



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE TURISMO**

**TEMA:**

**GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA DE LOS HOTELES DE TRES  
ESTRELLAS EN EL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2024.**

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

**AUTORA:**

**MELISSA NAYELI MENOSCAL PINCAY**

**TUTORA:**

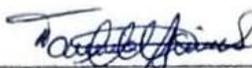
**LCDA. TANNIA KARINA AGUIRRE SUÁREZ, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2025**

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR**

En mi calidad de Profesora Tutora del trabajo de titulación **“GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA DE LOS HOTELES DE TRES ESTRELLAS EN EL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2024”** elaborado por el Srta. MELISSA NAYELI MENOSCAL PINCAY, egresada de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada 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.



---

**Lcda. Tannia Karina Aguirre Suárez, MSc.**  
**Profesora tutora**

## AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente trabajo de titulación denominado “**GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA DE LOS HOTELES DE TRES ESTRELLAS EN EL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2024.**” Constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **MELISSA NAYELI MENOSCAL PINCAY** con cedula de identidad número 2450491994 declaro que la investigación es absolutamente original, autentica 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.

Melissa Menoscal.  
**Melissa Nayeli Menoscal Pincay**

**C.C. No.: 245049199-4**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por ser mi guía en todo momento, ayudarme a superar cada obstáculo en la vida, por darme esa sabiduría y discernimiento para poder avanzar en cada reto que me propongo y que de su mano he llegado hasta donde él quiere; a mi familia por brindarme ese amor y apoyo incondicional durante estos cuatro años de este proceso en mi vida profesional.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme abierto las puertas para formarme como profesional, por medio de los docentes enseñarnos y compartir experiencias únicas durante estos cuatro hermosos años.

Asimismo, quiero agradecer a mi tutora de titulación y docente en su momento, MSc. Tannia Aguirre Suárez y la docente especialista y también docente, MSc. Silvia Peralta Mendoza, quienes me brindaron su enorme apoyo con sus tutorías para llegar a culminar con éxito mi trabajo de titulación.

De igual manera al Ing. Edinson Palacios Trujillo, por estar al tanto en cada paso de este proceso, por los consejos y asesorías respecto a mi trabajo de investigación, por la motivación que nos brindó en cada clase.

Melissa Nayeli Menoscal Pincay

## **DEDICATORIA**

Dedicó este trabajo a las siguientes personas:

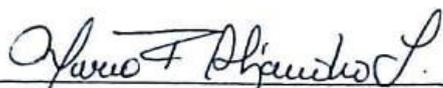
A Dios por ser ese pilar fundamental y primordial en mi vida, por guiarme y darme sabiduría para poder tomar buenas decisiones.

A mis queridos padres Juan Menoscal y Carmen Pincay, que jamás se rindieron y siempre me han apoyado en todo momento, que han logrado guiarme y enseñarme que todo se puede lograr en esta vida.

A mi segunda mamá Cindy, quien es y seguirá siendo un ejemplo a seguir en mi vida, que me ha enseñado que tengo que luchar para lograr el objetivo, quien ha estado para alentarme con sus palabras ha no desmayar.

Al novio de mi hermana Marlon, quien desde que llegó a la familia me ha querido y me ha enseñado a luchar siempre, ha no rendirme y continuar.

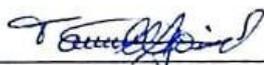
Melissa Nayeli Menoscal Pincay

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

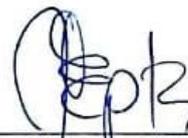
Lcda. María F. Alejandro Lindao, MSc.  
**DIRECTORA (E) DE CARRERA**



Lcda. Sylvia P. Peralta Mendoza MSc.  
**PROFESORA ESPECIALISTA**



Lcda. Tannia K. Aguirre Suárez MSc.  
**PROFESORA TUTOR**



Ing. Edinson F. Palacios Trujillo, PhD.  
**PROFESOR GUIA DE LA UIC**



Secret. Eject. Grace M. Lindao Quimi.  
**ASISTENTE ADMINISTRATIVA**

## INDICE

|   |              |
|---|--------------|
| <b>APROBACIÓN DE LA PROFESORA TUTORA.....</b>             | <b>2</b>     |
| <b>AUTORÍA DEL TRABAJO.....</b>                           | <b>3</b>     |
| <b>AGRADECIMIENTO.....</b>                                | <b>4</b>     |
| <b>DEDICATORIA .....</b>                                  | <b>5</b>     |
| <b>TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....</b>                      | <b>6</b>     |
| <b>INDICE .....</b>                                       | <b>7-9</b>   |
| <b>INDICE DE TABLAS .....</b>                             | <b>10-11</b> |
| <b>INDICE DE ILUSTRACIONES .....</b>                      | <b>12</b>    |
| <b>RESUMEN.....</b>                                       | <b>13</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                     | <b>14</b>    |
| <b>INTRODUCCIÓN .....</b>                                 | <b>15-21</b> |
| <b>MAPEO .....</b>  | <b>22</b>    |
| <br>  |              |
| <b>CAPÍTULO I.....</b>                                    | <b>23</b>    |
| <b>MARCO REFERENCIAL .....</b>                            | <b>23</b>    |
| 1.1 Revisión de literatura .....                          | 23-25        |
| 1.2 Desarrollo de teorías y conceptos: .....              | 25           |
| 1.2.1 Producto turístico .....                            | 25           |
| 1.2.2 Niveles de productos turísticos .....               | 26           |
| 1.2.3 El servicio turístico .....                         | 27           |
| 1.2.4 Calidad turística .....                             | 28           |
| 1.2.5 Modelo de medición de la calidad: El Servqual ..... | 29           |
| 1.2.5.1 Modelo Servqual .....                             | 30           |

|  |           |
|--|-----------|
| 1.2.5.2 Modelo de brechas .....  | 31        |
| 1.2.6 Principios de gestión de la calidad .....  | 32-33     |
| 1.2.7 Evolución de las etapas de la calidad .....  | 34        |
| 1.2.8 Ciclo de la calidad .....  | 35        |
| 1.2.9 Servicios de alojamiento .....   | 36        |
| 1.2.10 Tipos de productos hoteleros .....  | 36        |
| 1.2.11 Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico ..... | 37        |
| 1.2.12 Servicio de alojamiento en Salinas .....  | 38        |
| 1.3 Fundamentación legal .....   | 39        |
| 1.3.1 Constitución del Ecuador .....   | 39        |
| 1.3.2 Ley de Turismo .....   | 40        |
| 1.3.3 Ley orgánica de defensa del consumidor .....   | 40        |
| 1.3.4 Reglamento de alojamiento turístico .....  | 41-42     |
| <b>CAPÍTULO II</b> .....   | <b>43</b> |
| <b>DISEÑO METODOLÓGICO</b> .....   | <b>43</b> |
| 2.1 Tipo de investigación .....  | 43        |
| 2.1.1 Investigación de campo .....   | 43        |
| 2.1.2 Investigación descriptiva .....  | 44        |
| 2.2 Métodos de investigación .....   | 44        |
| 2.2.1 Método analítico .....   | 44        |
| 2.2.2 Método sintético .....   | 45        |

