



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA TURISMO

TEMA:

**SERVICIOS HOTELEROS DEL PERFIL COSTERO DEL
CANTÓN PLAYAS EN EL AÑO 2025**

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN TURISMO

AUTOR:

LIVISTON ALEXI CRIOLLO SUAREZ

TUTORA:

ING. JESSICA SORAYA LINZAN RODRÍGUEZ, MSC.

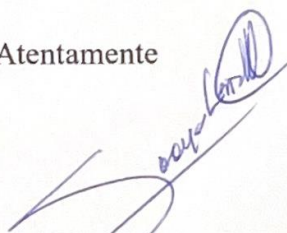
LA LIBERTAD – ECUADOR

2026

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, "**SERVICIOS HOTELEROS DEL PERFIL COSTERO DEL CANTÓN PLAYAS EN EL AÑO 2025**", elaborado por el Sr. Liviston Alexi Criollo Suarez egresado de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Jessica Soraya Linzan Rodríguez. MSc.
DOCENTE TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado “**SERVICIOS HOTELEROS DEL PERFIL COSTERO DEL CANTÓN PLAYAS EN EL AÑO 2025**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena

Yo, Liviston Alexi Criollo Suarez con cédula de identidad número 0929639029 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

f. *Criollo Suarez Liviston*
.....

Liviston Alexi Criollo Suarez

C.I. 0929639029

AGRADECIMIENTO

En este momento especial, quiero dar mi más sentido agradecimiento a cada una de las personas que estuvieron desde principio a fin en esta etapa universitaria, ya que su presencia, apoyo y cariño han convertido este capítulo de mi vida en una experiencia inolvidable, las palabras no pueden capturar completamente la gratitud que tengo hacia cada una de esas personas quienes han dejado una huella imborrable en mi vida, además de que contribuyeron a este logro sea posible.

Agradezco a mis seres queridos en especial a mis padres quienes son mi red de seguridad y mi fuente de inspiración, puesto que sin el apoyo de ellos no sería posible alcanzar este sueño. A mis amigos por las risas y por el compañerismo que han hecho de este viaje aún más especial.

Además, quiero agradecer a la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), por permitirme crecer en el ámbito personal y profesional en donde pude forjar mis metas y sueños.

Liviston Alexi Criollo Suarez

DEDICATORIA

Este trabajo final es la conclusión de un trayecto significativo, y no puedo dejar pasar por alto la contribución invaluable de todos aquellos que han sido una guía en este camino.

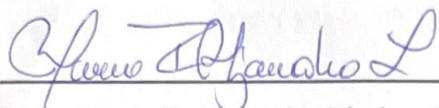
A mis padres Eusebia Suarez Jiménez y Pedro Criollo Vera por ser pilares fundamentales en mi vida, por su amor y sacrificios que han sido la base sobre la que construí mis sueños, gracias por enseñarme a luchar con gallardía, a mantenerme de pie pese a todas las adversidades y a creer en mí. Gracias, mamá por siempre decirme esta frase “UN RESBALON NO ES CAIDA”, este logro no es solo mío sino de ustedes porque sin su apoyo y enseñanzas, este camino no habría sido posible.

A mi mejor amiga DAMARIS CRUZ, quien ha estado a mi lado en cada logro que eh alcanzado, compartiendo alegrías, tristezas y brindándome palabras de aliento. Gracias por creer en mi cuando más lo necesitaba y por recalcar me que nunca estaría solo en esta travesía.

Que este documento sirva como declaración de lo cuanto estoy agradecido con todos aquellos que han sido esa pieza primordial en mi formación profesional. Gracias por iluminar mi camino y ser la base de mi crecimiento profesional.

Liviston Alexi Criollo Suarez

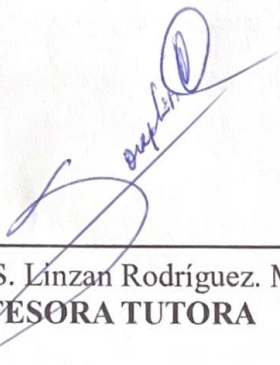
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



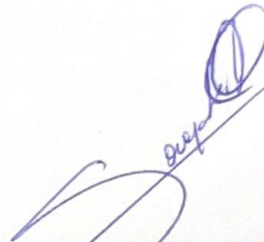
Lcda. María F. Alejandro Lindao. Mgs.
DIRECTORA (E) DE LA CARRERA



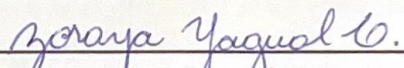
Lic. Miguel Á. Orden Mejía. PhD.
PROFESOR ESPECIALISTA



Ing. Jessica S. Linzan Rodríguez. MSc.
PROFESORA TUTORA



Ing. Jessica S. Linzan Rodríguez. MSc.
PROFESORA GUIA DE UIC



Ing. Zoraya E. Yagual Cruz
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Contenido

Aprobación del profesor tutor	¡Error! Marcador no definido.
Autoría del trabajo.....	2
AGRADECIMIENTO.....	4
DEDICATORIA	5
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
Resumen.....	11
Abstract	12
Introducción	13
1. Planteamiento del Problema.....	14
1.1. Objetivo general.....	15
1.1.1. Objetivo específico.....	15
1.2. Justificación.....	15
Mapeo.....	16
Capítulo I. Marco Referencial.....	17
1.3. Revisión de literatura	17
Desarrollo de teorías y conceptos.	18
1.4. Servicio hotelero	18
1.5. Calidad del Servicio	18
1.6. Atención al cliente.....	20
1.7. Alojamiento.....	21
1.7.1. Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico	21
1.8. Perfil costero	22
1.9. Accesibilidad.....	23
1.10. Calidad turística	23
1.10.1. Principios de la gestión de calidad	24
1.10.2. Ciclo de calidad.....	25
1.10.3. Modelo de medición de calidad: El Servqual	26
1.11. Oferta turística.....	26
1.11.1. Tipo de Oferta Turística	27
1.11.2. Características de la oferta turística	27
1.12. Tecnología en la oferta turística	27
1.13. Fundamentos legales	28
1.14. Constitución del Ecuador	28

1.15. Ley de Turismo	28
1.16. Reglamento de Alojamiento Turístico.....	28
Capitulo II Metodología	32
2. Diseño de investigación	32
2.1. Métodos de la investigación.....	32
2.1.1. Método bibliográfico.....	32
2.1.2. Método Analítico.....	33
2.1.3. Método sintético.....	33
2.2. Población y muestra	33
2.3. Muestra.....	34
2.4. Técnicas e instrumentos	34
2.4.1. Encuestas.....	34
2.4.2. Instrumento	34
Capitulo III Resultados y Discusión	35
3. Análisis de datos	35
Discusión.....	48
Conclusión.....	49
Recomendación.....	50
Bibliografía	51

Índice de tablas

Tabla 1 Principios de la calidad del servicio	19
Tabla 2 Característica para la atención al cliente	20
Tabla 3 Calidad que es	23
Tabla 4 Principios de calidad	24
Tabla 5 Ciclo de la calidad	25
Tabla 6 Dimensiones para evaluar	26
Tabla 7 Tipo de Oferta turística.....	27
Tabla 8 Reglamento de Alojamiento turístico	28
Tabla 9 edades de los turistas	35
Tabla 10 género de los turistas	36
Tabla 11 tipo de viaje	37
Tabla 12 motivación principal de viaje	38
Tabla 13 participación de la encuesta.....	39
Tabla 14 se ha hospedado en un hotel en los último siete días	40
Tabla 15 alojamiento que elige	41
Tabla 16 tarifa que está dispuesto a pagar.....	42
Tabla 17 expectativas durante su estadía	43
Tabla 18 servicios prestado	44
Tabla 19 calidad del servicio.....	45
Tabla 20 recomendaría a sus amigos o familiares el alojamiento	46
Tabla 21 tuvo algún problema durante su estadía	47

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 edades de los turistas.....	35
Ilustración 2 género de los turistas.....	36
Ilustración 3 tipo de viaje.....	37
Ilustración 4 motivación de viaje.....	38
Ilustración 5 participación de la encuesta.....	39
Ilustración 6 se ha hospedado en un hotel en los últimos siete días.....	40
Ilustración 7 alojamiento que elige.....	41
Ilustración 8 tarifa que está dispuesto a pagar.....	42
Ilustración 9 expectativas durante su estadía.....	43
Ilustración 10 servicio prestado.....	44
Ilustración 11 calidad del servicio.....	45
Ilustración 12 recomendarías a sus amigos o familiares el alojamiento.....	46
Ilustración 13 tuvo algún problema durante su estadía.....	47



AUTOR:

Criollo Suarez Liviston Alexi

TUTOR:

Ing. Soraya Linzán, Msc.

Resumen

La investigación en cuestión se centra en el servicio hotelero del cantón Playas para el año 2025, teniendo en cuenta la experiencia de los turistas y la calidad del servicio en cuestión. La base del estudio se establece en el problema de que los visitantes están moderadamente satisfechos con el servicio y que hay ciertos inconvenientes que influyen de manera negativa en su percepción general del hospedaje, como el factor de mantenimiento, la mala información y las dificultades durante su estadía. Como se mencionó, el objetivo de la presente fue analizar el servicio hotelero del cantón Playas. Para la recolección y análisis de la información, se siguió una metodología con enfoque mixto. Gracias a ella, se consiguió obtener tendencias de satisfacción, disposición al pago, tipo de alojamiento preferido y la posibilidad de recomendar. Los resultados obtenidos permiten concluir que, si bien, en promedio, el servicio es aceptable, aún existen elementos que no permiten la plena satisfacción del visitante, especialmente al ocurrir problemas durante su estadía y/o baja intención de recomendar. Es decir, el servicio hotelero del cantón Playas necesita una mejora en su calidad, información disponible y procesos para así poder consolidar una experiencia positiva y competitiva para el turista.

Palabras Claves

Servicio Hotelero, Calidad Turística, Alojamiento, Percepción general del hospedaje.

