional de los mismos, se planteó la aplicación de la herramienta de entrevista directa tipo cuestionario (Anexo 7) dirigidas a los administradores y/o propietarios de los 10 establecimientos identificados en esta investigación, las cuales se realizaron en distintas fechas del mes de diciembre del 2019 para así poder contribuir de una mejor manera a la evaluación y

clasificación de los alojamientos turísticos. El resultado general se aprecia en la tabla 4.19.

Tabla 4.18 Hoteles - Análisis de las entrevistas realizada a los Hoteles y Hostales de Portoviejo

ÍTEMS	RESULTADOS
1. ¿Cuántas áreas de operaciones tiene el Alojamiento? ¿Cuáles son?	En la parte operacional de los hoteles se puede evidenciar una estructura organizacional estructurada teniendo como ejemplo el organigrama que facilitaron el personal administrativo de los hoteles, donde se demuestra que como parte operacional del establecimiento se identifican gerencia, administrativo en sus diferentes niveles; por su parte, los hostales presentan la parte operacional de manera multifuncional.
2. ¿Cuáles son las áreas de servicio en su hotel interna y externa?	Asistencia contable, recepción y el departamento de ama de llaves con sus respectivas áreas de funciones tales como camaristas y de mantenimiento, es necesario mencionar que en los hostales el capital humano es multifuncional
3. ¿Cuál es la capacidad ocupacional del hotel?	Llevar un estudio de nivel ocupacional del alojamiento mediante el uso de pax
4. ¿Cómo Gerente o propietario de este hotel conoce o evalúa sistemáticamente la satisfacción del cliente y cuales han sido la ventaja de aplicar esta evaluación?	Evaluación sistemática en que ellos evalúan la satisfacción del cliente es el contacto directo con el huésped, lo cual les ha permitido corregir errores mínimos o de bajo impacto
5. ¿Emplean Uds. algún registro de quejas de sus clientes y cuál ha sido la queja de mayor frecuencia?	Lo hacen mediante dialogo directo, la queja más usual es la de requerimientos de amenities, seguido de cambios de la lencería de la habitación.
6. ¿Considera Ud. que su personal está capacitado para resolver todo tipo de problema que se presente eventualmente con algún usuario?	La mayoría de los establecimientos consideran que su personal si están totalmente capacitados para resolver los problemas suscitados en el momento del requerimiento del cliente, ya que el personal es por lo general multifuncional
7. ¿Su personal administrativo, domestico, de limpieza, y de servicios son capacitados y evaluados y si es así cada que tiempo y en que temáticas?	Dieron a conocer que todo el capital humano de los establecimientos está debidamente en capacitación constante en todas las áreas operativas y administrativas.
8. ¿En su gestión como gerente, encargado o propietario que es lo más importante en relación y satisfacción del cliente?	Que estén con la disposición de brindar la información correcta y básica sobre cualquier cuestionamiento que tenga el huésped.
9. ¿Cuentan con alguna plataforma digital y con plan de marketing?	Actualmente ningún establecimiento cuenta con los recursos tecnológicos que gestiones su promoción, exceptuando los hoteles Ceibo Real y Ceibo Dorado que está en planes de desarrollar dicho recurso.
10. ¿Cuáles son las estrategias implementadas para brindar un servicio que cumplan con las expectativas del cliente en todos los aspectos, alimentación, diversión, confort, entre otros?	Analizando debidamente cada detalle de las entrevistas, los establecimientos de alojamientos de la ciudad de Portoviejo se limitan solamente a dicha actividad, ya que en el centro de la ciudad en donde están ubicados la mayoría de los establecimientos, tienen las facilidades y requerimientos de ocio a sus alrededores.

11. ¿Utilizan algún o algunos medios, técnicas o herramientas para evaluar el nivel de satisfacción de sus clientes?	Ninguno. Considerando solamente el dialogo directo, además de las recomendaciones de persona a persona.
--	---

Fuente: Elaboración propia.

Como resultado de cada una de las entrevistas se puede determinar que ocho de diez establecimientos, el cliente interno es multifuncional solamente destacando o diferenciando el área de recepción, de acuerdo con las tipologías brindan servicios según las peticiones de los huéspedes. En su mayoría evalúan la incidencia que tiene el servicio ofrecido mediante dialogo directo para así poder mitigar los posibles errores no previstos; como es conocido, actualmente este tipo de evaluación es más valorado por medio de las diferentes plataformas virtuales lo cual les facilita tener una aproximación del nivel de satisfacción que reflejan los usuarios. Todos los establecimientos coinciden que la capacitación constante ayuda al mejor desenvolvimiento y un servicio brindado por parte del personal, pese a esto no tienen conocimiento de medios, técnicas o herramientas diferenciadoras que les permita valorar el nivel de satisfacción de sus clientes.

Para la selección del panel de expertos se toma como referencia la reseña de Reguant & Torrado (2016) citado por Meza (2019) quien señala que el tamaño del grupo debe estar entre un mínimo de 7 y un máximo de 30 integrantes, un experto según Zeballos (2015): es la persona que tiene un conocimiento directo de lo que se hace en la acción, con competencias como para lograr resultados aceptables” (p3), por tanto dicho conocimiento y experiencia permite que estos puedan emitir criterios sobre una temática planteada.

En el presente estudio se consideró que el equipo de expertos debía reunir los siguientes requisitos:

- ✓ Estar predispuesto a participar en el panel.
- ✓ Tener conocimiento, experiencia laboral y/o docente sobre la Gestión de Innovación Tecnológica y de sus funciones aplicada a la hotelería.
- ✓ Contar con un mínimo de 10 años de experiencia profesional en gestión hotelera o actividades a fines.

- ✓ Emitir análisis y criterios confiables sobre la temática que se estudia y sobre cómo ésta es desarrollada en el campo hotelero.

Para la selección de expertos se realizó el proceso de medición del Coeficiente de Conocimiento (Kc), el Coeficiente de Argumentación (Ka) y finalmente el Coeficiente de Competencia de un panel de 10 especialistas. La Tabla posterior indica los resultados del coeficiente de competencia (Kp) de los expertos en mención, mostrando que los expertos (E1, E2, E4, E5, E6, E8 y E10) se encuentran en la escala alta de ($0,8 > K \geq 1,0$) mientras que los expertos (E3, E7 Y E9) se encuentran en la escala media de ($0,5 > K \geq 0,8$), la valoración promedio de la tabla fue de 0,89 (Ver tabla 4.20).

Tabla 4.19 Ponderaciones de Coeficiente de competencia de los expertos (Kp).

Expertos	Kc	Ka	K	Competencia
E1	0,96	0,95	0,96	Alta
E2	1,00	1,00	1,00	Alta
E3	0,82	0,70	0,76	Media
E4	0,94	0,90	0,90	Alta
E5	0,96	0,95	0,96	Alta
E6	0,96	0,95	0,96	Alta
E7	0,80	0,65	0,73	Media
E8	1,00	1,00	1,00	Alta
E9	0,74	0,82	0,78	Media
E10	0,92	0,90	0,83	Alta
Kp			0,89	

Fuente: Elaboración propia.

En este caso el equipo de expertos seleccionado para la validación de los indicadores que evaluarán la parte operacional que incide en la satisfacción del cliente en los alojamientos turísticos del cantón Portoviejo, son los 7 especialistas que se encuentran dentro de la escala alta mencionados en la tabla 4.21:

Tabla 4.20 Perfiles de los siete expertos.

Expertos	Nombre	Profesión	Años de experiencia	Institución donde labora	Área laboral
E1	Cornejo Farías Freddy Fernando	Licenciado en Turismo	25	Hotel Hernández	Gerente, Administrador y propietario
E2	Nelson García Reinoso	Máster en Gestión Turística	20	ESPAM MFL	Coordinador Académico carrera de Turismo
E3	Diana Sánchez	Licenciada en Turismo	10	GAD Municipal de Portoviejo	Departamento de Turismo

E4	Rodney Alfonso	Administración de empresas turísticas	10	ESPAM MFL	Docente-Investigador
E5	Ana Isabel García	Licenciada en Turismo Master en Turismo Sostenible	15	GAD's Municipales, Unv. Guayaquil, Unv. San Gregorio	Directora de Turismo, Docente investigador
E6	Mario Zambrano Segovia	Ingeniero en Hotelería y Turismo	20	GAD Municipal Santa Ana	Director de Turismo
E7	José Alejandro Hidalgo Castillo	Ingeniero comercial	30	Hotel Máximo Hostal Reales Tamarindo	Presidente en la asociación de ingenieros comerciales de Manabí, vicepresidente de la asociación hotelera, Gerente y Administrado.
E8	Fanny Cecilia Cedeño Burgos	Ingeniera en Administración de empresa	18	Hotel Atahualpa de Chone	Administradora
E9	Efraín Vega	Contador e Ingeniero en Administración de Empresas	10	Hotel Ceibo Dorado	Administrador, Contador Público
E10	Ma. Fernanda Rodríguez	Ingeniera Administración de Empresas	10	Ministerio de Turismo	Especialista de registro y estadística Zonal

Fuente: Elaboración propia.

PROCESO DE SELECCIÓN DE EXPERTOS

Para el cálculo del número de los especialistas que conformarían el panel de expertos se utilizó la siguiente fórmula:

$$M = \frac{P(1-P)K}{I^2}$$

Donde:

M= cantidad de personas necesarias.

I= nivel de precisión que expresa la discrepancia o variabilidad que muestra el grupo en general.

P= porcentaje de error que como promedio se tolera en sus juicios.

K= constante cuyo valor está asociado al nivel de confianza.

Reemplazando los valores de la fórmula para el presente estudio se tiene lo siguiente:

$$1-a = 0.99\%$$

$$P = 0.01$$

$$I = \pm 0.10$$

$$K = 6,6564$$

Aplicada la formula se obtuvo como resultado el empleo de 9 expertos.

En la Tabla 4.22 se detalla el perfil de cada uno de los expertos manteniendo su anonimato representado por números que van del E1 al E9.

Tabla 4.21 Perfiles de expertos.