|   |        |
|---|--------|
| 2.2.3 Método cuantitativo-cualitativo .....   | 45     |
| 2.2.4 Método de observación científica .....  | 46     |
| 2.3 Técnicas e instrumentos de investigación .....  | 46     |
| 2.3.1 Encuestas .....   | 46     |
| 2.3.2 Ficha de observación .....  | 47     |
| 2.3.3 Entrevista .....  | 47     |
| 2.4 Muestra .....   | 48-50  |
| <br>  |        |
| <b>CAPÍTULO III</b> .....   | 51     |
| <b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....   | 51     |
| 3.1 Determinar el conocimiento que poseen los establecimientos hoteleros en personal e industria al facilitar un servicio en los hoteles de tres estrellas del cantón Salinas, provincia de Santa Elena de acuerdo al reglamento de alojamiento turístico del Ministerio de Turismo ..... | 52-54  |
| 3.2 Determinación del perfil de los clientes en los hoteles de tres estrellas del cantón Salinas, provincia de Santa Elena .....  | 55-56  |
| 3.3 Identificar la satisfacción de los consumidores frente a los servicios brindados en los hoteles de tres estrellas en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena .....  | 57-76  |
| 3.4 Discusión .....   | 77-78  |
| <br>  |        |
| <b>CONCLUSIONES</b> .....   | 79     |
| <b>RECOMENDACIONES</b> .....  | 80     |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....   | 81-84  |
| <b>ANEXOS</b> .....   | 85-104 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| <i>Tabla 1: Características para un producto turístico .....</i>                   | 26 |
| <i>Tabla 2: Calidad es .....</i>   | 28 |
| <i>Tabla 3: Dimensiones para evaluar .....</i>                                     | 29 |
| <i>Tabla 4: Dimensiones de la calidad .....</i>                                    | 30 |
| <i>Tabla 5: Brechas del servicio Servqual .....</i>                                | 32 |
| <i>Tabla 6: Principios de la calidad .....</i>                                     | 33 |
| <i>Tabla 7: Ciclo de la calidad .....</i>  | 35 |
| <i>Tabla 8: Artículos de la constitución .....</i>                                 | 39 |
| <i>Tabla 9: Artículos, ley de Turismo .....</i>                                    | 39 |
| <i>Tabla 10: Ley orgánica de defensa del consumidor .....</i>                      | 40 |
| <i>Tabla 11: Reglamento de alojamiento turístico .....</i>                         | 41 |
| <i>Tabla 12: Datos de los establecimientos hoteleros .....</i>                     | 50 |
| <i>Tabla 13: Resumen de cumplimiento de los requisitos-Hotel Blue Marlín .....</i> | 52 |
| <i>Tabla 14: Resumen de cumplimiento de los requisitos-Hotel Marvento II.....</i>  | 53 |
| <i>Tabla 15: Perfil del turista-Hotel Blue Marlín .....</i>                        | 55 |
| <i>Tabla 16: Perfil del turista-Hotel Suite Salinas .....</i>                      | 56 |
| <i>Tabla 17: Edades de los huéspedes .....</i>                                     | 58 |
| <i>Tabla 18: Genero de los huéspedes .....</i>                                     | 59 |

|   |    |
|---|----|
| <i>Tabla 19: Motivo de visita</i> .....   | 60 |
| <i>Tabla 20: Nacionalidad</i> .....   | 61 |
| <i>Tabla 21: Frecuencia con la que se hospedan en hoteles de tres estrellas en Salinas</i><br>..... | 62 |
| <i>Tabla 22: Calidad de las instalaciones</i> .....   | 63 |
| <i>Tabla 23: Apariencia del personal</i> .....  | 64 |
| <i>Tabla 24: Servicios prometidos</i> .....   | 65 |
| <i>Tabla 25: Reservas y solicitudes</i> .....   | 66 |
| <i>Tabla 26: Solicitudes atendidas</i> .....  | 67 |
| <i>Tabla 27: Confianza y seguridad</i> .....  | 68 |
| <i>Tabla 28: Interés a las necesidades</i> .....  | 69 |
| <i>Tabla 29: Satisfacción con su experiencia</i> .....  | 70 |
| <i>Tabla 30: Recomendaría el hotel</i> .....  | 71 |
| <i>Tabla 31: Entrevista al Hotel Blue Marlin</i> .....  | 72 |
| <i>Tabla 32: Entrevista al Hotel Suite Salinas</i> .....  | 73 |
| <i>Tabla 33: Entrevista en el Hotel Marvento II</i> .....   | 74 |
| <i>Tabla 34: Análisis de las entrevistas en los hoteles</i> .....                                   | 75 |

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

|   |    |
|---|----|
| <i>Ilustración 1: Brechas Servqual .....</i>  | 31 |
| <i>Ilustración 2: Línea del tiempo de la evolución de la calidad .....</i>                            | 34 |
| <i>Ilustración 3: Ciclo de la calidad .....</i>   | 35 |
| <i>Ilustración 4: Edades de los huéspedes .....</i>   | 58 |
| <i>Ilustración 5: Género de los huéspedes .....</i>   | 59 |
| <i>Ilustración 6: Motivo de visita .....</i>  | 60 |
| <i>Ilustración 7: Nacionalidad .....</i>  | 61 |
| <i>Ilustración 8: Frecuencia con la que se hospedan en hoteles de tres estrellas en Salinas .....</i> | 62 |
| <i>Ilustración 9: Calidad de las instalaciones .....</i>  | 63 |
| <i>Ilustración 10: Apariencia del personal .....</i>  | 64 |
| <i>Ilustración 11: Servicios prometidos .....</i>   | 65 |
| <i>Ilustración 12: Reservas y solicitudes .....</i>   | 66 |
| <i>Ilustración 13: Solicitudes atendidas .....</i>  | 67 |
| <i>Ilustración 14: Confianza y seguridad .....</i>  | 68 |
| <i>Ilustración 15: Interés a las necesidades .....</i>  | 69 |
| <i>Ilustración 16: Satisfacción con su experiencia .....</i>  | 70 |
| <i>Ilustración 17: Recomendaría el hotel .....</i>  | 71 |



## **GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA DE LOS HOTELES DE TRES ESTRELLAS EN EL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2024.**

**AUTORA:**

**Menoscal Pincay Melissa Nayeli**

**TUTORA:**

**Lcda. Aguirre Suárez Tannia Karina, MSc.**

### **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo evaluar la calidad turística en los hoteles de tres estrellas en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, dichos establecimientos, enfocado en determinar el cumplimiento de categorización, analizar el perfil de los clientes y medir la satisfacción respecto a los servicios adquiridos. Se utilizó métodos cualitativos y cuantitativos, este trabajo llega a resaltar la importancia de implementar sistemas de gestión de calidad para poder satisfacer las expectativas de los huéspedes y que puedan regresar cuando ellos desean. La metodología incluyó encuestas y observación para evaluar aspectos como es la infraestructura, atención al cliente y cumplimiento de estándares del Ministerio de Turismo, también se realizaron entrevistas al personal administrativos para saber sobre la calidad de servicios que brindan. Se identificó que, aunque los hoteles cumplen en gran parte los estándares, perduran brechas en el servicio y en lo que corresponde a la atención personalizada.

**Palabras claves:** Gestión de calidad turística, hoteles de tres estrellas, sistema de calidad, servicio de alojamiento.



## **GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA DE LOS HOTELES DE TRES ESTRELLAS EN EL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2024.**

**AUTHOR:**

**Menoscal Pincay Melissa Nayeli**

**ADVISOR:**

**Lcda. Aguirre Suárez Tannia Karina, MSc.**

### **ABSTRACT**

The present research aimed to evaluate the tourism quality in three-star hotels in the canton of Salinas, province of Santa Elena. This study focused on determining compliance with categorization, analyzing the profile of the clients, and measuring satisfaction regarding the services acquired. Qualitative and quantitative methods were used, and this work highlights the importance of implementing quality management systems to meet guests' expectations so they can return whenever they wish. The methodology included surveys and observation to evaluate aspects such as infrastructure, customer service, and compliance with the standards of the Ministry of Tourism. Interviews were also conducted with the administrative staff to understand the quality of the services they offer. It was identified that, although the hotels largely meet the standards, there are still gaps in service and personalized attention.