**AUTHOR:****Criollo Suarez Liviston Alexi****ADVISOR:****Ing. Soraya Linzán, MSc.****Abstract**

This research focuses on hotel services in the Playas canton for the year 2025, taking into account tourist experiences and service quality. The study is based on the problem that visitors are only moderately satisfied with the service and that certain issues negatively influence their overall perception of the accommodation, such as maintenance, poor information, and difficulties during their stay. As mentioned, the objective of this study was to analyze hotel services in the Playas canton.

A mixed-methods approach was used for data collection and analysis. This allowed for the identification of trends in satisfaction, willingness to pay, preferred type of accommodation, and likelihood of recommending the hotel. The results obtained allow us to conclude that, while the service is acceptable on average, there are still elements that prevent full visitor satisfaction, especially problems encountered during their stay and/or a low likelihood of recommending the hotel. In other words, the hotel service in the Playas canton needs improvement in its quality, available information, and processes in order to consolidate a positive and competitive experience for tourists.

Keywords:

Hotel Service, Tourism Quality, Accommodation, General perception of the accommodation.

Introducción

El ámbito turístico tiene un papel clave en el progreso económico y social de las áreas costeras, al impulsar actividades como el comercio, la gastronomía, el transporte y, sobre todo, los servicios de hospedaje. En este marco, los servicios de hotelería son un elemento fundamental para asegurar la satisfacción del turista y promover la percepción favorable del destino. En el cantón General Villamil Playas, uno de los lugares turísticos más frecuentados de la provincia del Guayas, la calidad, accesibilidad y visibilidad de estos servicios afectan de manera directa la experiencia del turista y la competitividad del destino frente a otras playas del país.

No obstante, a pesar del aumento en el turismo, se evidencia una limitada disponibilidad de información y divulgación sobre las opciones de alojamiento en el perfil costero de Playas, tanto entre los turistas como entre los habitantes locales. Esta circunstancia puede dar lugar a confusiones, restringir la capacidad de hacer elecciones informadas a la hora de encontrar un lugar donde quedarse y afectar la apreciación general del destino. La falta de conocimiento sobre los servicios ofrecidos no solo afecta la vivencia del visitante, sino que también puede tener un efecto desfavorable en la imagen turística del cantón y su habilidad para establecerse como un destino competitivo y sostenible.

La presente investigación tiene como finalidad analizar el nivel de conocimiento que tienen los visitantes y residentes sobre los servicios hoteleros en el perfil costero de General Villamil Playas, examinar cómo la falta de información incide en la toma de decisiones turísticas y estudiar las implicaciones que este desconocimiento puede tener en la imagen del destino. Para ello, se empleó un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo, aplicando encuestas a una muestra de turistas, lo cual permitió obtener datos relevantes y actualizados sobre esta problemática.

1. Planteamiento del Problema

¿El Servicio Hotelero del Cantón Playas se muestra competitivo frente a la oferta turística, Año 2025?

En la actualidad el turismo costero se ha establecido como una de las más grandes actividades económicas activas a nivel mundial. El sector hotelero en estas circunstancias desempeña un rol importante como proveedor de servicios esenciales para la experiencia del turista, aunque a pesar del constante aumento del turismo internacional surgen retos vinculados a la calidad del servicio, la sostenibilidad y la innovación hotelera.

En América Latina, especialmente en Ecuador el turismo simboliza una fuente significativa de ingresos económicos y de empleos, no obstante, este se enfrenta a restricciones que impiden su desarrollo, entre sus obstáculos se presenta la falta de capacitación al personal, informalidad en los establecimientos, además de la baja implementación de los estándares de calidad y la escasa aplicación de estrategias en las áreas turísticas de mayor demanda como es el caso de la zona costera.

En lo que respecta a nivel nacional, el cantón General Villamil Playas más conocido como Playas se ha situado como uno de los lugares con más afluencia turística, esto es gracias a su atractivo natural, su cercanía a la ciudad de Guayaquil y a su variada gastronomía. Sin embargo, el progreso de los servicios turísticos no han evolucionado de la misma manera que la de la demanda turística, ya que innumerables establecimientos aun actúan sin las certificaciones de calidad, además de que cuentan con una infraestructura limitada y sin implementar las respectivas estrategias de atención al cliente para que así puedan asegurar una experiencia competitiva y agradable

Objetivo

1.1.Objetivo general

✚ Analizar la calidad del Servicio Hotelero Del Cantón Playas, Año 2025

1.1.1. Objetivo específico

✚ Fundamentar teórica y técnicamente las definiciones del servicio hotelero y oferta turística.

✚ Utilizar herramientas de la investigación científica para analizar el servicio hotelero del cantón Playas.

✚ Evaluar el nivel de aceptación y percepción de los turistas respecto a los servicios ofrecidos.

1.2.Justificación

La presente investigación se justifica por su aporte teórico, práctico y social al análisis de la relación entre la calidad del servicio hotelero, la percepción del turista y el acceso a la información en el cantón General Villamil Playas. Desde el ámbito teórico, el estudio aporta evidencia que respalda la importancia de la información clara, oportuna y confiable como un factor determinante en la toma de decisiones del turista y en la valoración del servicio recibido. En el plano práctico, los resultados permitirán identificar debilidades en la gestión del servicio hotelero, especialmente en los procesos de comunicación y atención al cliente, sirviendo como base para el diseño de estrategias orientadas a mejorar la experiencia del huésped y fortalecer la competitividad de los establecimientos. Finalmente, desde una perspectiva social, la investigación contribuye al fortalecimiento de la actividad turística local, al promover mejoras en la calidad del servicio y en la transparencia informativa, lo que favorece el posicionamiento sostenible del cantón Playas como destino turístico.

Mapeo

Capítulo I: Marco referencial; se exponen ideas y nociones que respaldan el estudio, considerando bases firmes y los aportes que se fueron empleando en otras investigaciones, tanto a nivel nacional como internacional.

Capitulo II: Metodología; en este apartado se determina el enfoque metodológico utilizado para el desarrollo de la investigación

Capitulo III: Resultados y discusión; se presentan los resultados alcanzados en el trabajo y la discusión correspondiente. En donde se utilizaron herramientas como encuestas lo que permitirá una mejor apreciación de resultados.

Capítulo I. Marco Referencial

1.3.Revisión de literatura

Villacis y Macías (2021), menciona que entorno empresarial se caracteriza porque existe mucha competitividad y se hace cada vez más importante poder conocer la satisfacción del cliente ya que hay relación directa con su fidelidad, y, por tanto, con los ingresos de la organización. La satisfacción del cliente y su fidelización son componentes esenciales para incrementar la competitividad de las organizaciones y sólo se logra con la identificación de sus necesidades y expectativas, ya que en la actualidad la satisfacción y la fidelización se han convertido en factores esenciales para el fortalecimiento competitivo además de poder responder a ella con medida de servicios de calidad que puedan generar experiencias de calidad.

Según Moreno (2007), destaca que los establecimientos hoteleros deben insistir o mantener un nivel de empatía elevado, esto especialmente en los empleados de los hoteles de mayor categorización deben conocer e idéntica las necesidades específicas de cada cliente para buscar lo mejor para sus intereses. En general, los hoteles de todas las categorías estas se deben esforzar en hacer sentir a sus huéspedes que son importantes y especiales, y que la empresa se preocupa por sus huéspedes, por sus intereses y necesidades que llegasen a tener, como tal una orientación estratégica centrada en mantener y fortalecer los vínculos con los clientes actuales en lugar de reemplazarlos por otros, para que así los clientes activos se conviertan en socios.

Espinoza (2024), Resalta que los cambios que se presentan en el entorno como, los avances tecnológicos y las nuevas tendencias sociales han afectado a la actuación de los clientes incitando nuevas prácticas empresariales, por ello además menciona lo importante que es tomar en cuenta el evolutivo e innovador avance tecnológico y aplicar en forma adecuada para el mejoramiento de la calidad del servicio electrónico en el sector hotelero, también dice que la calidad de servicio es una de las claves del éxito, esto debido a que ofrecer los servicios a los clientes online resulta cada vez más importante de cara a la obtención de ventajas competitivas en el mercado electrónico y en consecuencia crear valor.

Según Lopez & Muñoz (2022), menciona que el sector hotelero es pieza clave en la cadena de valor de la actividad turística, su infraestructura, capacidad y servicio inciden en el posicionamiento y reconocimiento de un destino turístico; generar satisfacción en los huéspedes produce que se eleve el índice de visitantes. Por lo tanto, el capital humano no es un gasto, se considera una inversión y un recurso que necesita ser cuidado a través de estrategias de formación, desarrollo, incentivos, para lograr que los trabajadores se sientan satisfechos y comprometidos con los objetivos de la organización.

Desarrollo de teorías y conceptos.

1.4.Servicio hotelero

Según Hijiffy (2025) nos dice que un servicio hotelero es toda prestación adicional al alojamiento que pueda mejorar la experiencia del cliente. Además, son servicios diseñados expresamente para poder responder a las expectativas de los viajeros y garantizarles una estancia más agradable y armoniosa.

En otras palabras, un servicio hotelero es todo aquello que el hotel puede ofrecer además del alojamiento, esto con el fin de que el huésped disfrute y se sienta a gusto durante su estadía, además de que son herramientas claves para poder brindar una buena estadía y así poder cumplir con las necesidades del turista y hacer que su paso por el hotel sea de buen agrado.

1.5.Calidad del Servicio

Odebrecht (2024) nos dice que, la calidad del servicio es un factor determinante para la lealtad del cliente y el éxito de cualquier empresa. No se trata solo de entregar un producto o un servicio, sino de cómo se gestiona toda la experiencia del cliente, además de que la calidad del servicio se enfoca en la experiencia que el cliente tiene al interactuar con la empresa, desde el primer contacto hasta la resolución de problemas o consultas. Factores como la empatía, la atención al detalle y la capacidad de respuesta son cruciales para brindar una experiencia de servicio satisfactoria.