Expertos	Profesión	Años de experiencia	Institución donde labora	Área laboral
E1	• Licenciada en Turismo	25	Hotel Hernández	Gerente, Administrador y Propietario
E2	• Máster en Gestión Turística	20	ESPAM MFL	Coordinador Académico carrera de Turismo
E3	• Licenciada en Turismo	15	GAD Municipal de Portoviejo	Departamento de turismo
E4	• Administración de empresas turísticas	10	ESPAM MFL	Docente-Investigador
E5	• Licenciada en Turismo, Mater en Turismo Sostenible	15	GAD's Municipales, Unv. Guayaquil, Unv. San Gregorio	Directora de Turismo, Docente Investigador
E6	• Ingeniero en Hotelería y Turismo	20	GAD Municipal Santa Ana	Director de Turismo
E7	• Ingeniero Comercial	30	Hotel Máximo Hostel Reales Tamarino	Gerente, Administrador
E8	• Administración de empresa	18	Hotel Atahualpa de Chone	Administradora
E9	• Administración de empresas	10	Hotel Ceibo Dorado	Administrador
E10	• Administración de Empresas	10	Ministerio de Turismo	Especialista de Registro y Estadística

Fuente: Elaboración propia.

Para obtener el nivel de competencia de los expertos en primer lugar se realizó la valoración del Coeficiente de conocimiento (Kc) de los expertos respecto a la parte operacional e infraestructura del alojamiento, para lo cual se empleó un herramienta con una interrogación de autoevaluación a los especialistas seleccionados dando lugar a lo propuesto por Palacios, Félix, Bravo, & Márquez

(2015) quienes señalan que los niveles de discernimiento deben ser valorados en una escala creciente del 1 al 10, donde 1 significa absoluto desconocimiento y 10 pleno conocimiento (p5.).

Los temas que debían dominar los expertos fueron los siguientes: Gestión hotelera; La innovación tecnológica como factor de competitividad; estructura organizacional hotelera; Innovación tecnológica en hoteles; Indicadores para evaluar la satisfacción del cliente. Una vez obtenida la valoración propia de cada experto en base a los temas de dominio planteados se realizó el cálculo del Coeficiente de conocimiento (Kc) mediante la siguiente ecuación establecida por Mendoza (2012):

$$k_{c=n(0,1)}$$

Donde:

Kc: Coeficiente de Conocimiento o Información

n: Rango seleccionado por el experto

En la posterior tabla se muestran las valoraciones de Kc de los 10 expertos las cuales se localizan en un rango de (7–10) concluyendo que son calificaciones aceptables de acuerdo a la base metodológica ya descrita.

Tabla 4.22 Valoraciones de Coeficiente de conocimiento (Kc).

Temas de conocimiento	Coeficiente de conocimiento									
	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10
Gestión hotelera	10	10	9	10	10	10	10	10	10	10
Innovación de infraestructura en hoteles	10	10	9	10	10	10	10	10	8	10
Estructura organizacional hotelera	9	10	8	9	9	9	6	10	7	8
La innovación tecnológica como factor de competitividad	10	10	8	10	10	10	8	10	6	10
Indicadores para evaluar la satisfacción del cliente	9	10	7	8	9	9	6	10	6	8
Kc	0.96	1,00	0.82	0.94	0.96	0.96	0.80	1,00	0.74	0.92

Fuente: Elaboración propia.

Seguido se realizó el cálculo del coeficiente de argumentación o fundamentación (ka) considerando el autocriterio de los expertos en relación a un conjunto de variables prediseñadas en una tabla patrón utilizando ponderaciones bajo las siguientes escalas (ver tabla 4.24):

Tabla 4.23 Valoraciones de Coeficiente de argumentación (Kc).

Fuentes de argumentación o fundamentación	Grado de influencia de cada una de las fuentes en sus criterios		
	Alto	Medio	Bajo
¿Tiene conocimiento respecto a la evolución que ha tenido la gestión hotelera en los últimos años?	0,10	0,08	0,05
¿Conoce usted el papel que juega la adecuada estructura organizacional y/u operacional hotelera?	0,15	0,12	0,08
¿Ha realizado aportaciones teóricas prácticas con respecto a la innovación de infraestructura hotelera?	0,20	0,15	0,10
¿Reconoce usted las funciones de la innovación tecnológica aplicada a la hotelería? (Gómez, De las Cuevas, Fernández, & Gonzales, 2013)	0,25	0,20	0,12
¿Estaría en capacidad de elegir los indicadores que evaluarán los factores que inciden en la satisfacción del cliente?	0,30	0,25	0,15
	1	0,80	0,50

Fuente: Elaboración propia.

Para obtener el cálculo del Coeficiente de argumentación de los expertos se utilizó la siguiente fórmula propuesta por (Mendoza, 2012):

$$Ka = ni = (n1 + n2 + n3 + n4 + n5 + n6)$$

Donde:

Ka: Coeficiente de Argumentación

ni: Valor correspondiente a la fuente de argumentación (1 hasta 6)

La siguiente tabla muestra los resultados del grado de influencia sobre las fuentes de criterios de los 10 expertos estableciendo la correlación existente sobre la adecuada gestión y organización que deben tener los alojamientos turísticos para dar mayor satisfacción al cliente, de la cual se tiene un promedio de Ka en un rango superior de (0,6 a 1,00), lo que indica que el grado de influencia sobre las fuentes de criterio de los expertos es alto.

Tabla 4.24 Ponderaciones de Coeficiente de argumentación o fundamentación de los expertos (Ka).

Fuentes de argumentación o fundamentación	Grado de influencia de cada una de las fuentes en sus criterios																																
	E1			E2			E3			E4			E5			E6			E7			E8			E9			E10					
	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B			
¿Tiene conocimiento respecto a la evolución que ha tenido la gestión hotelera en los últimos años?	0,10			0,10			0,08			0,10			0,10			0,10			0,10			0,10			0,10			0,10					
¿Conoce usted el papel que juega la adecuada estructura organizacional y/u operacional hotelera?	0,15			0,15			0,12			0,15			0,15			0,15			0,15			0,15						0,12			0,15		
¿Ha realizado aportaciones teóricas prácticas con respecto a la innovación de infraestructura hotelera?	0,20			0,20			0,15			0,15			0,20			0,15						0,10	0,20					0,15			0,15		
¿Reconoce usted las funciones de la innovación tecnológica aplicada a la <u>hotelería</u> ?	0,25			0,25			0,20			0,25			0,25			0,25				0,15		0,25						0,20			0,25		
¿Estaría en capacidad de elegir los indicadores que evaluarán los factores que inciden en la satisfacción del cliente?		0,25		0,30				0,15		0,25			0,25			0,30						0,15	0,30					0,25			0,25		
	0,70	0,25	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,55	0,15	0,50	0,40	0,00	0,70	0,25	0,00	0,80	0,15	0,00	0,25	0,15	0,25	1,00	0,00	0,00	0,10	0,72	0,00	0,50	0,40	0,00			
Total	0,95			1,00			0,70			0,90			0,95			0,95			0,65			1,00			0,82			0,90					

Fuente: Elaboración propia.

Una vez obtenidas las valoraciones del coeficiente de conocimientos (K_c) y de argumentación (K_a) de los expertos se calculó el coeficiente de competencia (K_p) aplicando la fórmula propuesta por Mendoza (2012):

$$K = 0,05 = (K_c + K_a)$$

Donde:

K: Coeficiente de Competencia

Kc: Coeficiente de Conocimiento

Ka: Coeficiente de Argumentación

Para el análisis de los resultados del K_p se utilizaron las siguientes escalas propuestas por Gómez, De la Cueva, Fernández, & González, (2013):

- Alto A ($0,8 > K \geq 1,0$)
- Medio M ($0,5 > K \geq 0,8$)
- Bajo B ($k > 0,5$)

Las preguntas que fueron validadas por los expertos están referenciadas en el Anexo 8

4.2.3. ANALIZAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CON LA APLICACIÓN DEL TAMAÑO MUESTRAL

A continuación, se sistematizará la información obtenida en la encuesta dirigida para la evaluación de la satisfacción al cliente, para lo cual se utilizó el programa estadístico SPSS. Para presentar los resultados obtenidos se procedió a realizar una matriz con todas las preguntas en el cual se puede observar el mínimo, máximo y la media de cada establecimiento de alojamiento que fue evaluado. Para determinar la cantidad de establecimientos para evaluar la satisfacción de clientes se tomó a consideración la aplicación de tamaño muestral.

Cálculo del tamaño de la muestra en poblaciones finitas

Para el caso de poblaciones finitas, donde se conoce el tamaño de la población, se puede emplear la expresión siguiente:

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

Donde:

n = tamaño de la muestra requerido

N = Total de la población

Z_{α/2} = percentil de la distribución normal relacionado con el nivel de confianza seleccionado por el investigador. (Asuman 1,96)

p = proporción estimada de la población que establecería un acuerdo determinado sobre la variable a estudiar. Note que para p = 0.5 (50%) se obtiene el mayor tamaño de muestra.

q = 1- p

d = margen de error o desviación del valor real estimado (asuman el 5%).

Reemplazando los valores de la fórmula para el presente estudio se tiene lo siguiente:

Datos:

$$n = \frac{100 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (100 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = ¿?

N = 100

Z_{α/2} = 1.96

p = 0.5

q = 1- 0.5

d = 5%

$$n = \frac{96.04}{1.2079}$$

$$n = 79.50 \approx 80$$

A. HOTELES

HOTEL MÁXIMO

Tabla 4.25 Análisis de la encuesta del Hotel Máximo

	N	Míni.	Máxi.	Media	Desv. típ.
La atención que recibió del personal al registrarse en el Alojamiento (check -in)	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
La atención durante se salida en el Alojamiento (check - out)	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Limpieza y condiciones de la habitación	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Limpieza y condiciones del baño	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Predisposición por resolver los problemas de los clientes	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
El Cumplimiento de requerimientos solicitados	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
El servicio es Brindado sin errores	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Como considera los precios del hospedaje	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Como considera la imagen del establecimiento	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Las Habitaciones son cómodas con los servicios necesario	24	8,00	10,00	9,3333	,96309

Como percibió el aroma de la habitación	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Como valoraría la calidad del producto recibido	24	10,0	10,00	10,000	,00000

Elaboración: Propia

Como se puede apreciar en la tabla 4.26, de las 24 encuestas realizadas a los clientes en la que se midieron 12 indicadores de satisfacción, que fueron desde la atención del checkin, hasta la variedad del producto recibido, se movieron entre un valor medio de 9.33 y 10 respectivamente, en una escala de entre 1 y 10 puntos, por lo que se puede definir que existe un alto criterio de bienestar en los servicios prestados por el hotel.