**Keywords:** Quality management in tourism, three-star hotels, quality system, accommodation service.

## INTRODUCCIÓN

Como afirma la Organización Mundial del Turismo (OMT) 2021, el turismo es una actividad que las personas llevan a cabo para escapar de su rutina diaria, trasladándose a un lugar diferente de su residencia, con el objetivo de divertirse o descansar en su tiempo libre, esta actividad está relacionada con la experiencia basada a las necesidades actuales de la sociedad. El sistema de calidad de un hotel se basa en políticas, normas y procedimientos, además de auditorías internas y externas, las cuales deben implementarse y definir un establecimiento para promover una mejora continua en la calidad de los productos y servicios que proporciona en todos sus departamentos. (Ostelea, 2022).

La calidad se manifiesta en la satisfacción de los clientes tanto al llegar, como durante el periodo de estancia y salida. Este debe tener una experiencia positiva antes de alojarse, con el fin de que se sienta cómodo y tenga la seguridad de regresar y recibir un mejor servicio. Por lo tanto, se puede apreciar que la calidad es esencial para todo tipo de servicio y más aún en el servicio hotelero. Se considera una compañía de alta calidad cuando excede las expectativas de clientes, personal y accionistas. Por ende, una compañía que opera de manera eficiente, proporcionará a sus clientes el servicio más óptimo, lo que conlleva a incrementos en sus ingresos y a una mayor satisfacción de sus miembros. (López, 2021).

La industria hotelera esta netamente diseñada para poder atender las necesidades de los huéspedes que viajan por diversión o negocios, las empresas del sector hotelero deben evaluar la calidad de sus servicios basándose en que los huéspedes tengan una experiencia única y autentica a nivel local y turístico (Millán-Vásquez de la Torre et al, 2015)

En Ecuador, el turismo se convirtió en uno de los pilares muy fundamentales de lo que respecta a la economía, con proyecciones de crecimiento al futuro, debido

a esto el Ministerio de Turismo, mediante su dirección de calidad implemento el SNCT, que prácticamente busca fomentar y fortalecer la cultura con excelencia. (MINTUR,2019)

Secretaría de turismo (2018), Desde el año 2016, la oferta ha aumentado en promedio en más de 20 mil habitaciones durante los últimos 5 años, registrando un 61.2% de ocupación hotelera en el año 2017. El incremento en la demanda de habitaciones -ocupación hotelera- implica que los establecimientos deben hacer modificaciones en su infraestructura, no necesariamente conduciendo a una mejora en la calidad del servicio.

El sector hotelero es una rama del turismo que ofrece el servicio de hospedaje. Su contribución en la industria turística es relevante dado que proporciona la estancia del turista durante su viaje. En años recientes, la industria hotelera ha experimentado una evolución y se ha ajustado a los gustos, preferencias y requerimientos de la demanda. Puede clasificarse en varias categorías, dependiendo del confort y el sitio en el que se hallen (Peña Miranda, 2023). Cada infraestructura hotelera posee sus propias características, contribuye a la creación de expectativas entre los visitantes y a la integración en la cadena de valor del turismo, contribuyendo a la posición de las ciudades como lugares de interés (Núñez, 2022).

En la actualidad se considera a Salinas como uno de los lugares turísticos más concurridos e importantes dentro del Ecuador. Esto se debe a la variedad de lugares hermosos que tiene para ofrecer el cantón al público, el sin número de actividades recreativas que llaman la atención y sus llamativas playas que es el atractivo turístico más importante que ofrece, al llega al cantón Salinas se puede apreciar que así mismo hay gran variedad de hoteles donde los turistas puedes elegir según su necesidad y bolsillo un lugar adecuado para poder hospedarse.

Dentro de los servicios que ofrece el cantón Salinas a los turistas son los lugares de hospedajes y la calidad con la que se las ofrecen, esto hace que muchas personas quieran invertir dentro de este lugar turístico debido a que día a día está zona incrementa cada vez más en el sector económico.

Hoy en día no es novedad que el cantón Salinas reciba miles y miles de turistas con la finalidad de poder relajarse y disfrutar durante su hospedaje en dichos hoteles. Por esta razón se está presentando este proyecto para hacer un estudio de la calidad que dan cada uno de los hoteles ya que muchas veces hacen gestiones que no van acorde a lo que el cliente busca o en otras ocasiones simplemente pasan por alto situaciones que son de suma importancia para mantener una buena calidad en cada hotel.

El sistema de clasificación por estrellas de hoteles se creó en el año 1958 gracias a Móvil Corporación, quien se ha convertido en una compañía petrolera dentro de Estados Unidos. Este se dio debido a la creación de Móvil Través Guide que es quien Promueve los viajes en carretera en Estados Unidos con la finalidad de en un futuro poder promover fuera de Estados Unidos.

En los siguientes años posteriores este pasó de llamarse Móvil Corporación a llamarse Guía de viajes Forbes y se amplió con la finalidad de cubrir los hoteles que había por todo el mundo, estos son calificados por inspectores anónimos que utilizan una guía donde hay criterios establecidos que podrán calificar a los hoteles desde el puntaje más bajo que sería 1 y el más alto que es 5.

Tomando en cuenta en el aspecto de los clientes que decidan realizar una reserva consideran diversos factores, tales como la ubicación del hotel, la calidad de las instalaciones, el nivel del servicio, que sea accesible y el precio. La calidad del servicio es un elemento crucial que influye en gran manera en la satisfacción de los turistas y visitantes dado que en otra oportunidad puedan regresar.

Por esta razón a medida que va avanzando el tiempo y van cambiando las necesidades y gustos de las personas se han ido desarrollando modelo de medición de la calidad del servicio que se ofrece al público y así mismo se realizan gestiones para poder resolver problemáticas relacionada a la satisfacción de los clientes en los hoteles.

Los hoteles de tres estrellas se caracterizan por ofrecer confort y un buen servicio en la que se relacionan entre la calidad y precios, en esta se pueden encontrar variedad de servicios para cubrir las necesidades que el cliente tenga y que puedan estar a gusto en el lugar que se están hospedados, dentro de las características más comunes que ofrecen hoteles con la categoría de tres estrellas son: Duchas privadas, Wifi, zonas comunes, comedor, parqueadero privado e incluso zonas recreativas.

El sector de la industria hotelera se creó con la finalidad de ofrecer servicio de hospedaje a las personas o turistas que por una u otra razón se encuentre de viaje y no tenga un lugar donde hospedarse, que decidan y escojan una buena opción al momento de hacer sus reservas en dichos hoteles, quienes están dispuestos a poder satisfacer sus necesidades y que queden satisfechos con los servicios prestados.

Dentro de Ecuador podremos encontrar un sinfín de hoteles que ofrecen variedad de servicios con diferentes precios acoplándose al bolsillo de los clientes, pero al momento de escoger uno los clientes se basan en reseñas que muchas veces encuentran en Internet con la finalidad de ver si está dentro de lo que ellos buscan para poder descansar.

A pesar de que dentro de las reseñas o características digan que muchas veces cuentan con calificaciones de 3 estrellas la verdad es que en muchas ocasiones no cumplen con los parámetros o gestiones necesarios, esto suele deberse a que muchas veces los propietarios no están capacitados y al haber muchos hoteles dentro de Ecuador no se lleve el control necesario donde se pueda corroborar que la calificación de tres estrellas es justa.

En la actualidad, el turismo en dicho cantón como es Salinas, provincia de Santa Elena, se convirtió prácticamente en un ingreso fundamental en lo que respecta a economía. La incorporación de algún sistema que este enfocado en la gestión de calidad en lo que respecta a los hoteles sería bueno, ya que garantiza un control eficiente.