Por otro lado, Hammond (2024) dice que, “la calidad del servicio desempeña un papel fundamental en el éxito de cualquier empresa. Brindar un servicio excepcional no solo satisface las necesidades y expectativas de los clientes, sino que también fortalece su lealtad y confianza en la marca”.

En la tabla que se presenta a continuación, especifica los principios de la calidad del servicio

Tabla 1 Principios de la calidad del servicio

PRINCIPIOS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO	
Tangibilidad	Hace referencia a la apariencia que tienen las instalaciones tanto físicas, equipos, personal y el material de comunicación
Confiabilidad	La capacidad de la empresa para poder realizar el servicio prometido de manera precisa y consistente, para así cumplir con las expectativas
Capacidad de respuesta	Disposición y rapidez con la que el personal ayuda a los clientes, atendiendo sus solicitudes y resolviendo problemas de manera eficiente
Empatía	La atención individualizada y el cuidado que se le da a cada cliente, buscando entender sus necesidades y ofreciendo un trato cercano y servicial
Seguridad	La sensación de que el servicio es seguro y que el cliente puede confiar en la empresa,

Fuente: Odebrecht, (2024)

Realizado por: Liviston Criollo Suarez

1.6. Atención al cliente

Zendesk (2023) nos dice que, La atención al cliente abarca una serie de estrategias diseñadas para abordar las inquietudes y necesidades de los consumidores. Por lo general, se lleva a cabo a través de un equipo de soporte y sus representantes, con el propósito de responder a consultas, abordar quejas y fomentar el uso adecuado de los productos comercializados por una empresa.

En otras palabras, la atención al cliente es el trabajo que realiza una empresa para poder ayudar a las personas a resolver sus dudas o problemas

En la tabla que se presentara a continuación trata sobre las características que se debe tener para la atención al cliente.

Tabla 2 Característica para la atención al cliente

CARACTERÍSTICA PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE	
Rápida	La inmediatez con la que el departamento da respuesta a las consultas que recibe
Competente	Brindar soluciones efectivas a los problemas de los clientes, para que se sientan satisfechos con el servicio.
Estratégica	Es la que satisface las necesidades del cliente con una atención de excelencia
Automatizada	Resuelve casos complejos y ayudan a optimizar y agilizar la atención

Especializada	Atención directa con el cliente para poder satisfacer y resolver sus dudas
---------------	--

Fuente: Hammond, (2025)

1.7.Alojamiento

Para Torres y Anchundía (2017) El servicio de alojamiento turístico es la oferta de hospedaje a cambio de un beneficio económico en los alojamientos debidamente amobladas, dotadas de al menos una cama, para así ofrecerla como el principal servicio al turistas, aventureros y huéspedes, además se considera como alojamiento a aquella actividad ejercida por los establecimientos que presten servicios de hospedaje al público a cambio de un pago de forma profesional, este puede ser de modo temporal o permanente y puede incluir otros servicios complementarios.

1.7.1. Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico

El Ministerio de Turismo (2016), nos menciona que los establecimiento de alojamiento se clasifican en:

Hotel: establecimiento de alojamiento que ofrece varios servicios ya sean de recepción, restaurantes y limpieza. Estos se clasifican por medio de estrellas y están entre 2 a 5 estrellas. (p. 8).

Hostal: Estos establecimiento deberán contar con al menos 5 habitaciones para poder considerarse hostal y su clasificación se realiza por medio de estrellas que están entre 2 y 3 estrellas. (p. 8).

Hostería: Son establecimientos que ofrecen alojamientos en habitaciones o en cabañas privadas además de brindar servicios complementarios, de igual manera su clasificación es de 3 a 5 estrellas. (p. 9)

Hacienda Turística: Son establecimientos que están ubicados dentro de zonas rurales, esto proporciona servicio de hospedaje y actividades relacionadas a su

entorno, además de que permite el contacto directo con la naturaleza, de la misma forma su clasificación va entre 3 a 5 estrellas. (p. 9).

Lodge: Establecimientos ubicados en entornos naturales también cuenta con servicios de calidad. (p. 9).

Resort: Son establecimientos que se dan en playas, montañas y en bosques. (p. 9).

Refugio: Establecimiento más natural, este se encuentra ubicado normalmente en zonas montañosas y en áreas naturales, no cuenta con una categorización como los hoteles, pero sin embargo ofrece un ambiente acogedor para poder descansar. (p. 9).

Campamento Turístico: Establecimiento de alojamiento que ofrece hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña este no cuenta con clasificación de estrellas ya que es una categoría única. (p. 9).

Casa de Huéspedes: Es un establecimiento que ofrece hospedajes en la vivienda donde reside el prestador del servicio, su clasificación es de categoría única, (p. 9).

Cada una de las clasificaciones en las que se encuentran los diferentes tipo de alojamiento dispone de una infraestructura, un sistema operativo entre otros aspectos que cumplen con las normativas. El Reglamento establecido por el Ministerio de Turismo deben de aplicarse y formar parte del catastro al obtener esa clasificación.

1.8.Perfil costero

Para Panchana y Marisol (2023) dicen que, El ambiente costero es un entorno dinámico debido al clima, geología y geomorfología en la interfaz océano abierto y playa. Este hábitat permite el desarrollo turístico, económico, social-político de los perfiles costeros urbanos del mundo. Sin embargo, gran parte de estos territorios costeros están sujetos a procesos erosivos, que producen cambios en la línea de costa debido a factores naturales y antrópicos.

En otras palabras, el perfil costero esta sujeto a cambios constante ya sea por el clima o por las características del área

1.9. Accesibilidad

Según Dominguez y Fraiz (2011) nos dice que, “el concepto de accesibilidad involucra una dimensión social y otra técnica. Además de que la primera técnica implica un derecho a la no discriminación por ningún tipo de causa justificada, lo que desemboca a la segunda dimensión, reflejada en una serie de infraestructuras y medios que permitan dicha igualdad de disfrute de los derechos fundamentales.”

1.10. Calidad turística

Al hablar de calidad turística, resulta algo complejo referirse a un único autor, ya que este tema ha generado varias opiniones que corresponden a diferentes enfoques críticos. Estos pueden enfocarse en aspectos como el valor, el cliente, el producto

Tabla 3 Calidad que es

CALIDAD	
ES	NO ES
Una filosofía	Solucionar problemas
Previsión	Imprudencia
Compromiso	Simple obligación
Un esfuerzo constante	Solo un programa de capacitación adicional

Fuente: García (2012)

Dentro de unos de los conceptos más relevantes se citan los siguientes:

Uno de los conceptos popular nos dice “La calidad llega a definirse como el nivel que un grupo de características propias efectúan con dichos requisitos, comprendiéndose por condiciones, necesidad o expectativas fijadas” (Carro & Gonzales, 2010).

La calidad turística, se adoptó en el III Plan de Calidad Turística. Como su primordial objetivo a la creación de un nuevo modelo de desarrollo turístico que se pueda basar en lo que es la calidad, la accesibilidad y sobre todo la sostenibilidad, además de que se pueda promover la innovación con la única finalidad de conseguir una buena calidad turística (Lopez, 2017).

Considerando que la calidad implica un conjunto de diversas características y expectativas que superan las meras necesidades de los clientes, el objetivo principal es garantizar que el consumidor se sienta complacido y que salga con un sentido de amabilidad.

1.10.1. Principios de la gestión de calidad

Estrella (2025), nos define a la gestión de calidad como una de las etapas de todo el proceso que involucra la calidad dentro de una organización, proporcionando así el vínculo entre el control y el aseguramiento de la calidad.

A lo largo del tiempo se han encontrado al menos ocho principios los cuales contribuyen a la gestión de calidad, además de que pueden ser utilizado por la alta dirección esto con la finalidad de poder transportar a la organización para poder tener una mejor ocupación.

En la siguiente table se mostrarán los ochos principios encontrados

Tabla 4 Principios de calidad

PRINCIPIOS DE LA CALIDAD	
Enfoque al cliente	Las empresas dependen de sus clientes, por lo tanto, deben de comprender sus necesidades actuales y futuras, para así llegar a satisfacer todos sus requisitos.
Liderazgo	Los líderes deberán de crear y mantener un ambiente adecuado para sus huéspedes.
Participación del personal	El personal, es importante dentro de la empresa ya que ayuda con sus habilidades para mejorar.

Enfoque basado en procesos	Es el resultado deseado para así lograr la eficiencia en lo que corresponde a las actividades y recursos.
Enfoque de sistema para la gestión	Este tiene como objetivo el poder identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema.
Mejora continua	Desempeño general que las empresas deben tener un objetivo primordial, para lograr la mejora continua.
Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones	Se refiere a la elección que se realiza con la información y los datos obtenidos.
Relaciones mutuas y beneficiosas con el proveedor	Es imprescindible poder establecer colaboraciones estratégicas con los proveedores para así poder incrementar la competitividad y optimizar la productividad.

Fuente: Estrella, (2025)

1.10.2. Ciclo de calidad

Para Martins (2025), el ciclo de calidad o PDCA es una estrategia interactiva de resolución de problemas para poder mejorar la gestión de procesos e implementar cambios, además de que es conocido como el ciclo de mejora continua

El ciclo de calidad esta compuesto por 4 etapas que son:

Tabla 5 Ciclo de la calidad

CICLO DE LA CALIDAD	
PLANIFICAR (P)	Es la primera fase para cualquier mejora de proceso o planificación
HACER (D)	Es la segunda etapa, esta consiste en implementar el plan de proyecto en una pequeña escala para asegurar que funcione correctamente

COMPROBAR (C)	Esta etapa es importante para así poder detectar pequeños problemas antes de que estos se vuelvan demasiados grandes
AJUSTAR (A)	Una vez comprobado se necesita ajustar o actuar esto hace referencia a la mejora continua.

Fuente: Martins (2025)

1.10.3. Modelo de medición de calidad: El Servqual

El modelo Servqual se considera el método más común para medir la calidad de los servicios. Su función principal se basa en estudiar las diferencias entre las expectativas de los clientes y su percepción del servicio que han recibido.