HOTEL BOSTON

Tabla 4.26 Análisis de la encuesta del Hotel Boston

	N	Míni.	Máxi.	Media	Desv. típ.
La atención que recibió del personal al registrarse en el Alojamiento (check -in)	17	8,00	10,00	9,2941	,98518
La atención durante se salida en el Alojamiento (check - out)	17	8,00	10,00	9,2941	,98518
Limpieza y condiciones de la habitación	17	8,00	10,00	9,2941	,98518
Limpieza y condiciones del baño	17	8,00	10,00	9,2941	,98518
Predisposición por resolver los problemas de los clientes	17	8,00	10,00	9,2941	,98518
El Cumplimiento de requerimientos solicitados	17	8,00	10,00	9,2941	,98518
El servicio es Brindado sin errores	17	8,00	10,00	9,2941	,98518
Como considera los precios del hospedaje	17	8,00	10,00	9,2941	,98518
Como considera la imagen del establecimiento	17	8,00	10,00	9,2941	,98518
Las Habitaciones son cómodas con los servicios necesario	17	8,00	10,00	9,2941	,98518
Como percibió el aroma de la habitación	17	8,00	10,00	9,2941	,98518
Como valoraría la calidad del producto recibido	17	8,00	10,00	9,2941	,98518

Elaboración: Propia

El hotel Boston se realizaron 17 encuestas a los huéspedes; analizando los indicadores sistematizados en la tabla 4.27 muestra que, aunque es un hotel relativamente joven, el rango de satisfacción de sus clientes no bajó de la media de 9,3 lo que significa un estado de bueno y excelente en los servicios que brindan a sus huéspedes, ya que cuidan cada detalle de la habitación y sobre todo la atención que le brindan al visitante.

HOTEL MADRIGAL

Tabla 4.27 Análisis de las encuestas del Hotel Madrigal

	N	Míni.	Máxi.	Media	Desv. típ.
La atención que recibió del personal al registrarse en el Alojamiento (check -in)	20	4,00	8,00	5,6000	1,53554
La atención durante se salida en el Alojamiento (check - out)	20	4,00	8,00	6,0000	1,83533
Limpieza y condiciones de la habitación	20	4,00	8,00	6,0000	1,83533
Limpieza y condiciones del baño	20	4,00	8,00	6,0000	1,29777
Predisposición por resolver los problemas de los clientes	20	4,00	8,00	6,0000	1,83533
El Cumplimiento de requerimientos solicitados	20	4,00	8,00	6,0000	1,83533
El servicio es Brindado sin errores	20	4,00	8,00	6,0000	1,29777
Como considera los precios del hospedaje	20	4,00	8,00	5,6000	1,53554
Como considera la imagen del establecimiento	20	4,00	8,00	6,4000	1,53554
Las Habitaciones son cómodas con los servicios necesario	20	4,00	8,00	5,6000	1,53554

Como percibió el aroma de la habitación	20	4,00	10,00	6,4000	2,39297
Como valoraría la calidad del producto recibido	20	2,00	8,00	5,6000	2,39297

Elaboración: Propia

Basándonos en las 20 encuestas realizadas en dicho establecimiento dio como resultado que el hotel se posesiona en una categoría de regular declinando a malo, pese a sus ocho años de experiencia el hotel deja mucho que desear, ya que las habitaciones se encuentran deterioradas y con un aspecto un poco desagradable para los huéspedes, en cuanto al servicio de atención que reciben tampoco es el de la mejor calidad debido a que el personal de recepción no es el adecuado para brindar ese servicio.

HOTEL SAN FERNANDO

Tabla 4.28 Análisis de las encuestas de Hotel San Fernando

	N	Míni.	Máxi.	Media	Desv. típ.
La atención que recibió del personal al registrarse en el Alojamiento (check -in)	20	8,00	10,00	8,9000	1,02084
La atención durante se salida en el Alojamiento (check - out)	20	8,00	10,00	8,9000	1,02084
Limpieza y condiciones de la habitación	20	8,00	10,00	8,9000	1,02084
Limpieza y condiciones del baño	20	8,00	10,00	8,9000	1,02084
Predisposición por resolver los problemas de los clientes	20	8,00	10,00	8,9000	1,02084
El Cumplimiento de requerimientos solicitados	20	8,00	10,00	8,9000	1,02084
El servicio es Brindado sin errores	20	8,00	10,00	8,9000	1,02084
Como considera los precios del hospedaje	20	8,00	10,00	8,9000	1,02084
Como considera la imagen del establecimiento	20	8,00	10,00	8,9000	1,02084
Las Habitaciones son cómodas con los servicios necesario	20	8,00	10,00	8,9000	1,02084
Como percibió el aroma de la habitación	20	8,00	10,00	8,9000	1,02084
Como valoraría la calidad del producto recibido	20	8,00	10,00	8,9000	1,02084

Elaboración: Propia

El hotel San Fernando abrió sus puertas en el año 2017 y a pesar de ter solo tres años de antigüedad este establecimiento se ha podido posesionar en una categoría buena. Mostrado está en la valoración de las encuestas realizadas ya que las cifras estadísticas favorecen respecto a la percepción de los clientes a los servicios brindados por el hotel, los huéspedes se sienten satisfechos con el servicio y atención que reciben; estos resultados se otorgaron mediante las 20 encuestas realizadas a los huéspedes del hotel.

HOTEL CEIBO REAL

Tabla 4.29 Resultado de Encuestas del Hotel Ceibo Real

	N	Míni.	Máxi.	Media	Desv. típ.
La atención que recibió del personal al registrarse en el Alojamiento (check -in)	27	4,00	10,00	8,2222	1,78311
La atención durante se salida en el Alojamiento (check - out)	27	4,00	10,00	8,2222	1,78311
Limpieza y condiciones de la habitación	27	8,00	10,00	9,4815	,89315
Limpieza y condiciones del baño	27	8,00	10,00	9,4815	,89315
Predisposición por resolver los problemas de los clientes	27	8,00	10,00	9,0370	1,01835
El Cumplimiento de requerimientos solicitados	27	8,00	10,00	9,3333	,96077

El servicio es Brindado sin errores	27	8,00	10,00	8,9630	1,01835
Como considera los precios del hospedaje	27	6,00	10,00	9,1852	1,27210
Como considera la imagen del establecimiento	27	8,00	10,00	9,0370	1,01835
Las Habitaciones son cómodas con los servicios necesario	27	8,00	10,00	9,3333	,96077
Como percibió el aroma de la habitación	27	8,00	10,00	9,3333	,96077
Como valoraría la calidad del producto recibido	27	6,00	10,00	8,7407	1,48305
N válido (según lista)	27				

Elaboración: Propia

A este establecimiento se realizaron 27 encuestas a los huéspedes del hotel, en el cual se determinó que el índice de satisfacción del cliente en el establecimiento está entre excelente declinando a bueno con una media entre 9,6 y 10 respectivamente. Entre las experiencias relatadas de los clientes expresaron que se encuentran satisfechos de los servicios brindados y por la atención recibida al momento de registrarse en el establecimiento; cabe recalcar que al dar a conocer que son huéspedes del hotel reciben una mejor atención que al momento que llegan al establecimiento tienen un trato diferente (discriminatorio).

HOTEL CEIBO DORADO

Tabla 4.30 Resultado de Encuestas del Hotel Ceibo Dorado

	N	Míni.	Máxi.	Media	Desv. típ.
La atención que recibió del personal al registrarse en el Alojamiento (check -in)	27	6,00	10,00	9,0370	1,28547
La atención durante se salida en el Alojamiento (check - out)	27	8,00	10,00	9,1852	1,00142
Limpieza y condiciones de la habitación	27	8,00	10,00	9,5556	,84732
Limpieza y condiciones del baño	27	6,00	10,00	8,4444	1,39596
Predisposición por resolver los problemas de los clientes	27	8,00	10,00	8,8148	1,00142
El Cumplimiento de requerimientos solicitados	27	8,00	10,00	8,8148	1,00142
El servicio es Brindado sin errores	27	6,00	10,00	8,6667	1,24035
Como considera los precios del hospedaje	27	6,00	10,00	9,4074	1,21716
Como considera la imagen del establecimiento	27	8,00	10,00	9,5556	,84732
Las Habitaciones son cómodas con los servicios necesario	27	6,00	10,00	9,0370	1,28547
Como percibió el aroma de la habitación	27	8,00	10,00	9,7037	,72403
Como valoraría la calidad del producto recibido	27	8,00	10,00	9,1852	1,00142

Elaboración: Propia

Se encuestaron a 27 huéspedes del Hotel Ceibo Dorado en el cual se determinó que el nivel de satisfacción de los huéspedes está entre los rangos de buena y excelente. Entre los huéspedes encuestados la mayoría eran clientes del Ceibo Real, pero, aunque los dos establecimientos pertenecen al mismo dueño tienen diferente administración, llegando a sentir más confort en el Ceibo Dorado sobre todo por la atención recibida desde el portero, hasta los directivos del establecimiento.