Salinas cuenta con una amplia oferta hotelera que atrae tanto a turistas nacionales como internacionales, quienes juegan un papel fundamental en el impulso de la economía de cantón Salinas. En este contexto, los hoteles de tres estrellas son esenciales, ya que ofertan una opción intermedia entre la economía y lujo. Los huéspedes al elegir hospedarse en dichos establecimientos que aseguran calidad en sus servicios, también promueven el desarrollo sostenible en el sector, así mismo la gestión de la calidad cambia a un factor decisivo para el crecimiento y fortalecimiento del turismo en el cantón Salinas.

En muchas ocasiones la calidad que dan en los hoteles no es la mejor y esto puede afectar a los que tienen una puntuación de tres estrellas y todo esto muchas veces se debe a que la gestión que se realiza para mantener la calidad no es tan buena o simplemente la gestión que se está realizando no es la correcta.

Y esto puede afectar de manera negativa ya que los clientes pudieran no quedar satisfechos con la atención brindado dentro de los hoteles, quejándose de la calidad recibida y pudiendo resultar en que no regresen a dichos establecimientos y de esta forma podrían perjudicar a que los hoteles bajen su calificación.

La calidad del servicio hotelero debe ser de excelencia, cada día los hoteles deben contar con un personal altamente capacitado porque los clientes son cada vez más exigentes. Razón por el cual es un riesgo para un hotel que su excelencia en su calidad disminuya, porque al trabajar con personas que sean contratadas por días, fines de semanas o cuando hay mayor demanda de turista no pueda satisfacer eficientemente las necesidades el cliente. Por tal motivo las entidades responsables deben realizar un debido control a estas irregularidades de informalidad porque son las que tienen la facultad de Aplicar multas respectivas con tal de mitigar el problema. (Santos, 2015).

En cuanto al arribo de los turistas internacionales para América, han establecido un aumento del 3% en el año 2018, esto registró un ingreso de 207 millones de llegadas para el barómetro de la Organización Mundial del Turismo

(OMT), siendo Sudamérica quien encabeza con un 7%, y en el año 2019 el aumento es sostenible y se contempla una subida entre el 4 y 5%. (López, 2021).

El Instituto Nacional e Informática (INEI) nombra que el sector de los servicios de alojamiento, de igual manera el de restaurantes ha producido en el primer trimestre un auge del 3,2%, en el segundo trimestre (2019) un acrecentamiento del 2,9% afiliado al mismo año y del año anterior se simboliza el 1,2 millón de empleos directos e indirectos. (López, 2021).

Conforme con el problema sobre la masificación de turistas que recibe el cantón Salinas en feriados; se formuló la siguiente interrogante: ¿Cuál es el nivel de calidad que reciben los consumidores frente al servicio brindado en los hoteles de tres estrellas en el cantón Salinas provincia de Santa Elena? Simultáneamente, se respondió otras dudas del investigador como:

¿Cuál es el nivel de cumplimiento de los requisitos de categorización de los alojamientos turísticos, tres estrellas del cantón Salinas?, ¿Cuál es el perfil de los clientes actuales que se hospedan en los hoteles de tres estrellas del cantón Salinas?, ¿Cuán satisfechos se encuentran los huéspedes de los hoteles de tres estrellas del cantón Salinas, con los servicios que reciben?

El objetivo general de dicha investigación fue evaluar la calidad turística en los hoteles de tres estrellas en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena. Para cumplir con el propósito; se establecieron una serie de objetivos específicos como se mencionan a continuación.

1) Medir el nivel de cumplimiento de los requisitos de categorización de alojamiento turístico de tres estrellas del Ministerio de Turismo. 2) Identificar el perfil de los clientes actuales de los hoteles de tres estrellas en el cantón Salinas. 3) Determinar la satisfacción de los consumidores frente a los servicios brindados en los hoteles de tres estrellas en el cantón Salinas.

La investigación realizada sobre la gestión de calidad turística en los hoteles de tres estrellas en el cantón Salinas provincia de Santa Elena, debido a la necesidad que estos centros de alojamiento no poseen información clara y sustancial sobre la satisfacción de los clientes por los servicios que se les presta.

El cantón Salinas ha sido escogido durante muchos años como lugar turístico para poder descansar o recrearse en diferentes épocas o feriados, siendo este un lugar de mucha concurrencia para personas nacionales y extranjeras, que lo único que buscan durante su estadía es poder disfrutar de algún lugar tranquilo y con buena calidad, que cumplan sus expectativas y que los convenza de una próxima vez poder regresar.

Salinas al ser un lugar muy llamativo y turístico necesita que de forma continua se estén realizando gestiones para poder mantener la calidad de la zona hotelera, sin dejar a un lado los establecimientos hoteleros de tres estrellas que son los que comúnmente frecuentan turistas ya sea por placer, negocios u otras actividades.

El problema está en que actualmente al ser Salinas un lugar muy turístico y que al menos los empresarios hoteleros ven mucho potencial en esta zona quieren invertir a gran escala ya sea construyendo más hoteles y promocionando los que ya están en funcionamiento sin detenerse a pensar si están cumpliendo con las gestiones de calidad al menos para mantener sus hoteles en tres estrellas, Por esta razón se realizó el proyecto que presentamos a continuación para controlar la calidad que ofrecen los hoteles de Salinas.

## **MAPEO**

Capítulo I: Marco referencial; se presentan teorías y conceptos que sustentan la investigación, tomando en cuenta fundamentos sólidos y los aportes que se fueron aplicado en otras investigaciones como a nivel internacional y nacional. finalmente, se analizaron documentos legales relacionados al turismo, la gestión de calidad turística de los hoteles de tres estrellas del cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

Capítulo II: Metodología; aquí se detalla el enfoque metodológico utilizados para el desarrollo de la investigación; destacando la investigación descriptiva para analizar y profundizar los aspectos observados en los establecimientos hoteleros de tres estrellas, mediante instrumentos de recolección de datos que serán aplicados al público objetivo determinado en la población y muestra.

Capítulo III: Resultados y discusión, se muestran los datos alcanzados en el transcurso del trabajo de campo, que acceder al analizar la gestión de calidad turística de los establecimientos hoteleros de tres estrellas del cantón Salinas, provincia de Santa Elena. Se manejaron herramientas tales como encuestas físicas, de igual manera el programa Excel para difundir gráficas y tablas que permitieron la apreciación de los resultados. Estos aciertos que fueron comparados con investigaciones similares.

# CAPÍTULO I

## MARCO REFERENCIAL

### 1.1. Revisión de literatura.

Ortiz Gallardo (2019), realizó un análisis sobre la gestión de la calidad turística en los establecimientos hoteleros tanto de tres y cuatro estrellas en la ciudad de Ibarra. La autora enfatiza la importancia de satisfacer las necesidades de los clientes a través de servicios turísticos de alta calidad, tomando en cuenta y señalando que una mala experiencia puede ser resultado de pérdida de clientes. Según este estudio, sugiere que la calidad del servicio es fundamental para la fidelizar cliente y muy aparte también la sostenibilidad del negocio. Además, enfatiza la importancia de seguir manteniendo estándares altos de calidad mediante la formación del personal constantemente y también la inversión de la infraestructura de la formación continua del personal y la inversión en infraestructura.

García (2012), analiza la calidad desde una variedad de puntos de vista, en donde se encuentra el producto, el cliente y el valor. Según Camisón et al. (2015), afirma que la gestión de calidad es importante para el éxito competitivo de una empresa. Esta expectativa multidimensional de la calidad es reestablece para evaluar cómo los hoteles de tres estrellas en el cantón Salinas pueden adaptar estrategias efectivas para el mejoramiento de sus servicios. La calidad observada por el cliente no tan solo depende de la tangibilidad del producto, sino también de diversos factores intangibles como es la atención al cliente y sin dejar atrás la rapidez en solucionar problemas

El documento de requisitos para hosterías y lodges de tres estrellas (2017), Nos proporciona una guía super clara los estándares necesarios para que los establecimientos se consideren de tres. Este marco organiza aspectos inmediatos vinculados con la infraestructura, los servicios que ofertan y la debida atención al cliente. Para poder concebir las regulaciones y expectativas que deben ejecutar los establecimientos hoteleros de tres estrellas es trascendental este entorno regulatorio.