Tabla 6 Dimensiones para evaluar

DIMENSIONES PARA EVALUAR	
Fiabilidad	Cumplir con lo prometido, además de resolver problemas de manera rápida y también ofrecer un servicio de primera mano
Capacidad	El personal debe de ser comunicativo, colaborador y rápido en atender las necesidades que se presenten
Seguridad	Debe de ser un equipo amable y seguro para inspirar confianza a los clientes
Empatía	Atención personalizada y entender las necesidades de cada uno de los clientes.
Intangibilidad	En este caso los servicios no se pueden almacenar o medir de manera tradicional.

Fuente: Duque-Olivia & Parra-Díaz, (2015).

1.11. Oferta turística

Para Mario & Socatelli (2013), nos dice que, “es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, además que

la oferta turística va más allá de los distintos productos y servicios, esta se encuentra formada por varios componentes del patrimonio turístico.

Por otro lado, Naranjo & Rodríguez (2022), da a conocer que la oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente que desea realizar un viaje.

1.11.1. Tipo de Oferta Turística

Tabla 7 Tipo de Oferta turística

TIPO DE OFERTA TURÍSTICA	
Básica	Servicios y bienes que son exclusivamente turísticos
Complementaria	Son los bienes que no son solo turísticos, pero son demandados por los turistas para complementar el producto final

1.11.2. Características de la oferta turística

Boullón (2006), nos da a conocer ciertas características sobre la oferta turística

- ✚ La producción de los servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser movilizables

- ✚ No se consumen al ser bien explotados, aunque si puede sufrir cambios al no ser protegidos de la manera adecuada

- ✚ Los recursos turísticos están derivados por atractivos naturales y culturales que no presten utilidad en el mercado

1.12. Tecnología en la oferta turística

Para las nuevas tecnologías pueden contribuir para que la experiencia del turismo sea más accesible y satisfactoria para todas las personas, su desarrollo implica el conocimiento de las necesidades de todo los usuarios potenciales.

Las tecnologías se han vuelto parte fundamental en la oferta turística ya que esta permite poder personalizar la experiencia del cliente, aumentar la eficiencia operativa y además de mejorar la competitividad de los destinos. Además, cuenta con herramientas tecnológicas como lo es el sistema de reserva online.

1.13. Fundamentos legales

La siguiente investigación titulada “**Servicios hotelero en el perfil costero de General Villamil**”, se basa en un conjunto de regulaciones legales que son las que limitan y guían el avance turístico, especialmente en áreas costeras del Ecuador. Estas normas legales ofrecen un fundamento para poder evaluar la calidad, organización y regulación de los servicios hoteleros en el área de análisis.

1.14. Constitución del Ecuador

La **Constitución de la Republica del Ecuador** (2021), nos dice que en los artículos 14 y 16 el derecho de la población es poder vivir en un ambiente sano y equilibrado, además de que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, además de tener acceso a los servicios públicos de calidad. De la misma manera reconoce al turismo como un factor clave en el modelo de desarrollo económico, solidario y social (Art.283).

1.15. Ley de Turismo

La **ley de turismo** (2014), por su parte nos dice que es el encargado de regular las actividades turísticas en el país estableciendo que deben beneficiar al desarrollo sostenible, cultural y económico de las comunidades. Esta ley junto a su normativa, son las que definen las condiciones para el funcionamiento, la clasificación y el control de los establecimientos hoteleros en particular los que están ubicados en las áreas de alta demanda como el perfil costero de General Villamil Playas.

1.16. Reglamento de Alojamiento Turístico

Tabla 8 Reglamento de Alojamiento turístico

SECCIÓN II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS HUÉSPEDES Y ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	
Art. 6	<p>Derechos y obligaciones de los establecimientos:</p> <p>Recibir el pago por los servicios entregados al huésped;</p> <p>f) Obtener y exhibir el registro de turismo y la licencia de funcionamiento anual.</p> <p>g) Exhibir la licencia única anual de funcionamiento con información requerida.</p> <p>h) Mantener las instalaciones, mobiliarios y equipamiento en buenas condiciones.</p> <p>i) proporcionar servicios referentes a lo ofrecido</p> <p>j) Cumplir con los servicios se le ofrecen a los huéspedes.</p> <p>k) Otorgar información veraz del establecimiento al huésped.</p> <p>l) Contar con personal capacitado y fomentar su formación continua, incluso a través de cursos.</p> <p>n) Asumir responsabilidades por los daños y perjuicios a los huéspedes.</p> <p>o) Cumplir con normativas de seguridad para proteger a los huéspedes.</p> <p>p) El establecimiento deberá informar sobre el hecho a las Autoridades competentes.</p> <p>q) Respetar la capacidad máxima del establecimiento.</p> <p>r) Cumplir con los límites máximos de ruido establecidos conforme a la Autoridad competente.</p>

	<p>t) Prestar con facilidad las necesarias para que se realicen inspecciones por parte de la Autoridad competente.</p> <p>u) Cumplir con las especificaciones de accesibilidad para personas con discapacidad.</p> <p>v) Llevar un registro diario y proporcionar a la Autoridad Nacional de Turismo y a las autoridades que así lo requieran, información relevante de sus huéspedes.</p>
<p>CAPÍTULO V</p> <p>SECCIÓN I</p> <p>DE LA COMERCIALIZACIÓN</p>	
Art. 18	<p>Los establecimientos deben implementar políticas de comercialización:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar herramientas tecnológicas, como sitios web que incluyan información detallada del contacto. 3. Contar con un sistema propio para la gestión de reservas. 4. Usar obligatoriamente el logo de la autoridad competente como es el Ministerio de Turismo en las plataformas digitales.
Disposiciones	<p>PRIMERA: los establecimientos deben ser accesibles al público sin discriminación, pero se reservan el derecho de admisión ante incumplir normas.</p> <p>SEXTA: En las modalidades “todo incluye” se debe garantizar una descripción clara.</p> <p>SÉPTIMA: Está prohibido permitir actividades relacionadas con explotación sexual, laboral, trata y tráfico de menores.</p> <p>DÉCIMA: La Autoridad Nacional de Turismo puede realizar inspecciones sin previo aviso para garantizar el</p>

	cumplimiento de las regulaciones de los establecimientos mientras están en funcionamiento
--	---

Fuente: Ministerio de Turismo (2016)

Capítulo II Metodología

2. Diseño de investigación

En la presente investigación se utilizó el enfoque cuantitativo, dado que se buscó medir y analizar mediante datos numéricos y verificables, como los turistas perciben los servicios hoteleros en el perfil costero del cantón General Villamil Playas, esto con el objetivo de poder recopilar información clara, objetiva y comprobable lo que facilitara la identificación de cuál es el nivel de satisfacción que tienen los huéspedes y cual el cumplimiento de las normas de calidad en los servicios ofrecidos.

Este enfoque se considerado apropiado debido a que permitió la comparación de los resultados de diferentes establecimiento turísticos y varios tipos de usuarios, lo que permitió reconocer cuales son las tendencias, debilidades o las ventajas que existen esto a partir de datos cuantificables y específicos.

En lo que respecta al alcance, la investigación fue de tipo descriptiva debido a que se basó en detallar cual es el nivel de conocimiento que tienen los turistas y los residentes sobre los servicios hoteleros del cantón Playas. Este tipo de alcance es adecuado cuando se busca representar de manera precisa una situación real basada en la percepción de un grupo en particular.

El diseño de investigación fue de tipo no experimental y transversal, ya que los datos fueron obtenidos en un solo instante. No se realizaron intervenciones ni se alteraron los comportamientos, simplemente se retrató la situación real a partir de las respuestas de los turistas durante el tiempo de recolección de información.

2.1.Métodos de la investigación

En el lapso de esta investigación los métodos que fueron utilizados fueron los siguientes, estos fueron seleccionados de acuerdo a las necesidades del análisis

2.1.1. Método bibliográfico

El método bibliográfico fue utilizado para la revisión de las fuentes teóricas que estaban relacionadas al servicio hotelero, además de que este método facilito la recopilación y estructuración de información adecuada la cual fue utilizada para la

organización del marco teórico y la contextualización del problema de la investigación.

2.1.2. Método Analítico

Para Portilla & Honorio definen que:

Para ellos el método analítico es el que lleva el proceso educativo, distanciando los elementos del ordenamiento logístico, según su teoría de la estructura es analizar mas no separar los elementos para asi poder obtener buenos resultados de forma deductiva. (p.36-37).

Este método nos facilitó el poder analizar los datos recopilados en las técnicas de investigación que se implementaron en los establecimientos de alojamiento y a los turistas.

2.1.3. Método sintético

Según Maya (2014) define a este método como el proceso de razonamiento que busca reconstruir un suceso de forma más resumida.

Este método fue utilizado para integrar información y obtener conclusiones amplias sobre el servicio hotelero en el perfil costero del Cantón Playas. Resulto crucial para poder sistematizar los hallazgos y vincularlos a los objetivos de la investigación.

2.2.Población y muestra

La población de estudio estuvo conformada por turistas que visitaron el área costera del Cantón General Villamil Playas, este grupo seleccionado fue elegido ya que son los principales clientes del servicio hotelero y su opinión es importante para poder valorar dichos servicios. Ya que esta es una población finita, es decir limitada y cuantificable lo que facilitara la recolección de datos precisos y fiables sin tener la necesidad de encuestar a toda una población

Aunque el flujo turístico presenta variaciones según la temporada, para efectos de esta investigación se estableció un número definido de visitantes dentro del período analizado, facilitando así la aplicación del muestreo estadístico correspondiente.

2.3.Muestra

La muestra estuvo conformada por 196 turistas que visitaron el área costera del cantón General Villamil Playas durante el período de estudio. La selección de los participantes se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando la accesibilidad y disponibilidad de los turistas al momento de la recolección de datos.