B. HOSTALES

HOTEL HERNÁNDEZ

Tabla 4.31 Resultado de Encuestas del Hotel Hernández

	N	Míni.	Máxi.	Media	Desv. típ.
La atención que recibió del personal al registrarse en el Alojamiento (check -in)	10	3,00	5,00	4,0000	,66667
La atención durante se salida en el Alojamiento (check - out)	10	3,00	5,00	4,1000	,56765
Limpieza y condiciones de la habitación	10	4,00	4,00	4,0000	,00000
Limpieza y condiciones del baño	10	4,00	4,00	4,0000	,00000
Predisposición por resolver los problemas de los clientes	10	4,00	4,00	4,0000	,00000
El Cumplimiento de requerimientos solicitados	10	4,00	4,00	4,0000	,00000
El servicio es Brindado sin errores	10	3,00	4,00	3,8000	,42164
Como considera los precios del hospedaje	10	3,00	4,00	3,9000	,31623
Como considera la imagen del establecimiento	10	4,00	4,00	4,0000	,00000
Las Habitaciones son cómodas con los servicios necesario	10	3,00	4,00	3,9000	,31623
Como percibió el aroma de la habitación	10	4,00	5,00	4,1000	,31623
Como valoraría la calidad del producto recibido	10	3,00	4,00	3,9000	,31623
N válido (según lista)	10				

Elaboración: Propia

Existen establecimientos que en su nombre poseen una clasificación errónea, tomando a consideración los parámetros establecidos en el Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador; este es el caso del Hotel Hernández. Se Procedió a encuestar a 10 huéspedes de dicho establecimiento con el fin de establecer el nivel de satisfacción de los visitantes, como se puede observar en la tabla 4.32 se encuentra en un valor medio de 4 sobre 10 el mismo que equivale a regular; producto a que los clientes opinan que las instalaciones son rústicas, antiguas y le falta mantenimiento, el servicio es agradable, pero no es un hostel para vacacionar.

HOSTAL REALES TAMARINDO

Tabla 4.32 Resultado de Encuestas del Hostal Reales Tamarindo

	N	Míni.	Máxi.	Media	Desv. típ.
La atención que recibió del personal al registrarse en el Alojamiento (check -in)	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
La atención durante se salida en el Alojamiento (check - out)	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Limpieza y condiciones de la habitación	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Limpieza y condiciones del baño	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Predisposición por resolver los problemas de los clientes	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
El Cumplimiento de requerimientos solicitados	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
El servicio es Brindado sin errores	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Como considera los precios del hospedaje	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Como considera la imagen del establecimiento	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Las Habitaciones son cómodas con los servicios necesario	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Como percibió el aroma de la habitación	24	8,00	10,00	9,3333	,96309
Como valoraría la calidad del producto recibido	24	10,00	10,00	10,0000	,00000
N válido (según lista)	24				

Elaboración: Propia

El Hostal Reales Tamarindo es un establecimiento muy acogedor cuenta con 10 habitaciones y es una empresa familiar, se procedió a realizar 24 encuestas para así lograr identificar el índice de satisfacción de sus huéspedes en el cual se puede apreciar en la tabla 25 que la media oscila entre 9 y 10 en referencia a los 12 indicadores encuestados equivaliendo a una satisfacción entre bueno y excelente; entre los huéspedes encuestados muchos concordaron que el establecimiento tiene una ubicación estratégica y es muy acogedor para pasar en familia.

HOSTAL CALIFORNIA

Tabla 4.33 Resultado de Encuestas Hostal California

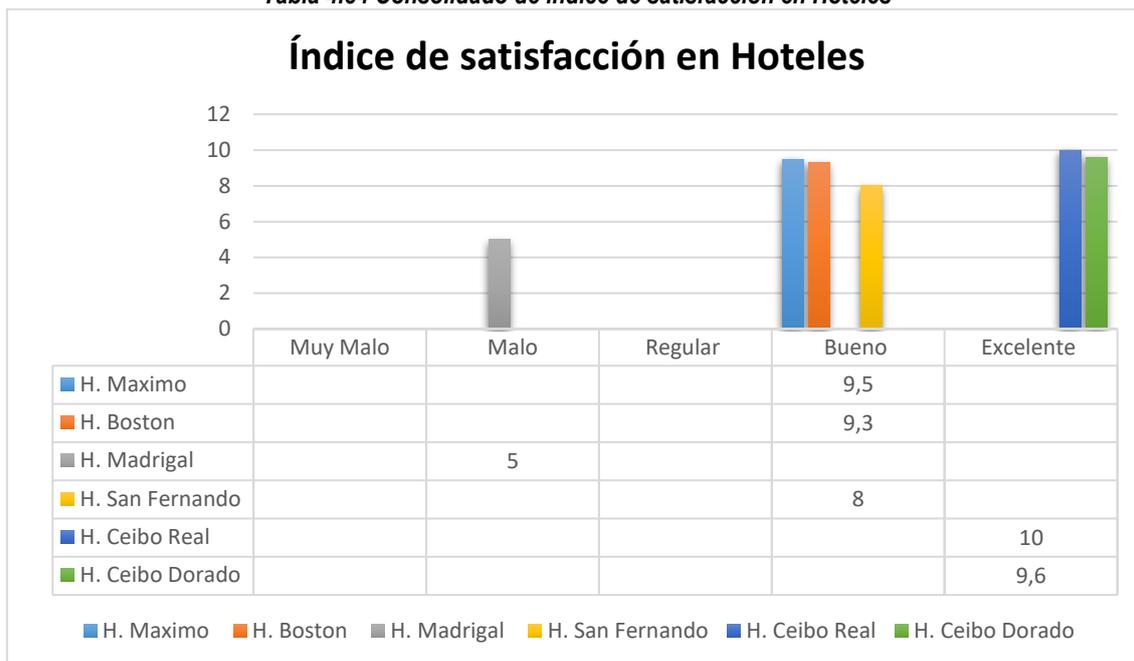
	N	Míni.	Máxi.	Media	Desv. típ.
La atención que recibió del personal al registrarse en el Alojamiento (check -in)	11	8,00	8,00	8,0000	,00000
La atención durante se salida en el Alojamiento (check - out)	11	8,00	8,00	8,0000	,00000
Limpieza y condiciones de la habitación	11	8,00	10,00	9,4545	,93420
Limpieza y condiciones del baño	11	8,00	10,00	9,4545	,93420
Predisposición por resolver los problemas de los clientes	11	8,00	8,00	8,0000	,00000
El Cumplimiento de requerimientos solicitados	11	8,00	10,00	9,4545	,93420
El servicio es Brindado sin errores	11	8,00	10,00	9,4545	,93420
Como considera los precios del hospedaje	11	8,00	10,00	9,4545	,93420
Como considera la imagen del establecimiento	11	8,00	8,00	8,0000	,00000
Las Habitaciones son cómodas con los servicios necesario	11	8,00	10,00	9,4545	,93420
Como percibió el aroma de la habitación	11	8,00	10,00	9,4545	,93420
Como valoraría la calidad del producto recibido	11	8,00	10,00	9,4545	,93420
N válido (según lista)	11				

Elaboración: Propia

El Hostal California posee 16 habitaciones. Se procedió a realizar 11 encuestas para medir el índice de satisfacción de sus clientes como se observa en la tabla 4.34 se puede determinar que el valor de la media varía entre 8 y 9 logrando posesionarse en bueno y excelente, entre la opinión de los huéspedes resalta mucho la ubicación del establecimiento debido a que la mayoría de huéspedes son deportistas y se encuentra cerca del complejo deportivo la California, el servicio que brindan y sobre todo que el precio es cómodo.

A continuación, se muestra en la tabla de resumen de los resultados de las encuestas de satisfacción de clientes en las dos categorías, exponiéndolo en forma gráfica lo antes expuesto con una breve descripción de los resultados obtenidos.

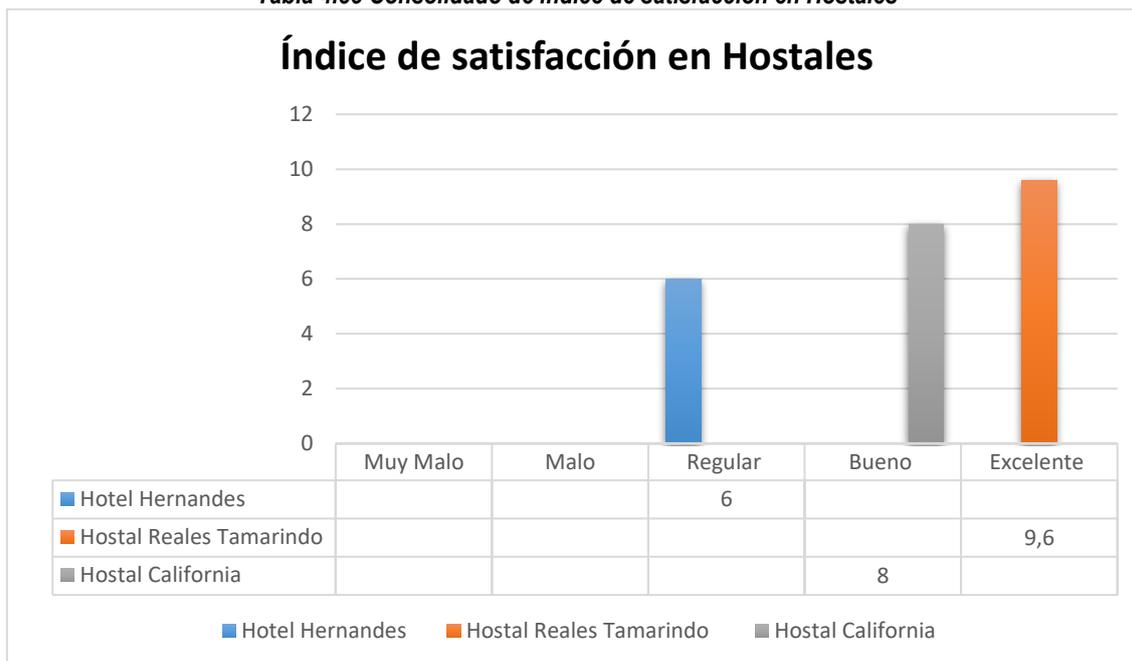
Tabla 4.34 Consolidado de índice de satisfacción en Hoteles



Elaboración: Propia

Como podemos observar en la tabla 4.35 se representan los seis establecimientos Hoteleros encuestados en el cual se registran los niveles de satisfacción de los clientes y en qué lugar se encuentra ubicada cada establecimiento hotelero en el cual se puede identificar que el H. Ceibo Real y H. Ceibo dorado comparten un nivel de satisfacción excelente, así mismo el H. Boston, El H. Máximo y el H. San Fernando están posesionados en una satisfacción buena aunque existen acepciones como se presentan en el H. Madrigal el mismo que fue evaluado como malo.