Las obligaciones engloban desde la gestión de calidad como es ropa de cama hasta los servicios adicionales que ofertan como es el internet y áreas recreativas, tomando en cuenta la importancia de una gestión de la calidad.

Álvarez, Fraiz y Del Río, (2012) investigan las razones a través de la certificación de la marca “Q de Calidad Turística” en el ámbito turístico como el alojamiento. Este estudio nos muestra que la certificación no solo mejora la percepción de calidad de los clientes como tales, sino que también pueden hacer que los establecimientos sean competitivos. Los hoteles de tres estrellas en Salinas que buscan resaltar en el mercado turístico pueden beneficiarse de la certificación.

Arias (s/f) nos da a conocer sobre los conceptos fundamentales de la gestión de la calidad, resaltando la importancia de planificar, llevar un control y la mejora continua en la prestación de servicios turísticos, en especial el alojamiento. Dichos comentarios de autores son importantes para los hoteles de tres estrellas que buscan satisfacer las expectativas de sus clientes y mantener altos estándares de calidad. La implementación de un sistema de gestión de calidad, como es la norma ISO 9001, puede ayudar a los hoteles a poder organizar sus procesos y mejorar constantemente, asegurando así una experiencia consistentemente positiva para los huéspedes.

Berrios y Campo (2016), aplican sus resultados a los hoteles de tres estrellas para investigar la calidad percibida de los servicios de alojamiento en León, Nicaragua. La percepción de calidad es un factor importante en la satisfacción del cliente y puede influir bastante en la fidelización. Este estudio ayuda a los hoteles a medir y mejorar la calidad de sus servicios. La calidad objetiva de los servicios, así como las expectativas previas del cliente y su experiencia general durante la estadía, afectan la percepción de la calidad

Rivera y Núñez (2018), investigan como afecta la satisfacción de los clientes. Este estudio se resalta la importancia de una muy buena organización interna y la organización eficiente en los diferentes departamentos del establecimiento hotelero. Los autores proponen que una estructura bien organizada y gestionada puede mejorar mucho en la calidad del servicio y la experiencia del cliente.

Molina y Ortega (2020), investigan como la tecnología puede mejorar el servicio de los hoteles. Su investigación demuestra como el uso de las tecnologías avanzadas como son las aplicaciones móviles y sistemas de gestión hotelera puede mejorar la eficiencia de los clientes. Lo que respecta a la adaptación de tecnologías adecuadas juega un papel fundamental para llegar a satisfacer las necesidades de los clientes o en este caso a los huéspedes.

López (2021), investigan los efectos económicos de la calidad del turismo en los hoteles de salinas. Su investigación muestra que una buena gestión de calidad mejora la satisfacción del cliente y mejorar los ingresos del hotel y la economía local. Los hoteles que invierten en calidad tienden a tener mayores tasas de ocupación y pueden adaptar por cobrar tarifas más altas, lo que a su vez contribuye a la evolución económico de la región.

Santos (2015), investiga como las tácticas de marketing pueden afectar la percepción de la calidad de los hoteles. Según el estudio recomienda que una comunicación clara y efectiva sobre los estándares de calidad y los servicios ofertados pueden mejorar la percepción y la expectativa del cliente, al mismo instante aumentar su satisfacción. Para los hoteles de tres estrellas en Salinas, la implementación y adaptación de estrategias de marketing bien diseñadas y estructuradas puede ser trascendente para poder destacar en un mercado competitivo y atraer a más turistas.

## **1.2. Desarrollo de teorías y conceptos:**

### **1.2.1. Producto turístico**

Según Boullón (2003), el producto turístico es algo complejo y abarca lo que respecta a toda la oferta turística, por una integración de servicios, semejante, por que reparten bienes no turísticos. En otras palabras, la oferta turística son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y en un período dado, condiciones estas que determinan su característica de transitoriedad, es decir su imposibilidad de almacenamiento. (p. 150)

En otras palabras, un producto turístico puede ser cualquier elemento, tanto tangible como intangible, siendo tan esencial y superior para poder satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, a pesar del contexto en el que se encuentre.

En la tabla que se presenta a continuación, especifica las características que debe tener un producto turístico:

**Tabla 1: características de un producto turístico**

| CARACTERÍSTICAS DE UN PRODUCTO TURÍSTICO |  |
|--|--|
| INTANGIBILIDAD                           | Dada a la naturaleza intangible de los productos, no se puede transferir la propiedad de la misma. Lo que se transmite es la posibilidad de gozar el producto, que la experiencia sea única. |
| CADUCIDAD                                | En este caso los productos turísticos no pueden ser almacenados, deben ser consumidos en el momento que se programaron.  |
| AGREGABILIDAD                            | Los productos pueden ser combinados con otros, que da como resultado la comercialización y el control de la calidad.   |
| HETEROGENEIDAD                           | Cada fase del producto debe mantenerse con un nivel constante de calidad. No se trata dolo de personalizar sino de garantizar una experiencia única.   |
| SIMULTANEIDAD                            | Dichos servicios turísticos no se pueden separar de las personas que llegan a brindar.   |

Fuente: Nicolau, (2011)

### 1.2.2. Niveles de productos turísticos

Nicolau (2011) en su texto nos indica que en la industria del turismo se hallan cuatro niveles de producto de los cuales tenemos:

1. Producto Básico: se basa de aquello que los clientes tratan de alcanzar, y muy aparte de facilitar objetivos se considera proponer beneficios de los objetivos.

2. Producto Auxiliares: son los productos que tiene que estar presente para que los clientes puedan hacer uso de los productos básicos.
3. Producto Secundario: son productos extras que entregan valor al producto básico y apoyan a distinguirse dentro de la competencia.
4. Producto aumentado: hace mención a como acepta el cliente el servicio, se podría referir la atmósfera, el espacio físico, interacción entre los clientes y el producto (p. 6-7).

Mencionar que los niveles de productos turísticos tienen el dominio de ser hallados en cualquier servicio que ofrece a un cliente, muy aparte puede ser cedido como un regalo, un ejemplo claro sería, al momento de recepción de un hotel se le hace la entrega de un chocolate en crema al huésped, que viene siendo un producto básico, en este caso el producto auxiliar sería darle una cuchara que sea especial para chocolate, el producto secundario quizás sería proporcionarle una bolsa de almendras para el chocolate, y por último el producto aumentado puede ser la cortesía con la que se le hace la entrega del producto, muy aparte de que el producto se encuentre empacado de manera especial.

### **1.2.3. El servicio turístico**

Al referirnos de servicios turísticos es complejo encontrar una sola definición, debido a que hay muchos puntos de vista, por esta razón es que se citó a varios autores en este documento con la intención de modernizar el entendimiento por dicho tema.

De la Torre (2011), estima que:

No se encuentran segundas oportunidades para cambiar la insatisfacción de un consumidor, teniendo en cuenta que el viajero. No será difícil dimensionar la importancia de este concepto en los servicios turísticos, teniendo en mente que el viajero que su estadía solo son días en el lugar visitado y después retorna a su lugar de origen. Debido a esto la buena o mala publicidad de dichos destinos dará una información negativa al visitante. (p 137).