El tamaño de la muestra no fue determinado mediante fórmulas estadísticas, debido a que este tipo de muestreo no se basa en criterios de probabilidad. En su lugar, se estableció un número de participantes suficiente que permitió obtener información relevante y pertinente para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

2.4.Técnicas e instrumentos

2.4.1. Encuestas

Roldan & Fachelli (2015) Define a la encuesta como “técnica de recogida de datos para la interrogación de los sujetos con la finalidad de obtener de manera sistemática las medidas sobre los conceptos que provienen desde una problemática de investigación inicialmente construida”

La técnica implementada para la recolección de datos fueron encuestas, cuyo propósito es la recolección de información cuantitativa acerca de la percepción de los turistas sobre los servicios hoteleros ofrecidos en el perfil costero del cantón General Villamil Playas.

2.4.2. Instrumento

Se utilizó un cuestionario de trece preguntas con una estructura cerrada y utilizando una escala de Likert, dirigido a los turistas. Los resultados finales serán deducidos mediante la tabulación en Excel, gráficos estadísticos de manera descriptiva para así darle un mejor perspectiva en la interpretación de los resultados.

Capítulo III Resultados y Discusión

3. Análisis de datos

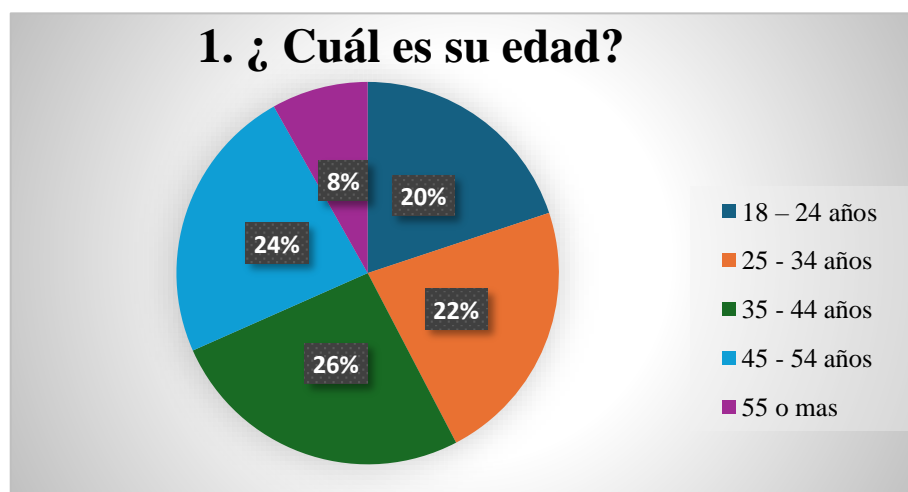
1. ¿Cuál es su edad?

Tabla 9 edades de los turistas

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
18 – 24 años	39	19.9%
25 - 34 años	44	22,4%
35 - 44 años	51	26%
45 - 54 años	46	23,5%
55 o mas	16	8,2%
total	196	100%

Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Ilustración 1 edades de los turistas



Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Análisis: Mediante los datos recopilados la edad de los turistas que mas predomina es de 35 a 44 años, esto nos indica que el destino es visitado principalmente por adultos en etapa laboral activa. Esta conducta hace referencia que la percepción del servicio hotelero procede en su mayoría de turistas adultos la cual tienen sus expectativas más claras sobre la calidad del servicio que se brinda

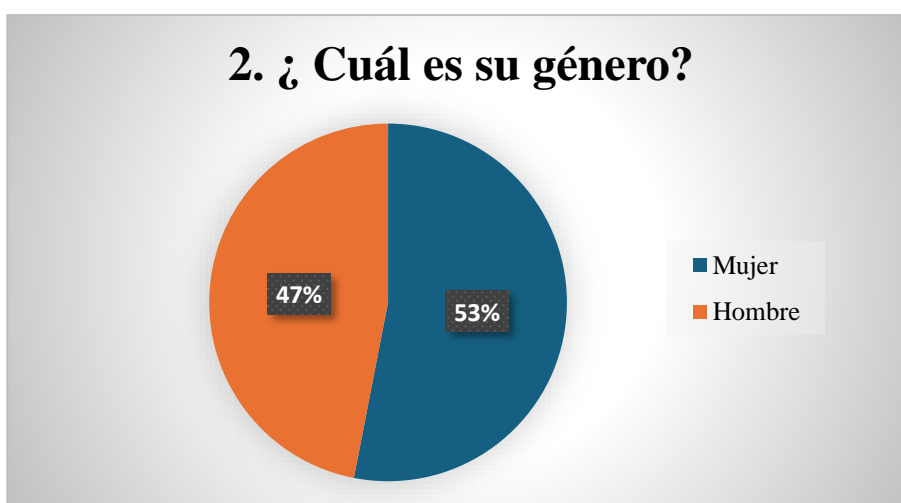
2. ¿Cuál es su género?

Tabla 10 género de los turistas

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mujer	104	53,1%
Hombre	92	46,9%
Total	196	100%

Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Ilustración 2 género de los turistas



Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Análisis: Los resultados revelan una presencia un poco más predominante de mujeres en comparación a los hombres, esto indica que tanto hombres como mujeres visitan el perfil costero de Playas en porcentajes parecidos por lo tanto la percepción del servicio hotelero se origina de un grupo equilibrado sin predominio de un género en específico.

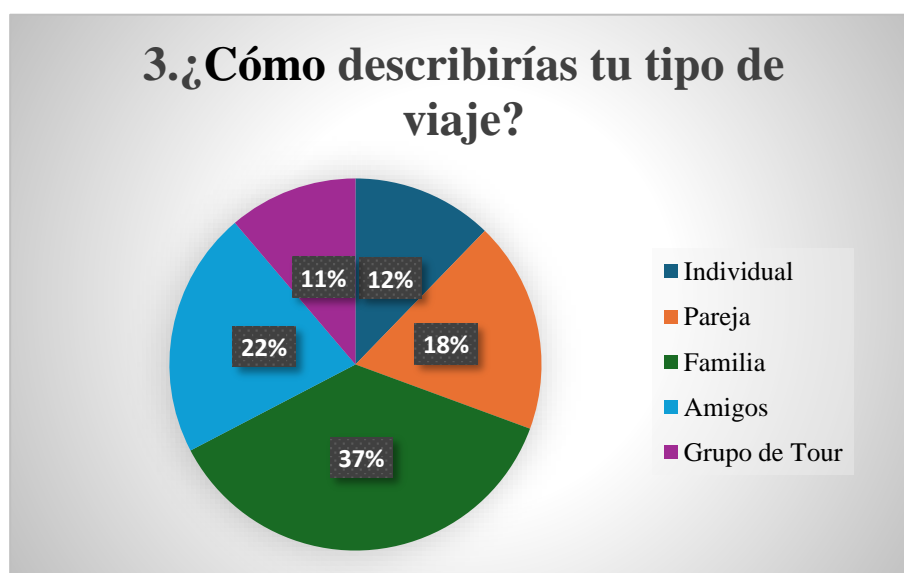
3. ¿Cómo describirías tu tipo de viaje?

Tabla 11 tipo de viaje

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Individual	24	12,2%
Pareja	36	18,4%
Familia	72	36,7%
Amigos	42	21,4%
Grupo de Tour	22	11,2%
total	196	100%

Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Ilustración 3 tipo de viaje



Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Análisis: La mayoría de los turistas visitan al cantón en viajes familiares, esto nos da a entender que la percepción del servicio hotelero esta influenciada primordialmente por experiencias de grupos y familias quien valoran principalmente la comodidad, atención y limpieza.

4. ¿Cuál es su motivación principal de viaje?

Tabla 12 motivación principal de viaje

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sol y Playa	71	36,2%
Gastronomía	39	19,9%
Trabajo	35	17,9%
Eventos	51	26%
Total	196	100%

Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Ilustración 4 motivación de viaje



Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Análisis: La razón principal por la que turistas vienen por el sol y playa lo que demuestra es que el cantón Playas es un destino popular por su playa. Esto nos indica que la mayor parte de los turistas visitan playas por placer lo que significa que estos aprecian especialmente la calidad del servicio en los hoteles.

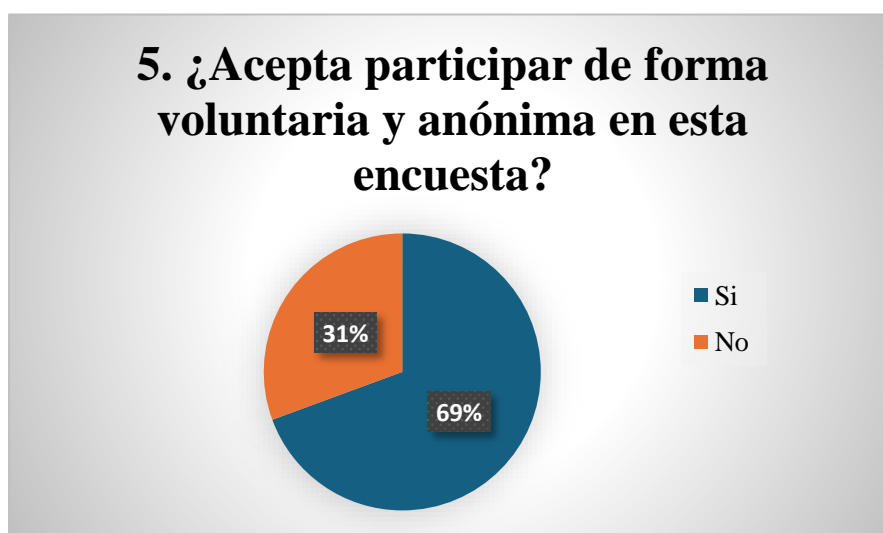
5. ¿Acepta participar de forma voluntaria y anónima en esta encuesta?

Tabla 13 participación de la encuesta

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	136	69,4%
No	60	30,6%
Total	196	100%

Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Ilustración 5 participación de la encuesta



Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Análisis: La mayoría de los encuestados aceptaron participar de manera voluntaria y anónima, es decir que hubo una buena disposición por parte de los turistas para así poder obtener resultados confiables.