Tabla 4.35 Consolidado de índice de satisfacción en Hostales



Elaboración: Propia

Como se indica en la Tabla 4.36 se puede determinar la posición de satisfacción de los Hostales los mismos que fueron evaluados para determinar en el rango que se encontraban siendo así que el HS. California se sitúa en un rango Bueno, el HS. Reales tamarindo en excelente y en un nivel regular se encuentra el HS. Hernández.

4.3. FASE 3. ACCIONES DE MEJORA

4.3.1. DETERMINAR LAS ACCIONES DE MEJORA PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Continuando con la fase de las acciones de mejora realizamos un análisis detallado de las falencias detectadas para así poder elaborar las actividades a seguir para el mejoramiento continuo de los alojamientos turísticos con cada detalle de los que contiene dicho plan; cabe mencionar que esta propuesta está dirigido a los diez establecimientos evaluados los cuales constan de seis hoteles y cuatro hostales identificados en la ciudad de Portoviejo.

El presente plan de mejora está direccionado en diseñar las estrategias sobre los cambios que deben incorporarse en los distintos procesos de organización de lo cual se obtendrán los resultados percibidos por el usuario; dicho plan

deberá también ayudar al control y seguimiento de las actividades a desarrollar, así como también medidas de contingencias no previstas.

OBJETIVO GENERAL

Proponer acciones de mejoras a los establecimientos de alojamientos turísticos de Portoviejo.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Capacitar al talento humano, recurso humano y capital humano de los establecimientos de alojamiento turístico.
- Optimizar la disposición del servicio con base en la infraestructura y el buen funcionamiento de los mismos, brindando así un servicio de calidad.
- Establecer instrumentos para la evaluación de satisfacción de los clientes.

Tabla 4.36 Plan de mejora para los alojamientos turísticos de Portoviejo

OBJETIVOS	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	ESTRATEGIAS	FALENCIAS DETECTADAS	INDICADORES	RESPONSABLE	TIEMPO DE EJECUCIÓN
Capacitar al talento humano, recurso humano y capital humano de los establecimientos de alojamiento turístico.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborar un plan de capacitación en servicio hospitalario. ▪ Elaborar planes de contingencia basándose en los protocolos de bioseguridad por la emergencia sanitaria 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar campañas de capacitación. ▪ Incrementar la motivación del trabajador y hacerlo más receptivo a la supervisión y acciones de gestión. 	Los huéspedes no están completamente satisfechos con los servicios brindados por los alojamientos debido al inadecuado manejo del capital humano.	90% Administrativo 80% Personal	Trabajadores/ administrador del alojamiento	1 año para dar cumplimiento al objetivo.
Optimizar la disposición del servicio con base en la infraestructura y el buen funcionamiento de los mismos brindando así un servicio satisfactorio para el usuario.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseñar un mapa jerárquico de las funciones del personal con el fin de controlar el funcionamiento de los equipos. ▪ Establecer grupos de trabajo con el fin de adecuación y mantenimiento de la infraestructura. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poseer un registro de control para el personal. ▪ Designar las funciones del personal. 	Los visitantes no están totalmente cómodos con la infraestructura debido a la falta de mantenimiento.			1 año para dar cumplimiento al objetivo.
Establecer instrumentos para la evaluación de satisfacción de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Construir un plan de evaluación para medir la satisfacción de los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseñar instrumentos de evaluación para la satisfacción del cliente, como hojas electrónicas, encuestas, entre otros. 	No se aplican métodos de evaluación de satisfacción del cliente, con el fin de saber cuál es el índice de satisfacción.			1 año para dar cumplimiento al objetivo.

Elaboración: propia

El plan de mejora tiene como propósito dar solución a las problemáticas mencionadas a continuación:

- La poca satisfacción por parte de los clientes con los servicios brindados en los alojamientos debido al mal manejo del capital humano
- La inadecuada infraestructura y del inadecuado mantenimiento de los establecimientos de alojamiento turístico
- La inexistencia de métodos de evaluación por parte de los alojamientos turísticos que permitan el estudio adecuado con respecto a la satisfacción al cliente con los servicios brindado.

Las mismas que fueron valoradas para diseñar estrategias y actividades acorde a las necesidades a mitigar con el enfoque de mejora continua, a su vez asignado las funciones de cada uno de los involucrados para el desarrollo y cumplimiento de las actividades. A continuación, se explican cada una de las actividades:

Etapa 1. Capacitar al talento humano, recurso humano y capital humano de los establecimientos de alojamiento turístico. - En esta etapa se llevará a cabo la elaboración de un plan de capacitación en servicio hospitalario ya que la gestión del talento como todas las actividades realizadas son con el fin de atraer, seleccionar, desarrollar y retener a los mejores empleados en los roles más estratégicos (aquellos roles necesarios para alcanzar las prioridades estratégicas de la organización), como por ejemplo atención al cliente, primeros auxilios, entre otros; además de diseñar planes de contingencia basándose en los protocolos de bioseguridad por la emergencia sanitaria.

Etapa 2. Optimizar la disposición del servicio con base en la infraestructura y el buen funcionamiento de los mismos, brindando así un servicio satisfactorio para el usuario. - Diseñar un mapa jerárquico de las funciones del personal con el fin de controlar el funcionamiento de los equipos estableciendo grupos de trabajo con el fin de adecuación y mantenimiento de la infraestructura ya que la satisfacción del cliente tiene un punto central básico, y este está en la actitud de las personas de la organización y su compromiso con la visión que la empresa quiere dar a este concepto de cliente para cautivarlo.

Etapa 3. Establecer instrumentos para la evaluación de satisfacción de los clientes. - Construir un plan de evaluación para medir la satisfacción de los clientes, dar la iniciativa a la inclusión de las TIC'S para el uso del comercio electrónico, pues la retroalimentación del cliente ayuda a entender lo que podrías estar perdiéndote al proveer una gran experiencia. El uso de evaluaciones permite a la empresa identificar las tendencias, aumentar la retención de clientes, establecer prioridades y mantener la lealtad del cliente.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Se aporta una nueva metodología científica que aborda los estudios coherentes con la investigación desarrollada
- Se caracterizaron los alojamientos turísticos de la cabecera cantonal de Portoviejo realizando un análisis al catastro turístico del cantón antes y después del terremoto dando como resultado que previo al terremoto existía un número de 53 establecimientos, mientras que después del terremoto apenas se contabilizaron 22 alojamientos, de los cuales se localizaron 12 establecimientos ubicados en el centro de Portoviejo según su dirección de registro, de los cuales solo se evaluaron 6 hoteles y 4 hostales debido a la falta de colaboración de los propietarios y/o administradores, cabe destacar que los establecimientos restantes no se encuentran en funcionamiento debido a las afectaciones que sufrieron el 16A; determinando de esta manera que hay una diferencia significativa del 55% menos con referencia al catastro del 2016 y por ende se reduce la capacidad de alojamiento.
- Mediante la caracterización y la evaluación realizada en cada uno de los alojamientos turísticos se pudo determinar cuál era la clasificación de cada establecimiento, como se pudo observar en el catastro del 2016 la mayoría de los establecimientos constaban con una categoría 2, posterior a la evaluación aplicada se obtuvo como resultado que dos hoteles están en categoría 4, dos en categoría 3, uno en categoría 2 y uno en categoría 1; referente a las hostales se registraron dos en categoría 2, uno en categoría 3 y uno en categoría 1. Los establecimientos evaluados mostraron información verídica sobre cada uno de los requerimientos para así otorgar una recategorización adecuada según el cumplimiento del reglamento.

- Una vez concluida la investigación se procedió a presentar una propuesta de mejora a los alojamientos con el fin de optimizar simultáneamente cada uno de sus servicios y así alcanzar la satisfacción de los clientes enfatizando sobre los cambios que deben incorporarse en los distintos procesos de organización de lo cual se obtendrán los resultados percibidos por el usuario; dicho plan deberá también ayudar al control y seguimiento de las actividades a desarrollar, así como también medidas de contingencias no previstas.

5.2. RECOMENDACIONES

- Al GAD y a los entes rectores competentes, que realicen una debida actualización georreferenciada al momento de catastrar los establecimientos en funcionamiento pos terremoto, ya que debido a desactualización de los documentos pertinente existe información poco confiable para una verdadera documentación catastral de la infraestructura hotelera del cantón Portoviejo.
- A los administradores y propietarios de los alojamientos turísticos, que gestionen la debida actualización de las categorías correspondientes conforme a la infraestructura que presentan los establecimientos para así mitigar las falencias detectadas en la investigación.
- A los administradores y propietarios que realicen convenios con universidades para que faciliten la parte técnica para desarrollar estrategias y dar seguimiento al cumplimiento a los planes propuestos en esta y otras investigaciones y así poder mejorar la oferta hotelera en el cantón Portoviejo.