Según el Plan Sectorial de Turismo (2021-2025),  
 Consiste en la prestación que una persona contrata como resultado de una actividad turística. Surgen por la necesidad de atender las demandas de los usuarios y conlleva a la satisfacción de las mismas. (p. 56)

Se considera servicios turísticos a todas las actividades ofrecidas para que los turistas realicen, cuales están relacionadas con la finalidad de satisfacer la petición de aquellos. Es valioso resaltar que tan solo existe una oportunidad para ofrecer una excelente y única atención a los consumidores. Debido a que si se llega a encontrar algún impedimento el consumidor o también denominado cliente puede cesar del establecimiento con disgusto de los servicios que percibió.

#### 1.2.4 Calidad turística

Al platicar de calidad turística es un poco complicado aludir a un solo autor, debido a dicho tema ha producido diferentes argumentos que van de acuerdo con punto de análisis crítico que sea estudiado, que pueden ser dirigido al: valor, cliente, producto, y otros más. En la tabla a continuación se puede reconocer que significa la calidad en palabras claves.

**Tabla 2: calidad es:**

| CALIDAD               |  |
|-----------------------|--|
| ES                    | NO ES                                      |
| Una filosofía         | Solucionar un problema                     |
| Previsión             | Imprudencia                                |
| Compromiso            | Simple obligación                          |
| Un esfuerzo constante | Solo un programa de capacitación adicional |
| Actitud positiva      | Actitud negativa                           |

Fuente: García, 2012.

Dentro de los conceptos más relevantes se citan a los siguientes:  
 Uno de los conceptos popular aclarece “La calidad llega a definirse como el nivel que un grupo de características propias efectúan con dichos requisitos,

comprendiéndose por condiciones necesidad o expectativa fijadas, generalmente obligatoria” (Carro & Gonzáles, 2010, p .15).

La calidad turística, se adoptó el III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014 – 2020. Como su primordial objetivo es contribuir a la implantación de un nuevo modelo de desarrollo turístico que se basa en la calidad, la accesibilidad y la sostenibilidad, a la vez que se promueve la innovación a la gestión y el apoyo a sectores poco concurridos; todo ello con la única finalidad de conseguir que el destino Andalucía (Torrejón López, 2017, p. 304).

Tomando en cuenta que la calidad es el conjunto de varias características, expectativas que van más allá alcanzan cumplir con las necesidades de los clientes, con la única finalidad que el consumidor quede satisfecho y que lleve con el la buena cortesía y los productos ofrecidos.

### 1.2.5 Modelo de medición de calidad: El Servqual

El modelo Servqual es el enfoque más utilizado para llegar a evaluar la calidad de los servicios. Como principal funcionamiento tiene radicar en el análisis de las brechas entre lo que es las expectativas de los clientes y la percepción del servicio recibido.

**Tabla 3: Dimensiones para evaluar**

| DIMENSIONES PARA EVALUAR |  |
|--------------------------|--|
| FIABILIDAD               | Cumplir con lo prometido, resolver problemas de manera rápido y también ofrecer un servicio de primera mano. |
| CAPACIDAD                | El personal debe ser comunicativo, colaborador, rápido en atender las necesidades y bien informado.          |
| SEGURIDAD                | Debe ser un equipo amable y seguro para inspirar confianza a los clientes.                                   |

|                |   |
|----------------|---|
| EMPATÍA        | Brindar atención personalizada y cerca entender las necesidades uno por uno de los clientes.                                    |
| INTANGIBILIDAD | En este caso los servicios no se pueden almacenar o medir de manera tradicional, siempre se debe ofrecer una experiencia única. |

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

Dichas dimensiones que son para evaluar la calidad deben ser aplicadas en todos los servicios y productos con la finalidad de familiarizarse en vender u ofrecer bienes en buen estado, con su respectiva materia prima, con el precio ideal y que se pueda expender de manera amigable meditando en el cliente que va adquirir, no solo para obtener benéfico económico.

**Tabla 4: Dimensiones de la calidad**

| DIMENSIONES DE CALIDAD |   |
|------------------------|---|
| FÍSICA                 | Aspectos físicos del servicio                     |
| CORPORATIVA            | Imagen de la empresa                              |
| INTERACTIVA            | Relación entre empleado-cliente o cliente-cliente |

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

### 1.2.5.1 Modelo Servqual

Para Alén y Rodríguez (2004), El Modelo Servqual, es para evaluar la calidad percibida por los clientes del establecimiento, a través de cinco dimensiones, dentro de ellas están las necesidades básicas para llegar a unas reservas garantizadas, alojamiento, entre otras.

Cronin y Taylor (1992), realizan su investigación basándose en una serie de cuestionarios que contrastan la medición de la calidad realizada mediante la discrepancia entre expectativas y percepciones de los consumidores y otra realizada solamente con las percepciones o actitudes de los mismos. Para la elaboración de los cuestionarios se basan en los 22 ítems propuestos por Servqual y sugieren, por un lado, aplicar el modelo Servqual y por otro mesurar la calidad, solo con el test de percepciones. Posteriormente estos investigadores prueban la dimensionalidad del constructo propuesto por el modelo Servqual y verifican si los atributos que

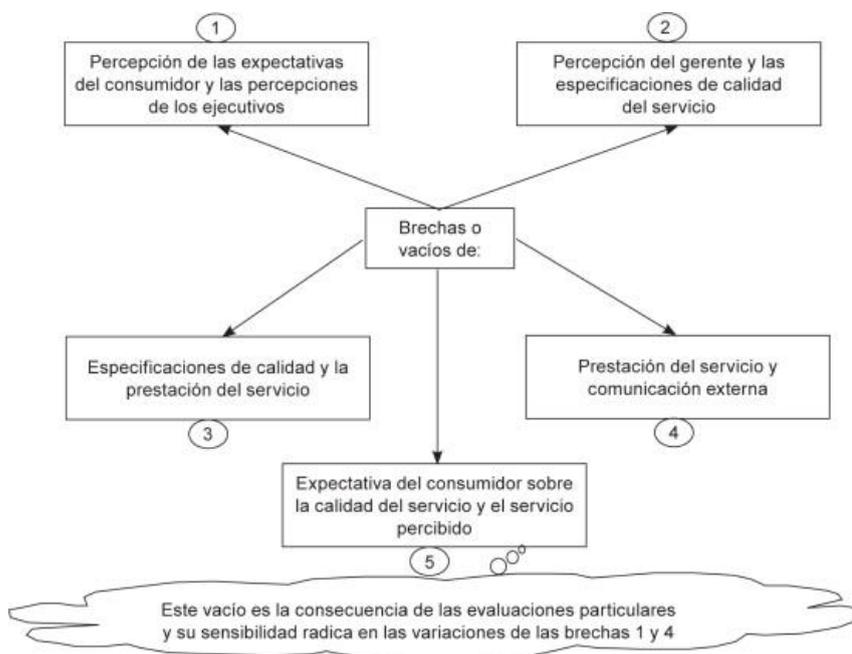
manifiesta el método son universales, por medio de un estudio empírico realizado en ocho empresas de servicios, (Cronin y Taylor 1992, 1994) deducen que el modelo Servqual no es el más adecuado para medir la calidad del servicio, y proponen un nuevo modelo denominado Servperf el cual se encuentra basado en el desempeño. (p. 91).

Hotelqual de Becerra Grande et al. (1999).

Este modelo toma como referencia el modelo Servqual. Es una adaptación al sector de la hotelería de dicha herramienta y presenta una gran similitud con el modelo Logqual. Según sus autores, el modelo cuenta con alta fiabilidad y validez; al practicarle el análisis factorial, los ítems se agrupan en tres dimensiones que son: personal, instalaciones y organización. (p. 92).