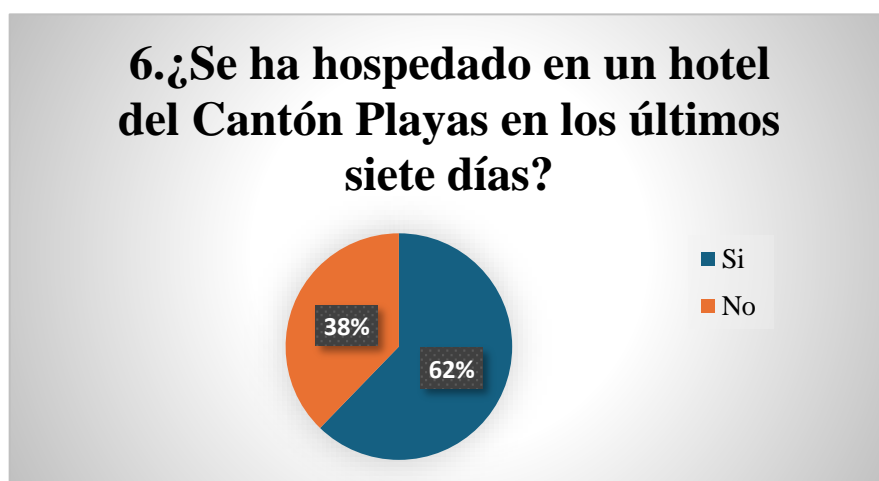
6. ¿Se ha hospedado en un hotel del Cantón Playas en los últimos siete días?

Tabla 14 se ha hospedado en un hotel en los último siete días

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	122	62,2%
No	74	37,8%
Total	196	100%

Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Ilustración 6 se ha hospedo en un hotel en los últimos siete días



Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Análisis: El 62% de los encuestados se han hospedado en los últimos sietes día en algún hotel del cantón esto nos da a entender que la mayoría tuvo una experiencia reciente sobre los alojamientos del cantón, lo que a su vez aporta autenticidad a sus opiniones sobre el servicio ofrecido.

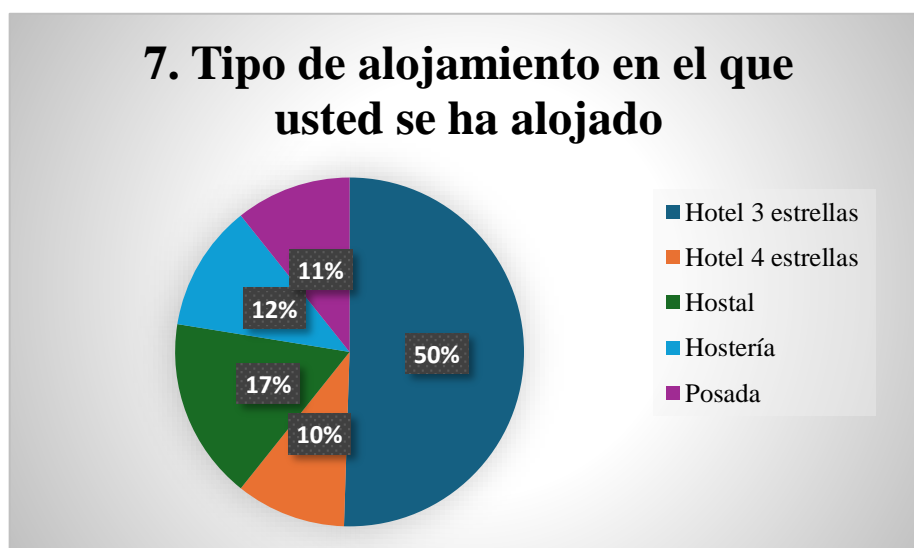
7. Tipo de alojamiento en el que usted se ha alojado

Tabla 15 alojamiento que elige

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hotel 3 estrellas	99	50,5%
Hotel 4 estrellas	20	10,2%
Hostal	33	16,8%
Hostería	23	11,7%
Posada	21	10,7%
Total	196	100%

Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Ilustración 7 alojamiento que elige



Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Análisis: La mayoría de los turistas opta por hospedarse en hoteles de 3 estrellas ya que este tipo de establecimiento es un poco más accesible dentro del cantón Playas, esto nos confirma que la opinión sobre el servicio hotelero se origina especialmente de alojamientos de nivel medio.

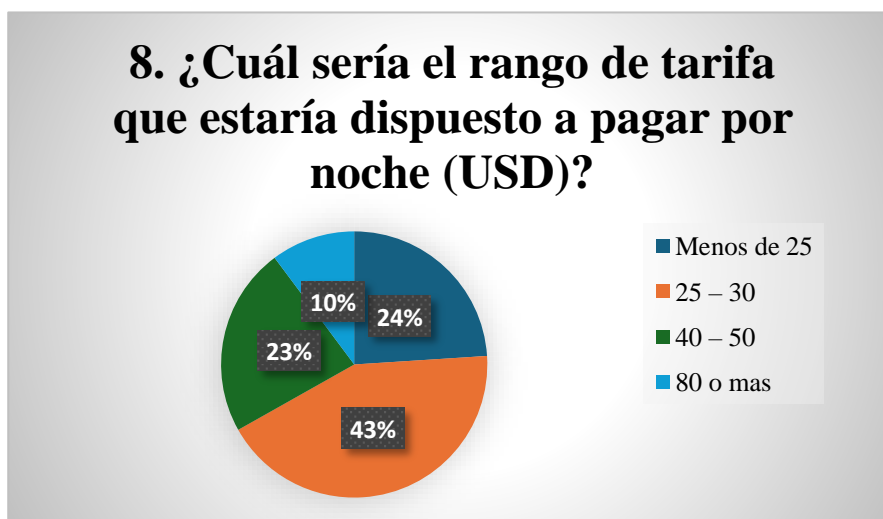
8. ¿Cuál sería el rango de tarifa que estaría dispuesto a pagar por noche (USD)?

Tabla 16 tarifa que está dispuesto a pagar

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de 25	47	24%
25 – 30	84	42,9%
40 – 50	45	23%
80 o mas	20	10,2%
Total	196	100%

Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Ilustración 8 tarifa que está dispuesto a pagar



Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Análisis: La gran mayoría de turistas está dispuesto a pagar un valor entre 25 a 30 USD por noche esto muestra que la demanda turística en playas se da principalmente en los alojamientos económicos y de nivel medio.

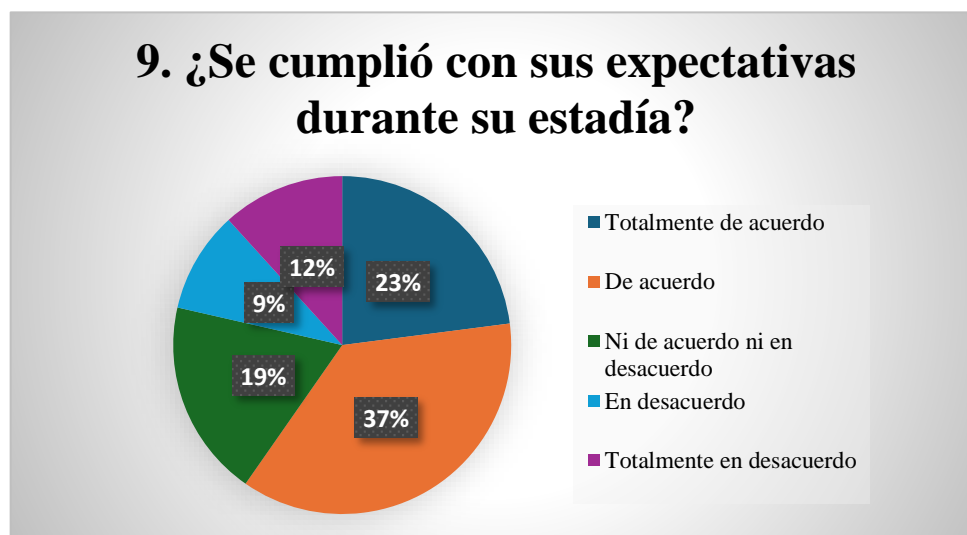
9. ¿Se cumplió con sus expectativas durante su estadía?

Tabla 17 expectativas durante su estadía

OPCIÓN	CAANTIDAD	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	45	23%
De acuerdo	72	36,7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37	18,9%
En desacuerdo	19	9,7%
Totalmente en desacuerdo	23	11.7%
Total	196	100%

Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Ilustración 9 expectativas durante su estadía



Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Análisis: La mayor cantidad de los turistas indican que durante su estadía si se cumplió con sus expectativas, mientras otra parte de turistas se mantienen neutral dándonos a entender que, si existe satisfacción general, aunque cierto grupo no quedo completamente conforme con el servicio hotelero.

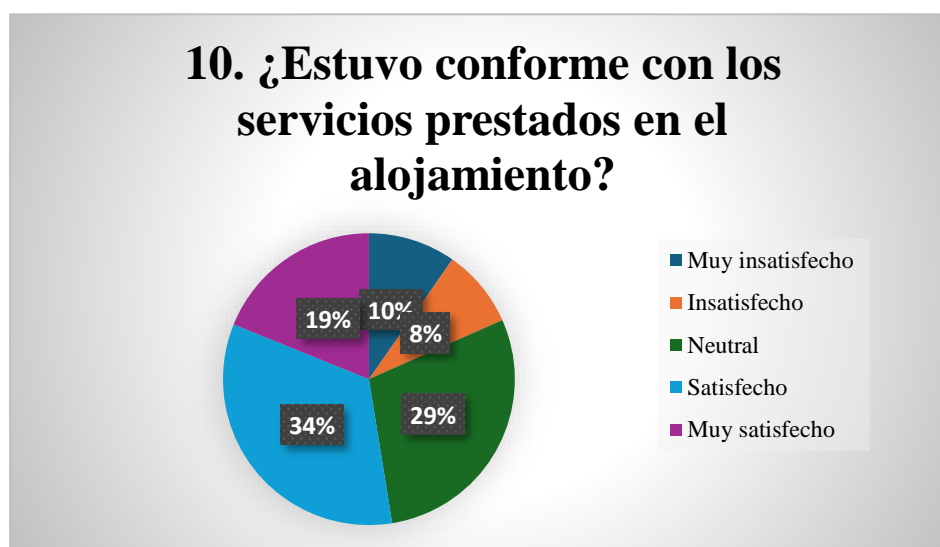
10. ¿Estuvo conforme con los servicios prestados en el alojamiento?