BIBLIOGRAFÍA

- Abad, F. (2017). *Caracterización de la Gestión de la calidad y competitividad de las PYMES del Giro Hostales y Hospedaje en el Distrito d Chiclayo en el año 2016 (Tesis de titulación)*. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Chiclayo, Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2295/GESTION_DE_LA_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_ABAD_SANCHEZ_FLORENCIO.pdf?sequence=4
- Aristizábal, A., & Quiroz, A. (2015). *Caracterización de la calidad del servicio en hoteles urbanos y rurales en Santa Rosa de Cabal (Tesis de grado)*. Universidad Católica de Pereira. , Pereira, Colombia. Obtenido de <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/3471/1/DDMAE20.pdf>
- Atiencina, J. (2017). *Caracterización de los establecimientos turísticos rurales que prestan servicios de alojamiento en el Cantón Santa Cruz-Galápagos (Tesis de Titulación)*. Universidad Central del Ecuador, Sede Galápagos, Galápagos, Ecuador.
- Aznar, J., Bagur, L., & Rocafort, A. (2016). Impacto de la calidad del servicio en la competitividad y rentabilidad: El sector hotelero en la costa catalana. *OmniaScience - Intangible Capital*, 12(1), 147-166. Obtenido de <http://www.intangiblecapital.org/index.php/ic/article/view/693/494>
- Ballón, S. (2016). *Evaluación en la calidad de servicios y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay (Tesis de titulación)*. Universidad ESAN, Surco, Perú.
- Baquero, M. (marzo-julio de 2017). La ética en el sector del alojamiento turístico como fuente de ventaja competitiva . *Revista de Comunicación de la SEECI*(42), 119-130. doi:<https://doi.org/10.15198/seeci.2017.42>.
- Blasco, A. (sf.). *Gestión de alojamientos*. Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido de <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/54222/1/Gesti%C3%B3n%20de%20alojamientos.pdf>

- Bojollo, M., Pérez, J., & Muñoz, G. (2015). Análisis del perfil y de la motivación del turista cultural extranjero que visita la ciudad de Córdoba (España). *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 13, 127-147. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665923>
- Cedeño, J. (2018). *Modelo de gestión Hotelera para la mejora del servicio de alojamiento en la ciudad Manta (Tesis de titulación)*. Calceta. Obtenido de <http://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/42000/734/TT83.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chamorro, S. (28 de 01 de 2016). *Deusto formación*. Recuperado el 12 de 02 de 2019, de <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestion-calidad>
- Chavez, R., Lemoine, F., & Alcívar, I. (2018). La gestión del servicio de empresas hoteleras para la sostenibilidad del destino turístico. *ResearchGate*, 1-23. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Isidro_Alcivar_Vera/publication/329197151_La_gestion_del_servicio_de_empresas_hoteleras_para_la_sostenibilidad_del_destino_turistico/links/5bfc621992851cbcdd744beb/La-gestion-del-servicio-de-empresas-hoteleras-para-la-
- Comité para Reconstrucción y Reactivación Productiva. (2016). *Informe trimestral de Gestión (mayo-agosto 2016)*. Secretaria Técnica de Reconstrucción. Obtenido de <https://www.reconstruyoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/10/Informe-Asamble>
- De Lacerda, R. (2010). Los Contratos de Alojamientos Turísticos en Brasil. *Revista Andaluza de Derecho del Turismo*(4), 163-183. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/08/servicio-cliente-mexico.html>
- División de Desarrollo Productivo y Empresarial (DDPE). (2015). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL*. Obtenido de <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/Resumen-Cadena-Turismo-1.pdf>

- Elias, S., Fernández, M., & Poinso, F. (2015). La Importancia del Capital Humano en Hotelería: un modelo teórico. *ResearchGate*, 1 - 5. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/305046242_La_Importancia_de_l_Capital_Humano_en_Hoteleria_un_modelo_teorico
- Espino, T., & Ramírez, J. (2017). La estrategia de externalización de servicios en los hoteles. Una visión Basada en la ventaja competitiva y el resultado operativo. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*,(894), 71-86.
- Estrada, A., Morgan, J., & Cuamea, O. (2015). Factores de competitividad en las empresas hoteleras de Tijuana, Baja California. *Teoría y Praxis*, 32-59. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456144904003.pdf>
- Flores, D., Bino, R., & de la O Barroso, M. (2016). Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina). *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad.*, 10(3), 116-135. Obtenido de Recuperado de <https://www.redalyc.or>
- FORETUR: Formación para Profesionales en el sector Turístico. (2017). *Calidad de Servicio y Atención al Cliente en Hostelería*. Junta de Andalucía, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Obtenido de <http://www.juntadeandalucia.es/turismoco>
- Fundación Carlos Slim. (s.f.). Tipos de Clientes. Obtenido de <https://capacitateparaelemplo.org/assets/7wa228a.pdf>
- García, J. (2019). *Evaluación del servicio de alojamiento turístico para mejorar la calidad de la gestión hotelera de la ciudad de Manta. (Tesis de titulación)*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Calceta, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/1024/1/TTT11.pdf>
- García, O. (2015). Competitividad, concepto e importancia. *Milenio, Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital*, 1. Obtenido de

www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia

Gómez, G. (2016). Intervención en el alojamiento con criterios ecológicos. *Revista Ci[ur] 106, Cuadernos de Investigación Urbanística(106)*, 1-90. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5919879>

Gómez, I., De la Cueva, H., Fernández, A., & González, D. (2013). Software evaluación de expertos por el método Delphy para el pronóstico de la investigación agrícola. *Revista Ciencias Técnicas Agropecuarias*, 81-86. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/932/93231386014.pdf>

Gusmán, J. (2019). *Plan de marketing para la reactivación hotelera de Manta, Portoviejo y Pedernales, afectados por el terremoto del 16 de abril en Manabí*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria De Manabí - ESPAM. Obtenido de <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1027/1/TTT14.pdf>

Hurtado, S. (s.f.). *Histodidáctica*. Obtenido de Criterio de expertos. Su procesamiento a través del método Delphy: http://www.ub.edu/histodidactica/index.php%3Foption%3Dcom_content%26view%3Darticle%26id%3D21:criterio-de-expertos-su-procesamiento-a-traves-del-metodo-delphy%26catid%3D11:metodologia-y-epistemologia%26Itemid%3D103

Intriago, J., & Solórzano, M. (2017). El alojamiento turístico en hogares una alternativa de negocio para la dinamización de la economía en la parroquia de Canoa (destino de sol y playa) después del terremoto del 16 de abril. *International journal of scientific management and tourism*, 3(3), 259-271. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6133523>

Itelsa Sistemas. (2016). *La importancia de la formación en la competitividad de las empresas*. España. Obtenido de <http://www.itesal.es/noticias-.152.html>

- Lemoine, Á., Reyes, I., & Valls, W. (2019). Sostenibilidad de los servicios hoteleros en su entorno sociocultural. Bahía de Caraquez, Ecuador 2017. *Rotur. Revista de Ocio y Turismo*, 13(1), 40-50. doi:<https://doi.org/10.17979/rotur.2019.13.1.3470>
- Manosalvas, C., & Manosalvas, L. (2015). Diagnóstico de los factores que influyen en la competitividad de las empresas de alojamiento. . *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología.*, 4(3), 301-321. doi: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?>
- Marrero, M. (2016). *Glosario de terminos hoteleros, turisticos y relacionados*. Canarias. Obtenido de <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>
- Maslow, A. (s.f.). Relación empresa- Cliente. En Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Obtenido de https://www.edebe.com/ciclosformativos/zona-publica/UT09_830030_LA_CEyAC_CAS.pdf
- Mesías, M., & Muñoz, M. (2019). • *El desarrollo de las Mipymes Manabí post terremoto 16 a y su reactivación productiva a través del sector financiero popular y solidario en los periodos 2016 – 2018 (Tesis de Maestría)*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López , Calceta.
- Meza, M. (2019). *Evaluación de las funciones de la innovación tecnológica para la mejora de la gestión del hotel Mantahost de la parroquia manta, provincia de Manabí (Tesis de titulación)*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta. Obtenido de <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1110/1/TTT17.pdf>
- MINTUR - Ministerio de Turismo. (2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico* . Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

- 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*(78), 160-173. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602015000100011
- Moreno, M., Otero, Y., & Romero, L. (Febrero de 2019). Evaluación y mejora de la satisfacción del cliente. Aplicación en la dtho en el servicio nauta hogar. *Revista de Investigacion Latinoamericana en competitividad Organizacional*(1), 2. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/rilco/01/nauta-hogar.pdf>
- Nápoles, L., Tamayo, P., & Moreno, M. (2016). Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias. *Revista Ciencias Holguín*, 22 (2), 1-16. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181545579003>
- Narro, M., & Campos, E. (2019). La industria Hotelera es uno de los pilares fundamentales del turismo en Mexico. . *City Express Hoteles*. Obtenido de <https://www.cityexpress.com/sala-prensa/industria-hotelera-mexico>
- Narváez, G., Dávalos, C., & Villaprado, O. (2017). La competitividad del sector hotelero a partir de la teoría de los recursos y capacidades. *Revista Internacional Administración & Finanzas – RIAF*, 10(2), 93-105. Obtenido de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/riafin/riaf-v10n2.../RIAF-V10N2-2017-8.pdf>
- Palacios, W., Félix, M., Bravo, C., & Márquez, J. (s.f.). *Selección de expertos para la evaluación de investigaciones en el sector cooperativo*. Obtenido de <http://sigloxxi.espam.edu.ec/Ponencias/V/ponencias/97.pdf>
- Paredes, L. (2017). *Medición de la calidad percibida del servicio ofertado por el Hotel Oro Verde Manta como factor clave para la mejora continua año 2015*. Universidad Técnica Particular de Loja. Centro Universitario Manta. Ecuador.