### 1.2.5.2 Modelo de las brechas

#### Ilustración 1: Brechas Servqual



Fuente: Duque Edison Jair, (2014)

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry; señalan diferencias entre los elementos relevantes de un servicio, tales como las necesidades de los clientes, la experiencia propia del servicio y las percepciones que los empleados tienen acerca

de las necesidades de los clientes. Las brechas señalan cinco distancias que generan dificultades en la prestación del servicio y que afectan la valoración final que los clientes realizan sobre la calidad del servicio. (p. 186).

**Tabla 5: Brechas del servicio Servqual**

| BRECHAS DEL SERVICIO SERVQUAL |  |
|-------------------------------|--|
| BRECHA 1:                     | Esta diferencia se da cara a cara entre los clientes y los directivos de la empresa sobre las expectativas.          |
| BRECHA 2:                     | Se reconoce la discrepancia entre lo que son la parte administrativa como perciben las experiencias de los clientes. |
| BRECHA 3:                     | Esto ocurre cuando hay diferencias entre especificaciones de calidad del servicio y como se presenta realmente.      |
| BRECHA 4:                     | Se da entre la prestación real del servicio y la comunión externa de la empresa.                                     |
| BRECHA 5:                     | Representa la diferencia entre las expectativas de los clientes y lo que perciben en las instalaciones.              |

Fuente: Matsumoto Nishizawa, (2014)

### 1.2.6 Principios de gestión de la calidad

Según ESGINNOVA (2017), La calidad se ha convertido en un pilar fundamental para las empresas dentro del siglo XXI, precisamente para los que aspiran a consolidarse y poder crecer para así alcanzar el éxito deseado por las empresas. Dentro de esto se implementó la ISO 9002 que funciona como una herramienta para reforzar lo que respecta a la calidad de los servicios en cualquier establecimiento.

Se han encontrado al menos ocho principios de los cuales contribuyen a la gestión de calidad que tienen la potestad de ser utilizados por la alta dirección con la finalidad de transportar a la organización para una mejora en la ocupación.

Según ESGINNOVA (2017), la Norma ISO 9001 tiene algunos principios que se reflejan a continuación:

**Tabla 6: Principios de la gestión de la calidad**

| PRINCIPIOS DE 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 por que ayuda con sus habilidades para mejorar.   |
| ENFOQUE BASADO EN PROCESOS:                         | Es el resultado deseado para lograr la eficiencia en lo que corresponde a las actividades y recursos.   |
| ENFOQUE DE SISTEMA PARA LA GESTIÓN:                 | Tiene como objetivo identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema.   |
| MEJORA CONTINUA:                                    | El desempeño en general de las empresas debe ser un objetivo primordial, ´para lograr la mejora continua.   |
| ENFOQUE BASADO EN HECHOS PARA LA TOMA DE DECISIÓN:  | Esto se refiere a la elección que se realiza con la información y los datos.  |
| RELACIONES MUTUAMENTE BENEFICIOSAS CON EL PROVEEDOR | Es imprescindible establecer colaboraciones estratégicas con los proveedores para incrementar la competitividad y optimizar la productividad.                   |

Fuente: ESGINNOVA, (2017)

### 1.2.7 Evolución de las etapas de la calidad

#### Ilustración 2: Línea del tiempo de la evolución de la calidad



Fuente: Historia de la calidad, (2014)

Según Torres (2014), por medio de un documento de artículo científico da a conocer que son 4 etapas.

#### 1. Inspección

Es el enfoque principal que se debe a identificar defectos en el producto terminado por medio de estándares definidos y correcciones pertinentes. (p. 101)

#### 2. Control de calidad

Incluyeron técnicas estadísticas para eliminar defectos y analizar causas en los procesos, transportando la responsabilidad al área de producción. (p. 102)

#### 3. Aseguramiento de la Calidad

Se percibe como la responsabilidad compartida entre departamentos, utilizando planificación estratégica y también acciones preventivas. (p. 103)

#### 4. Calidad Total

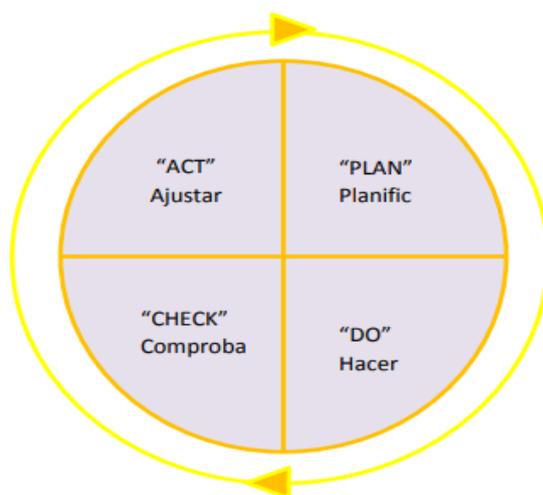
La calidad es centrada en su totalidad a la organización, involucrando a todos los grupos de interés, de igual manera promueve la mejora continua para la excelencia. (p. 104)

Cuando hablamos de la calidad total nos referimos a la sumatoria final de todos los procesos que se hayan realizado para poder obtener el producto, todos los procesos deben de terminar con excelencia para poder obtener una calidad total.

### 1.2.8 Ciclo de la calidad

Julia Martins (2024), expresa en su artículo científico denominado Ciclo PDCA o Deming.

**Ilustración 3: ciclo de la calidad**



Fuente: Arias, (s/f)

Como se puede percibir en la ilustración 2. El ciclo de la calidad, esta conformado por 4 etapas que son:

**Tabla 7: Ciclo de la calidad**

| CICLO DE LA CALIDAD |  |
|---------------------|--|
| PLANIFICAR (P)      | Es la primera fase para llegar a mejorar el proceso o planificación de un proyecto, determina las necesidades.         |
| HACER (D)           | Este es el siguiente paso, consiste en implementar el plan de proyecto en una escala pequeña para asegurar su correcto |

|               |  |
|---------------|--|
|               | funcionamiento.  |
| COMPROBAR (C) | Es necesario volver a revisar el plan para asegurar que el proyecto siga avanzando correctamente, correspondiente a sus objetivos. |
| AJUSTAR (A)   | Una vez verificado, se necesita ajustar o actuar, que hace referencia a la mejora continua.  |

Fuente: Julia Martins (2024)

### 1.2.9 Servicios de alojamiento

Reglamento de alojamiento turístico (2016) menciona:

El servicio de alojamiento debido a su naturaleza, alcance y mediante sus características en particular, requiere ser regulado por medio de un conjunto de normativas específicas parámetros a seguir para cumplir con la categorización de los servicios que ofertan y la satisfacción de sus clientes mediante el mismo. (p. 1).

Por otro lado, Gómez y Gutiérrez (2022), destacan que los servicios de alojamiento consisten en ofrecer instalaciones y comodidades a los huéspedes, diseñadas para satisfacer sus necesidades.

Llegamos a la conclusión de que se puede considerar alojamiento turístico a un servicio que brinda hospedaje en un determinado tiempo a un consumidor que puede ser nacional o internacional mediante un intercambio o pago monetario, de la moneda del país en el que visite.

### 1.2.10 Tipos de productos hoteleros

Según diferentes autores los tipos de productos turísticos que se tiene son:  
 Productos Homogéneos: Hacen referencia a los hoteles que carecen de elementos diferenciados y significativos entre ellos. Lozano et al. (2021)

Productos Diferentes: Incluyen características que hacen diferencias a los hoteles de competencia tales como los que pertenecen a una cadena hotelera o que incluyen servicios adicionales. Álvarez y García (2022)

Productos Diferenciados: Son hoteles con características únicas que los convierten en productos o servicios, como en un nicho de mercado. Soler et al. (2023)

### **1.2.11 Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico.**

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

Hotel: Son establecimientos que ofrecen alojamiento con una variedad de servicios ya sea restaurantes, recepción y limpieza diaria. Estos se clasifican por estrellas y están de 2 hasta 4. (p. 8)

Hostal: Estos establecimientos deben tener mínimo 5 habitaciones, son similares a los hoteles, pero con menos servicios. (p. 8)

Hostería: Son establecimientos que ofrecen alojamiento y servicios complementarios y que normalmente están ubicados en áreas rurales o turísticas, de igual manera su clasificación va de 3 a 5 estrellas. (p. 9).