Tabla 18 servicios prestado

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy insatisfecho	19	9,7%
Insatisfecho	17	8,7%
Neutral	57	29,1%
Satisfecho	66	33,7%
Muy satisfecho	37	18,9%
Total	196	100%

Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Ilustración 10 servicio prestado



Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Análisis: Datos recolectados muestran que el 34% de los turistas encuestados se sintieron satisfechos con los servicios del alojamiento, aunque un cierto grupo de turistas se mantuvieron neutral, dándonos como resultados que aún existe una percepción eficaz del servicio, aunque para ciertos visitantes, aún persisten apariencias que no cumplen en su totalidad las expectativas de algunos turistas.

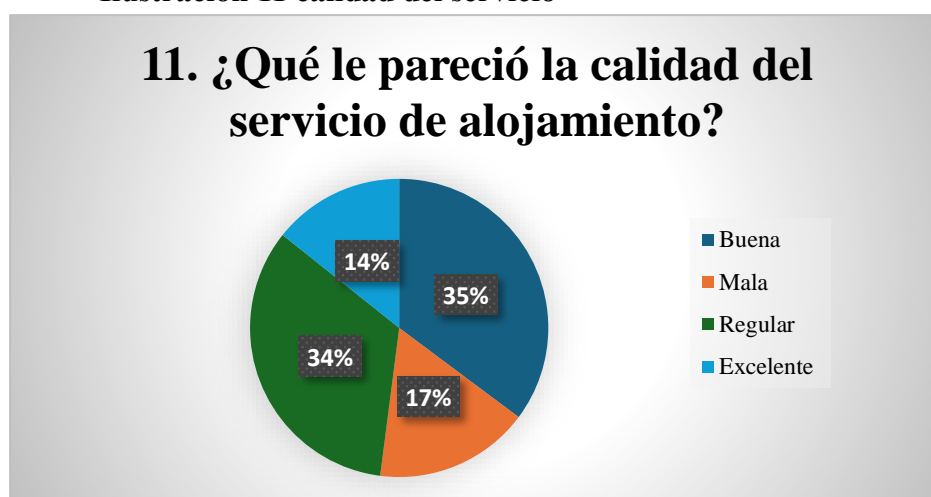
11. ¿Qué le pareció la calidad del servicio de alojamiento?

Tabla 19 calidad del servicio

OPCIÓN	CALIDAD	PORCENTAJE
Buena	69	35,2%
Mala	33	16,8%
Regular	66	33,7%
Excelente	28	14,3%
Total	196	100%

Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Ilustración 11 calidad del servicio



Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Análisis: La apreciación positiva de la calidad del servicio ayuda mucho en la competitividad del establecimiento, de la misma forma las opiniones negativas, se debe de tomar en cuenta que son mínimas ya que se dirigen en áreas específicas la cual necesitan atención de inmediato, es primordial que mantengan estándares altos en lo que respecta a la calidad para así poder respaldar una experiencia única.

12. ¿Qué tan probable es que usted recomiende este alojamiento ha amigos o familiares?

Tabla 20 recomendaría a sus amigos o familiares el alojamiento

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nada probable	75	38,3%
Poco probable	85	43,4%
Muy probable	36	18,4%
Total	196	100%

Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Ilustración 12 recomendarías a sus amigos o familiares el alojamiento



Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Análisis: Un grupo considerado de visitantes considera poco probable recomendar el alojamiento, mientras que el 18% de los encuestados considera muy probable de recomendar el lugar, estos resultados evidencian que la experiencia del alojamiento no produce la confianza suficiente para poder ser recomendado.

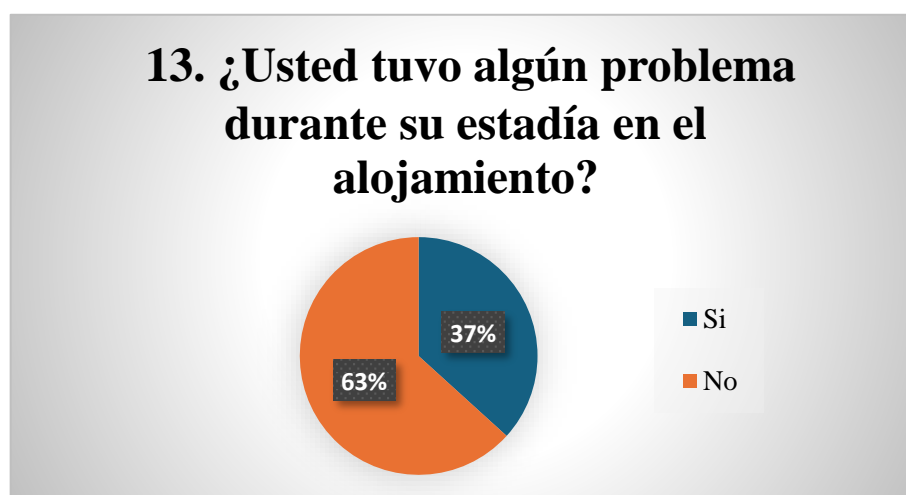
13. ¿Usted tuvo algún problema durante su estadía en el alojamiento?

Tabla 21 tuvo algún problema durante su estadía

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	72	37%
No	124	63%
Total	196	100%

Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Ilustración 13 tuvo algún problema durante su estadía



Fuente y elaboración: Liviston Criollo Suarez

Análisis: El 37% de los participantes en la encuesta señaló haber enfrentado algún inconveniente durante su estancia, mientras que el 63% expresó que no tuvieron problemas. Esto indica que, a pesar de que la mayoría no se vio afectada, hay una parte significativa que sí vivió experiencias desfavorables que podrían impactar su opinión sobre el servicio.

Discusión

Los resultados obtenidos ofrecen una comprensión más clara de la situación actual del sector hotelero en el cantón General Villamil Playas y la manera en que el acceso a la información impacta la experiencia del turista. En este aspecto, los datos revelan una situación variada, ya que, aunque hay un segmento de huéspedes que muestra satisfacción con los servicios ofrecidos, también se observa un porcentaje notable de turistas que manifiesta descontento o apatía. Este contexto sugiere que numerosos hoteles no están cumpliendo completamente con las expectativas de sus visitantes.

Estos hallazgos concuerdan con investigaciones anteriores sobre la calidad del servicio turístico, las cuales indican que la satisfacción del cliente está vinculada a elementos como la atención al cliente, el estado de las instalaciones y la claridad de la información ofrecida antes y durante la estancia. En este marco, los hallazgos de la investigación demuestran que una experiencia negativa o insatisfactoria impacta la disposición del turista a recomendar el alojamiento, lo que afecta de forma directa la reputación del destino.

Además, los resultados indican que un número significativo de turistas no recomendaría los alojamientos del cantón, lo cual puede entenderse como un efecto de carencias en aspectos esenciales del servicio, como la atención individualizada, el cuidado de las instalaciones y, en especial, la calidad de la información proporcionada. Esta circunstancia refuerza lo señalado por la literatura especializada, que resalta la relevancia de una comunicación efectiva como un componente crucial para fomentar la confianza y mejorar la percepción del servicio turístico.

Por otro lado, los resultados acerca del acceso a la información revelan que muchas elecciones de alojamiento se fundamentan en recomendaciones informales, rumores o experiencias anteriores. Esta tendencia puede estar ligada a la escasez de información clara y actualizada sobre la oferta hotelera, lo que limita la visibilidad de los establecimientos y altera la experiencia del visitante. En el caso del cantón Playas, esta situación podría estar contribuyendo a una percepción desigual del servicio, dado que los turistas no siempre tienen acceso a datos precisos sobre la calidad, los precios o los servicios adicionales que se encuentran disponibles.

Conclusión

1. El análisis del sector hotelero del cantón General Villamil Playas permitió identificar que el nivel de satisfacción de los turistas no alcanza estándares óptimos, evidenciando debilidades que afectan la percepción global del servicio. Estas deficiencias limitan la consolidación de una imagen positiva del destino y reducen la probabilidad de recomendación por parte de los visitantes.

2. Se determina que la excelencia en el servicio hotelero está íntimamente asociada al cumplimiento de las expectativas de los turistas, especialmente en relación con la facilidad, veracidad y disponibilidad de la información que se brinda antes y durante la estancia. La falta de estos aspectos impacta negativamente tanto en la experiencia del visitante como en la evaluación del hospedaje.

3. El análisis del sector hotelero del cantón General Villamil Playas permitió identificar que el nivel de satisfacción de los turistas no alcanza estándares óptimos, evidenciando debilidades que afectan la percepción global del servicio. Estas deficiencias limitan la consolidación de una imagen positiva del destino y reducen la probabilidad de recomendación por parte de los visitantes.

4. Los hallazgos sugieren que si bien una parte de los huéspedes quedo contenta con su estadia hay una proporción considerable que si enfrento inconvenientes o no tuvo la información indispensable para poder tener una experiencia completa

Recomendación

1. Mejorar la calidad del servicio en el hotelera del cantón Playas a través de la aplicación de requisitos básicos para el cuidado, la comunicación y la atención con los huéspedes
2. Utilizar principios basados en el modelo SERQUAL para así poder evaluar de manera constante las características físicas, la confianza, la rapidez en la atención y el servicio del personal
3. Realizar evaluaciones periódicas de la satisfacción del cliente mediante instrumentos estructurados, complementadas con técnicas cualitativas como entrevistas breves o comentarios abiertos, a fin de obtener información integral que facilite la toma de decisiones y el seguimiento de mejoras implementadas.
4. Fortalecer y actualizar los canales de información turística, tanto digitales como presenciales, asegurando la difusión clara y accesible de aspectos clave como precios, servicios ofrecidos, políticas del establecimiento y normas internas, contribuyendo así a una mejor experiencia del turista y a una percepción más positiva del destino.