- Paredes, Y., Martínez, C., Machado, N., & Manosalvas, C. (2017). Gestión Hotelera. *Retos Turísticos*, 16, 1-16. Obtenido de <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/article/view/258/220>
- Renda, A., & Teotónio, I. (2017). Alojamiento turístico en espacio rural. La percepción de los emprendedores. *Revista Estudios y Perspectivas del Turismo*, 26, 845-864. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6329744>
- Ruiz, H. (2017). Estudio del comportamiento en compras de clientes de Manabíen una empresa de retail un año después del terremoto. *INNOVA Research Journal*, 126-134. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/480/413>
- Ruizalba, J., Vallespín, M., & Pérez, J. (2015). Gestión del conocimiento y orientación al marketing interno en el desarrollo de ventajas competitivas en el sector hotelero. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 21(2), 90. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5046793>
- Santamaría, P. (2017). Como se otorgan las estrellas de los hoteles. *España. ABC*. Obtenido de https://www.abc.es/viajar/noticias/abci-como-otorgan-estrellas-hoteles-201712180129_noticia.html
- Socías, J. (2018). Estado regulador y alojamiento colaborativo. El régimen de la intervención pública limitadora de la prestación del servicio. *Revista de Administración Pública*(205), 131-170. doi:<https://doi.org/10.18042/cepc/rap.205.04>
- Steffanell, I., Arteta, Y., & Noda, M. (2017). La satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas hoteleras Ciencias Holguín. 23(3), 1-13. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181552082003>
- Torres, O., & Carrera, P. (2018). Prácticas ecoeficientes en las empresas hoteleras de la ciudad de Ibarra - Ecuador. *Revista UNIANDES Episteme*, 5(2), 90 -100. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6756404>

- Vargas, A. (2018). La planta Hotelera mundial ha crecido un 18% en 10 años. . *Hosteltur*. Obtenido de https://www.hosteltur.com/127394_planta-hotelera-mundial-ha-crecido-18-diez-anos.html
- Vega, U., Tamayo, J., Quintal, N., & Ganzo, J. (2018). La importancia del servicio al cliente en la industria hotelera de la zona norte del estado de Quintana Roo. *Revista Caribeña*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/08/servicio-cliente-mexico.html>
- Vizcaíno, A., & Sepúlveda, I. (2018). Servicio al cliente e integración del marketing mix de servicios. Jalisco. Obtenido de http://cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos_pagina/perfil_de_clientes_como_herramienta_para_la_identificacion_de_c
- Zeballos, F. (2015). *¿QUÉ ES UN EXPERTO?* Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/284030210_QUE_ES_UN_EXPERTO#citations

ANEXOS

Anexo 1 Catastro del cantón Portoviejo 2016

1	Provincia	Cantón	Actividad Turística	Tipo de Actividad	Registro	Nombre	Propietario	Representante	Dirección	Categoría
2	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1301500012	CALIFORNIA	CEVALLOS CEVALLOS YADIRA	CEVALLOS CEVALLOS YADIRA	9NA TRANSVIENTRE CHONE Y AV. OLIMPICA	SEGUNDA
3	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1301500032	MAXIMO	HIDALGO CASTILLO JOSE ALEJANDRO		AMERICA Y 5 DE JUNIO	SEGUNDA
4	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1301500766	REALES TAMARINDOS	HIDALGO BENAVIDES MAXIMO CLOTARIO		REALES TAMARINDOS Y TENNIS CLUB	SEGUNDA
5	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1301501294	ESTANCIA DEL VALLE	MONTALVO SARZONA PABLO VINICIO		AV.ESPAÑA 37N Y AV. DEL EJERCITO	SEGUNDA
6	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1301501222	ANGELICAL	ZAMORA MACIAS ANGELA ESPERANZA	ZAMORA MACIAS ANGELA ESPERANZA	QUITO S/N Y RICAUTER	TERCERA
7	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1301501586	NEVERLAND	CEDEÑO MACIAS SOLMANI MONSERRATE	CEDEÑO MACIAS SOLMANI MONSERRATE	CALLE ELOY ALFARO CALDERON	TERCERA
8	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301501070	MADRIGAL	CEVALLOS ZAMORA ITALIA		CONSTANTINO MENDOZA Y AV. UNIVERSITARIA	SEGUNDA
9	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301501154	HOSPEDAJE PATRICIO'S	ESPINALES CASTRO PATRICIO EDUARDO		ANIBAL SAN ANDRES Y CHE GUEVARA	TERCERA
10	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301501312	ALEJANDRA	ESTEFANO HURTADO NEIRA		GUIDO ALAYA Y AV. UNIVERSITARIA TRAS DE EVENTOS VILLAVICENCIO	TERCERA
11	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301501671	LANUS	IBARRA CARREÑO EDISSON RENET		CALLE 15 DE ABRIL Y VENEZUELA	TERCERA
12	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301500788	VICTORIA	SANCHEZ CADENA JOSE DANIEL	SANCHEZ CADENA JOSÉ DANIEL	9 DE OCTUBRE Y MORALES.	TERCERA
13	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301500594	FLORENTINA	BARRETO VINCES YOLANDA FLORENTINA		AV. ALAJUELA Y 1 DE ENERO	TERCERA
14	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301500598	PARAISO	ALCIAR RODRIGUEZ ANGELA M.		15 DE ABRIL Y VENEZUELA, FRENTE AL TERMINAL	TERCERA
15	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301500600	PATRICIO'S	MACIAS MENDIETA ROCIO DEL CARMEN		ANIBAL SAN ANDRES Y CHE GUEVARA.	TERCERA
16	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301501149	NAYESKA	RIVAS PICO GONZALO LIZANDRO		MORALES Y 10 DE AGOSTO	TERCERA
17	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301500860	HERNANDEZ	HERNANDEZ DOMINGUEZ GUILLERMO ABEL		FRANCISCO FACHECO Y CORDOVA	TERCERA
18	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301500576	ECUADOR	REGULO HERNANDEZ PEÑA JIMENEZ		29 DE JUNIO Y VICENTE MACIAS	TERCERA
19	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301500013	COLON	MENDOZA PALLARES KETTY J.		COLON 212 Y OLMEDO	TERCERA
20	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301500015	CONQUISTADOR	GINE DE ARLES LLAGUNO CHICA		18 DE OCTUBRE Y 10 DE AGOSTO	TERCERA
21	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301500017	GREGORIO DON	SANCHEZ MORA JOSE FRANKLIN		AV. UNIVERSITARIA Y RAMOS DUARTE.	TERCERA
22	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301500018	MADRID	ARTEAGA INTRIAGO ALBA		GARCIA MORENO Y PEDRO GUAL	TERCERA
23	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301500020	MARY LOOR	LOOR SALTOS ADOLFO VALENTIN		TEODORO WOLF Y VENEZUELA	TERCERA
24	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301500021	MENDOZA	MENDOZA CEVALLOS HOMERO J.		VICENTE MACIAS Y 29 DE JUNIO	TERCERA
25	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1301500023	PORTOVIEJO PLAZA	SANCHEZ CADENA MARCOS VINICIO		MORALES Y PEDRO GUAL	TERCERA
26	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	1301500520	QUINTA SAN JUAN	QUIZAJUA CIA. LTDA.	NAVARRETE MERA MARCO ANTONIO	AV. 5 DE JUNIO, KM 1 1/2 VIA PICOAZA	SEGUNDA
27	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	1301501221	GUIFERZA	FERNANDEZ ZAMBRANO JOSE LUIS	FERNANDEZ ZAMBRANO JOSE LUIS	AVE. PAULO EMILIO MACIAS S/N SECTOR EL LIMON	TERCERA
28	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	1301501131	CEIBO DORADO	VERA VERA AUSBERTO OLIVER		ESPEJO S/N Y PEDRO GUAL	PRIMERA
29	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	1301500029	EJECUTIVO	ANDRADE CASTRO ARIOSTO		18 DE OCTUBRE Y 10 DE AGOSTO	PRIMERA
30	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	1301500782	CEIBO REAL	VERA SANCHEZ CIA. LTDA.	VERA VERA AUSBERTO OLIVER	AV. MANABI Y JUAN PLO MONTUFAR	PRIMERA
31	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	1301500678	PRINCIPADO EL	MENDOZA PARRAGA ROSSANA		AV. PAULO E. MACIAS Y TENNIS CLUB	SEGUNDA
32	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	1301500730	NEW YORK	RIOS PERGUACHI TEONILA GRACIELA		FRANCISCO DE P. MOREIRA Y OLMEDO	TERCERA
33	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	1301500639	CLUB RESORT CONCORDE	CORPORACION DE NEGOCIOS J.M. & D.M. CIA. LTDA.	MOREIRA GUADAMUD JOSÉ DANIEL	AV. 5 DE JUNIO, KM 1 1/2 VIA PICOAZA	TERCERA
34	MANABI	PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	1301500839	ALEJANDRO	RIVERA CEVALLOS JUANA MARIA		CHILE Y PEDRO GUAL	TERCERA

35	MANABI	PORTOVIEJO (PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	1301500030	CABRERA INTERNACIONAL	CABRERA INTERNACIONAL CIA. LTDA.	ING. RAÚL CABRERA	GARCIA MORENO 102 Y P. GUAL	TERCERA
36	MANABI	PORTOVIEJO (PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	1301500033	SAN MARCOS	PORTOTURIS S.A.	ALARCON ZAMBRANO CESAR A.	OLMEDO Y 9 DE OCTUBRE.	TERCERA
37	MANABI	PORTOVIEJO (PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	1301501652	MANGO'S HOTEL	MENDOZA MEZA MARIANA AUXILIADORA	MENDOZA MEZA MARIANA AUXILIADORA	15 DE ABRIL SIN Y 23 DE JUNIO Y CRISTO DEL CONSUELO	TERCERA
38	MANABI	PORTOVIEJO (PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	1301500605	EMPERADOR	FERNANDEZ BAILON MARIANA DE JESUS		AV. MANABI Y FRANCISCO P. MOREIRA	PRIMERA
39	MANABI	PORTOVIEJO (PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	1301500034	PACHECO	CADENA CASTRO MARIA VICTORIA		3 DE OCTUBRE 506 Y	TERCERA
40	MANABI	PORTOVIEJO (PORTOVIEJO, CAB CANTONAL Y CAPITAL	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	1301501702	QUITO MANABI	LOPEZ CHICA GELMA MARIA	LOPEZ CHICA GELMA MARIA	CALLE QUITO 397 Y AV. MANABI	TERCERA