Bibliografía

- Anchundia, J. I. (2017). EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN HOGARES: UNA ALTERNATIVA DE NEGOCIO PARA LA DINAMIZACIÓN DE LA ECONOMÍA. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 263.
- Boullon. (2006). *Características de la Oferta*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ed766fed-cc55-4a8f-b2a3-9ad595ce1bd2/content>
- Carro & Gonzales. (2010). *Normalizacion serie Normas*. Obtenido de https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1615/1/10_normas_iso_9000.pdf
- Duque-Olivia & Parra-Diaz. (2015). *Analisis de los modelos de medicion de calidad percibida del servicio*.
- Ecuador, A. N. (25 de Enero de 2021). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Escandón Panchana, J. M. (2023). *Incidencia de los procesos erosivos en el perfil costero*. Guayaquil : Facultad de Ciencias Naturales. Universidad de Guayaquil.
- Estrella, C. (11 de Febrero de 2025). Obtenido de Qué es la gestion de la calidad: <https://blog.softexpert.com/es/que-es-la-gestion-de-calidad-y-cuales-son-sus-8-principios/>
- Fraiz, T. D. (2011). *TURISMO Y ACCESIBILIDAD. UNA VISIÓN GLOBAL SOBRE LA SITUACIÓN DE ESPAÑA*. España .
- Garcia. (2012). *CALIDAD EN LA ATENCION AL SECTOR TURISMO*. Obtenido de <https://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10426/2/02%20TUR%20156%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Hammond, M. (2024). *Qué es la calidad del servicio*. hubspot.
- Hammond, M. (22 de Agosto de 2025). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/que-es-atencion-al-cliente#:~:text=La%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20es,de%20manera%20inmediata%20y%20efectiva>.
- Hijiffy. (24 de Febrero de 2025). *Servicios Hotelero*. Obtenido de [https://www.hijiffy.com/es/recursos/servicios-hoteleros-en-tu-hotel#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20significa%20servicio%20hotelero?,\(y%20recomendar\)%20tu%20hotel](https://www.hijiffy.com/es/recursos/servicios-hoteleros-en-tu-hotel#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20significa%20servicio%20hotelero?,(y%20recomendar)%20tu%20hotel).
- Lopez, T. (2017). Calidad en el sector turístico: marco normativo y planificacion. 304. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/881/88165873004/html/>

- Lopez-Roldan & Sandra Fachelli. (2015). Obtenido de Metodología de la Investigación Social Cuantitativa:
<https://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10426/2/02%20TUR%20156%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Lucia, A., Serrano López, G. A., Muñoz Fernández, S. V., & Astudillo. (2022). *Análisis factorial confirmatorio de una escala de satisfacción y compromiso laboral organizativo en los empleados del servicio hotelero del Ecuador*. Ecuador: Revista Investigaciones Turísticas.
- Luz, Y. (2024). *Definición de Calidad ambiental*. Luz Y Gas.
- Martinez, M. N. (2022). La Oferta Turística precisiones teóricas . 406. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8563193>
- Martins, J. (4 de Octubre de 2025). *Asana*. Obtenido de Ciclo PCDA o Deming: <https://asana.com/es/resources/pdca-cycle>
- Maya. (2014). *Metodos y tecnicas de investigacion* . Obtenido de https://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/metodos_y_tecnic
- Morillo Moreno, M. C. (2007). *Análisis de la calidad de servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL*. Libertador del Estado Mérida: academia.
- Odebrecht, J. (23 de Octubre de 2024). *Blog calidad del servicio* . Obtenido de listfacil: <https://es.checklistfacil.com/blog/calidad-del-servicio/>
- Odebrecht, J. (2024). *Qué es la calidad del servicio*. checklistfacil.
- Socatelli, M. &. (Noviembre de 2013). *InterMar*. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>
- Sofía Espinoza Vilca, M. B. (2024). *Factores que mejora la calidad del servicio electrónico del sector hotelero en el Perú* . Peru: Red Internacional de Investigadores en Competitividad XIII Congreso.
- Turismo, L. d. (29 de Diciembre de 2014). *LEY DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Turismo, M. d. (2016). Reglamento de Alojamiento Turístico. 8-9.
- Turismo, M. d. (18 de Febrero de 2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Villacis Zambrano, L., Macías Barberán, J. R., Meneses Pantoja, W. R., & Espinoza Arauz, M. (2021). *Análisis de la calidad de servicios...* México: Universidad de Oriente, México.
- zendesk. (2023). *¿Qué es atención al cliente?* blog de Zendesk.

Anexos

Anexo 1: Salida a campo a realizar las respectivas encuestas



Anexo 2: Llegada al lugar para realizar las encuestas



Anexo 3: Llegada de turistas



Anexo 4: Encuesta a turistas nacionales



Anexo 5: Encuesta a los turistas



Anexo 6: Encuesta ya realizadas

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO
ENCUESTA A TURISTAS

INSTRUCCIONES: Marque con una (X) la alternativa que considere correcta o seleccionada.

¿Cuál es su edad?

18 - 24 años
 25 - 34 años
 35 - 44 años
 45 - 54 años
 55 años

¿Cómo describiría su tipo de viaje?

Individual
 Pareja
 Grupo
 Grupo Tour

¿Acepta participar de forma voluntaria y confiere en sus respuestas?

No
 Sí

Tipo de Alojamiento en el que usted se ha alojado:

Hotel 3 Estrellas
 Hotel 4 Estrellas
 Hotel 5 Estrellas
 Hostel
 Airbnb

¿Estuvo conforme con los servicios brindados en el alojamiento?

Muy insatisfecho
 Insatisfecho
 Regular
 Satisfecho
 Muy satisfecho

¿Cuál le pareció la calidad del servicio de alojamiento?

Pobre
 Mala
 Regular
 Buena
 Excelente

¿Cuál le pareció la calidad del servicio de alimentación?

Pobre
 Mala
 Regular
 Buena
 Excelente

¿Cuál es su motivación principal de viajar?

Sol y Playa
 Desconocimiento
 Trabajo
 Estudios

¿Se ha hospedado en un Hotel/Hostal del Clúster Pólyen en los últimos 7 días?

Sí
 No

¿Cuál sería el tiempo de tarifa que estaría dispuesto a pagar por noche (USD)?

Menos de 24
 25 - 39 dólares
 40 - 59 dólares
 60 - 79 dólares
 80 - 99 dólares

¿Se comparó con sus experiencias durante su estadía?

Experiencia de alojamiento
 De actividades
 De su estancia en el alojamiento
 Experiencias
 Totalmente en desacuerdo

¿Qué tan probable es que recomendaría este alojamiento a sus amigos o familiares?

Nada probable
 Poco probable
 Muy probable
 Muy probable

¿Qué tan probable es que recomendaría este alojamiento a sus amigos o familiares?

Sí
 No



**UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO**

ENCUESTA A TURISTAS

INSTRUCCIONES: Marcar con una (x) la alternativa que considera adecuada se recomienda responder con mayor sinceridad

¿Cuál es su edad?

- 18 - 24 años
 25 - 34 años
 35 - 44 años
 45 - 54 años
 55 o mas

¿Cuál es su Género?

- Mujer
 Hombre

¿Cuál es su motivación principal de viaje?

- Sol y Playa
 Gastronomía
 Trabajo
 Eventos

¿Cómo describirías tu tipo de viaje?

- Individual
 Pareja
 Familia
 Amigos
 Grupo Tour

¿Se ha hospedado en un hotel/hostal del Cantón Playas en los últimos 7 días?

- si
 no

¿Acepta participar de forma voluntaria y anónima en esta encuesta?

- si
 no

¿Cuál sería el rango de tarifa que estaría dispuesto a pagar por noche (USD)?

- Menos de 25
 25 - 30 dolares
 40 - 50 dolares
 80 o mas dolares

Tipo de Alojamiento en el que usted se ha alojado

- Hotel 3 Estrellas
 Hotel 4 Estrellas
 Hostal
 Hosteria
 Posada

¿Se cumplió con sus expectativas durante su estadía?

- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

¿Estuvo conforme con los servicios prestados en el alojamiento?

- Muy insatisfecho
 Insatisfecho
 Neutral
 Satisfecho
 Muy satisfecho

¿Qué le pareció la calidad del servicio de alojamiento ?

- Buena
 Mala
 Regular
 Excelente

¿Qué tan probable es que recomiende este alojamiento ha amigos o familiares?

- Nada probable
 Poco probable
 Muy probable

¿Qué le pareció la calidad del servicio de alojamiento ?

- si
 no

OPERACIONALIZAR LAS VARIABLES							
Nº	VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO	ACTORES
z	Servicio Hotelero	Actividad que consiste en ofrecer alojamiento a personas, mediante un precio, de forma profesional y habitual.	Calidad del servicio	Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía	¿Cómo calificaría la atención recibida? ¿El personal resolvió sus dudas? ¿Se sintió seguro en las instalaciones?.	Encuesta	turistas
			Atención al cliente	Rapidez, cortesía y eficiencia	¿La recepción fue rápida?	Encuesta	Turistas
			Infraestructura	Estado de las habitaciones, limpieza	¿Cómo calificaría el estado de las habitaciones?	Encuesta	Turistas
2	Oferta Turística	Conjunto de bienes y servicios que los productores están dispuestos a ofrecer al mercado a un precio determinado.	Atractivo Turístico	Diversidad de sitios, Accesibilidad.	¿Qué atractivos visitó? ¿Es fácil llegar a los sitios turísticos?.	Encuesta	Turistas
			Equipamiento	Servicios de alimentación, Transporte, Esparcimiento.	¿Encontró suficientes opciones de alimentación? ¿Utilizó transporte local?.	Encuesta	Turistas
			Promoción	Medios de información, Publicidad.	¿Por qué medio se enteró del destino? ¿Recomendaría el lugar a otros?.	Encuesta	Turistas