Anexo 2 Catastro del cantón Portoviejo 2019

1	nombreComercial	numeroDeRegist	fechaRegist	actividad	clasificacion	categoria	propietario
2162	PARAISO	MPTVAJ00002418	04/03/2004	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	PEÑA JIMENEZ REGULO HERNANDEZ
3452	HOSTAL VIRGEN DEL CISNE PORTOVIEJO	MPTVAJ00003271	18/06/2018	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	LOPEZ CABA MANUEL
6213	HOTEL HERNANDEZ	MPTVAJ00002342	13/05/2008	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	HERNANDEZ DOMINGUEZ GUILLERMO ABEL
6647	PLATANAL	MPTVAJ00003779	08/04/2019	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas	TAMAYO TRIVIÑO JORGE KLEBER
13077	QUITO MANABI	MPTVAJ00002736	24/08/2015	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	LOPEZ CHICA GELMA MARIA
13081	REALES TAMARINDOS	MPTVAJ00001771	28/09/2006	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	HIDALGO BENAVIDES MAXIMO CLOTARIO
13202	MARYLOOR	MPTVAJ00002205	08/12/2000	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	LOOR SALTOS ADOLFO VALENTIN
13216	FAMILIAR	MPTVAJ00001837	18/06/2014	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	LOPEZ GARCIA AGAPITA CONSUELO
13259	MAXIMO	MPTVAJ00002206	11/07/2000	Alojamiento	Hotel	2 Estrellas	HIDALGO CASTILLO JOSE ALEJANDRO
13342	MANGO'S	MPTVAJ00001902	04/05/2015	Alojamiento	Hotel	2 Estrellas	MENDOZA MEZA MARIANA AUXILIADORA
13369	HOSTAL LUDI	MPTVAJ00003899	19/07/2019	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	CEVALLOS MENDOZA DIXI ELIZABETH
13375	HOTEL BOSTON	MPTVAJ00003713	28/12/2018	Alojamiento	Hotel	2 Estrellas	PINARGOTE CARDENAS NELLY DOLORES
13533	MADRIGAL	MPTVAJ00001583	30/03/2012	Alojamiento	Hotel	2 Estrellas	CEVALLOS ZAMORA SERELA ITALIA
13601	HOTEL SAN FERNANDO	MPTVAJ00003604	30/10/2018	Alojamiento	Hotel	2 Estrellas	CORNEJO FARIAS FREDDY FERNANDO
13682	GUIFERZA	1301501221	22/10/2012	Alojamiento	Hostería	TERCERA	FERNANDEZ ZAMBRANO JOSE LUIS
13727	LA POSADA DE AFRODITA	MPTVAJ00003326	26/06/2014	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	MONCAYO GOMEZ GILMA ILIANA
14008	CALIFORNIA	MPTVAJ00002420	20/04/2017	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	BAZURTO SANCHEZ JOSE AGUSTIN
14153	HOSTAL JABONCILLO DEL VALLE	MPTVAJ00003719	08/01/2019	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	ESPINALES ESPINALES MARIA VERONICA
14421	HOTEL VIRGEN DEL CISNE	MPTVAJ00002419	20/04/2017	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	LOPEZ VIÑAN VICTOR ALFONSO
14517	QUINTA SAN JUAN	1301500520	19/06/2003	Alojamiento	Hostería	SEGUNDA	QUIZAJUA CIA. LTDA.
14524	CEIBO REAL	1301500782	15/02/2007	Alojamiento	Hotel	PRIMERA	VERA SANCHEZ CIA. LTDA.
14623	CEIBO DORADO	MPTVAJ00000624	28/10/2011	Alojamiento	Hotel	3 Estrellas	HCDORADO CIA. LTDA.

Anexo 3 Ficha de Caracterización de Alojamiento de Rooney Alfonso

**FICHA TECNICA PARA LA CARACTERIZACION DE LOS CENTROS DE HOSPEDAJE EN LA
CIUDAD DE PORTOVIEJO**

Objetivo: La presente ficha técnica tiene como finalidad recopilar información sobre los centros de hospedaje para su caracterización contribuyendo así a la realización de la investigación titulada: _____ . La información recolectada será confidencial y de uso exclusivamente académico.

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:					
Franquiado 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"/>					
DISTRIBUCION FISICA					
Departamentos <input type="checkbox"/> Cabanas <input type="checkbox"/> Villas <input type="checkbox"/> Bungalows <input type="checkbox"/>					
Otros: _____					
INSTALACIONES					
Nombre de las instalaciones	Si / No	Cant.	Nombre de las instalaciones	Si / 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, BAR , 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 el 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			Cambiodor de peñales en los cuartos de baño		
Piscina			Agencias de limpieza y cuidado personal		
Hidromasaje			Exposición de colección de arte permanente o temporal		

Anexo 4 Ficha de Reglamento de Alojamiento Turístico de Hoteles

ANEXO 1. HOTEL - H					
Requerimientos por categoría - H					
REQUISITOS		HOTEL 5 ESTRELLAS	HOTEL 4 ESTRELLAS	HOTEL 3 ESTRELLAS	HOTEL 2 ESTRELLAS
REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA					
INSTALACIONES GENERALES					
1	Servicio de estacionamiento temporal para vehículo (embarque y desembarque de pasajeros), frente al establecimiento.	X	X		
2	Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento. En caso de que con la aplicación del porcentaje el resultado sea menor a tres, mínimo tres espacios de estacionamiento, para las categorías de cinco, cuatro y tres estrellas.	20%	15%	10%	0%
3	Generador de emergencia	Para suministro general de energía eléctrica para todo el establecimiento.	X	X	
		Para servicios comunales básicos: ascensores, salidas de emergencia, pasillos, áreas comunes.			X
		Sistema de iluminación de emergencia.			
4	Agua caliente en lavabos de cuartos de baño y aseo en áreas comunes.	Con grifería con sistema temporizado.	X		
		Las 24 horas.	X	X	
		Centralizada.	X	X	X
5	Cambiador de pañales de bebé en cuartos de baño y aseo ubicados en áreas comunes.	X	X		
ANEXO 1. HOTEL - H					
Requerimientos por categoría - H					
REQUISITOS		HOTEL 5 ESTRELLAS	HOTEL 4 ESTRELLAS	HOTEL 3 ESTRELLAS	HOTEL 2 ESTRELLAS

Anexo 5 Ficha de Reglamento de Alojamiento Turístico de Hostales

ANEXO 2. HOSTAL - HS				
Requerimientos por categoría - HS				
REQUISITOS		HOSTAL 3 ESTRELLAS	HOSTAL 2 ESTRELLAS	HOSTAL 1 ESTRELLA
REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA				
INSTALACIONES GENERALES				
1	Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento.	10%	0%	0%
2	Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural.	X		
3	Contar con áreas de uso exclusivo para el personal:	Cuartos de baño y aseo	X	
		Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)	X	X
		Área de comedor.	X	
ACCESOS				
4	Una entrada principal de clientes y otra de servicio.	X*		
AREAS DE CLIENTES				
Áreas de clientes - General				
4-A	Área de recepción con mobiliario	X	X	X
Áreas de clientes - Habitaciones				
5	Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.	2%	0%	0%
6	Habitaciones	Privadas con cuarto de baño y aseo privado.	X	
		Privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido.		X
		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.		
ANEXO 2. HOSTAL - HS				
Requerimientos por categoría - HS				
REQUISITOS		HOSTAL 3 ESTRELLAS	HOSTAL 2 ESTRELLAS	HOSTAL 1 ESTRELLA
7	Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.	X		

Anexo 6 Encuesta para visitantes, presentada a los expertos para la validación

Encuesta	5	4	3	2	1
	Excelente	Buena	Regular	Mala	Muy Mala
La atención que recibió del personal al registrarse en el Alojamiento (check -in)					
Información de nuestro establecimiento					
Accesibilidad a otros establecimientos (recreacionales, comerciales, etc.)					
La atención durante se salida en el Alojamiento (check - out)					
Limpieza y condiciones de la habitación					
Limpieza y condiciones del baño					
Servicios básicos en el establecimiento (agua, luz, tv, internet)					
Predisposición por resolver los problemas de los clientes					
Servicios adicionales a la habitación					
Seguridad del establecimiento					
El Cumplimiento de requerimientos solicitados					
El servicios es Brindado sin errores					
Como considera los precios del hospedaje					
Como considera la imagen del establecimiento					
Las Habitaciones son cómodas con los servicios necesario					
Como percibió la limpieza y el aroma de la habitación					
Publicidad del establecimiento					
Como valoraría la calidad del producto recibido					

Anexo 7 Entrevistas para Administradores de Alojamiento



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA AGROPECUARIA DE MANABI
MANUEL FELIX LOPEZ**

ENTREVISTA

OBJETIVO: Diagnosticar la situación actual de los alojamientos turísticos pos terremoto en la incidencia en la mejora de la satisfacción del cliente en el cantón Portoviejo

12. ¿Cuántas áreas de operaciones tiene el Alojamiento? ¿Cuáles son?
13. ¿Cuáles son las áreas de servicio en su hotel interna y externa?
14. ¿Cuál es la capacidad ocupacional del hotel?
15. ¿Cómo Gerente o propietario de este hotel conoce o evalúa sistemáticamente la satisfacción del cliente y cuales han sido la ventaja de aplicar esta evaluación?
16. ¿Emplean Uds. algún registro de quejas de sus clientes y cuál ha sido la queja de mayor frecuencia?
17. ¿Considera Ud. que su personal está capacitado para resolver todo tipo de problema que se presente eventualmente con algún usuario?
18. ¿Su personal administrativo, domestico, de limpieza, y de servicios son capacitados y evaluados y si es así cada que tiempo y en que temáticas?
19. ¿En su gestión como gerente, encargado o propietario que es lo más importante en relación y satisfacción del cliente?
20. ¿Cuentan con alguna plataforma digital y con plan de marketing?
21. ¿Cuáles son las estrategias implementadas para brindar un servicio que cumplan con las expectativas del cliente en todos los aspectos, alimentación, diversión, confort, entre otros?
22. ¿Utilizan algún o algunos medios, técnicas o herramientas para evaluar el nivel de satisfacción de sus clientes?

Anexo 8 Encuestas para visitantes / huéspedes validada por los expertos



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA AGROPECUARIA DE MANABI
MANUEL FELIX LOPEZ

ENCUESTA

OBJETIVO: Medir el grado de satisfacción de los clientes en los alojamientos turísticos en el cantón Portoviejo

Preguntas	10	8	6	4	2
	Excelente	Buena	Regular	Mala	Muy mala
La atención que recibió del personal al registrarse en el Alojamiento (check -in)					
La atención durante se salida en el Alojamiento (check - out)					
Limpieza y condiciones de la habitación					
Limpieza y condiciones del baño					
Predisposición por resolver los problemas de los clientes					
El Cumplimiento de requerimientos solicitados					
El servicios es Brindado sin errores					
Como considera los precios del hospedaje					
Como considera la imagen del establecimiento					
Las Habitaciones son cómodas con los servicios necesario					
Como percibió la limpieza y el aroma de la habitación					
Como valoraría la calidad del producto recibido					