Hacienda Turística: Son establecimiento que están ubicados en áreas rurales como fincas productivas, esto proporciona servicios de alojamiento y actividades que están relacionadas con el entorno. (p. 9)

Lodge: Establecimientos de alojamiento turístico que están vinculadas al entorno natural o rural, con servicios de calidad. (p. 9)

Resort: Son ambientes para poder descansar, se dan en playas o montañas. (p. 9)

Refugio: Son establecimientos más sencillos, ubicados normalmente en áreas montañosas, sin categorización por estrellas como los hoteles, pero sin embargo ofrecen un ambiente agradable para descansar. (p. 9)

Campamento Turístico: Espacios destinados para darles estadía a los visitantes con condiciones más rústicas, de igual manera sin clasificación por estrella. (p. 9)

Casa de Huéspedes: Estos establecimientos cuentan con pocas habitaciones, son entornos que te hacen sentir como que, si estén en su hogar, de igual manera sin categorización. (p. 9).

Cada una de las categorías donde se ubican los distintos establecimientos de hospedaje, cuentan con infraestructura, el modo de funcionamiento, el personal entre otros elementos acorde a los reglamentos. Reglamento dictado por el Ministerio de Turismo para ser aplicada, se incluyen dentro del catastro y poseen esa categoría. Los servicios ofrecen dentro de cada categoría pueden variar dependiendo del número dentro de cada categoría, que se haya establecido para el establecimiento.

### **1.2.12 servicio de alojamiento en Salinas**

En este sentido, el servicio de alojamiento ha mantenido su tradicional actividad, la cual procura potencializar durante las temporadas altas, y permanece inactivo durante las temporadas bajas, lo que quizás se deba al problema que hasta la actualidad persiste, como el perfeccionamiento o capacitación a todos los actores involucrados en el turismo para que puedan establecer nuevas estrategias y diseñar productos turísticos que, realmente motiven al visitante a desplazarse en fechas poco convencionales (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Salinas 2014-2019, 2018).

Según Gómez, Alvarado & Pérez indican que:

La competitividad del sector hotelero del cantón Salinas, implica a la posibilidad de satisfacer las necesidades de los turistas que lo visitan, que particularmente son de la

provincia del Guayas específicamente de Guayaquil, con el fin de llevarse expectativas y recuerdos únicos para poder regresar. (p. 2).

### 1.3 Fundamentación Legal

#### 1.3.1 Constitución del Ecuador

**Tabla 8: Artículos de la constitución**

|   |   |
|---|---|
| <p>TITULO VI<br/>RÉGIMEN DE DESARROLLO<br/>capítulo primero-Principios generales</p>  |   |
| Art. 278  | De acuerdo con el artículo, alcanzar el bienestar integral como es “Buen vivir” implica que las personas y las comunidades, en conjunto con sus diversas formas organizativas, tiene la responsabilidad de producir, intercambiar y consumir bienes y servicios (p.136).                |
| <p>Capítulo sexto<br/>Trabajo y producción<br/>Sección primera- Formas de organización de los procesos de producción y su gestión</p> |   |
| Art. 320  | Establece que las diversas formas de organización en los procesos de producción deben fomentar una gestión que sea participativa, transparente y eficiente.<br>Se alinean a los principios de calidad, sostenibilidad, productividad integral y eficiencia económica y social. (p.151). |

Fuente: Constitución de la República del Ecuador. (2008)

#### 1.3.2 Ley de Turismo

**Tabla 9: Artículos Ley de Turismo**

|   |
|---|
| <p>LEY DE TURISMO:</p> <p>Tiene como propósito regular las actividades turísticas en Ecuador, reconociéndolas como un motor para el desarrollo económico y social del país.</p> |
|---|

|         |   |
|---------|---|
| Art. 6  | Los contratos y adecuados relacionados con las actividades turísticas reguladas por la ley deben cumplir con las disposiciones legales específicas.   |
| Art. 44 | Los empresarios que comercializan o brindan servicios turísticos señalados en la ley serían responsables civilmente por los daños ocasionados a los usuarios.   |
| Art. 45 | Se reconocerá el derecho a compensación por daños y perjuicios en los siguientes casos:<br>1. cuando no dan los servicios que ofrecen en sus publicaciones.<br>2. cuando la calidad de servicio sea inferior a la de la categorización.<br>3. cuando causen daños materiales a los turistas, ya sean los empleados o los empresarios. |

Fuente: Ministerio de Turismo (2014)

### 1.3.3 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

**Tabla 10: Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**

| CAPITULO II                                 |   |
|---|---|
| DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES |   |
| Art. 4                                      | 2. derechos de la oferta de bienes y servicios de la calidad: los consumidores tienen el derecho de acceder a bienes y servicios ofrecidos por proveedores públicos y privados que sean competitivos.<br>4. Derecho a recibir información adecuada: los clientes tienen derecho a información completa, veraz, clara y oportuna sobre los productos y servicios disponibles.<br>8. Derecho a reparación e indemnización: en caso de deficiencia o mala calidad de bienes y servicios, los consumidores tienen el derecho a recibir reparación por los daños y perjuicios. |

|  |  |
|--|--|
|  | 12. Derecho a registrar reclamos: las empresas o establecimientos deben contar con un libro o registro de reclamo a disposición de los consumidores, en donde puedan los clientes reflejar sus quejas. |
|--|--|

Fuente: Defensoría del Pueblo. (2015)

### 1.3.4 Reglamento de Alojamiento Turístico

**Tabla 11: Reglamento de Alojamiento Turístico**

| <p style="text-align: center;">SECCIÓN II</p> <p style="text-align: center;">DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS HUÉSPEDES Y ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO</p> |  |
|---|--|
| 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"> <li>1. Utilizar herramientas tecnológicas, como sitios web que incluyan información detallada del contacto.</li> <li>3. Contar con un sistema propio para la gestión de reservas.</li> <li>4. Usar obligatoriamente el logo de la autoridad competente como es el Ministerio de Turismo en las plataformas digitales.</li> </ol>   |
| 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: Esta 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 cumplimiento de las regulaciones de los establecimientos mientras están en funcionamiento.</p> |

Fuente: Ministerio de Turismo, (2016)

## **CAPÍTULO II**

### **DISEÑO METODOLÓGICO**

En este capítulo se explican los pasos y procedimientos fueron aplicados durante la recopilación de datos y cumplimiento de las actividades correspondientes a los objetivos específicos, con el deseo de desarrollar el trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo.

#### **2.1 Tipos de investigación**

El proceso del trabajo de grado, se sustentó en varios tipos de investigación, que en su gran parte fueron aplicados en lo que respecta al trabajo de campo y entrevistas a fuentes principales primordiales de los hoteles. En esta presente investigación se analizó diversos datos para realizar la investigación.

##### **2.1.1 Investigación de Campo**

Según Ayala (2023), la investigación de campo es un proceso de recopilación de datos, directamente en el lugar donde ocurre el fenómeno, utilizando métodos como observación, encuestas o entrevistas, para comprender el contexto real de manera detallada y precisa. Este enfoque busca superar las limitaciones de los estudios en laboratorio mediante la interacción directa con el entorno natural del objeto de estudio

En este proceso de investigación se llevó a cabo una evaluación a los servicios de alojamiento de tres estrellas en el cantón Salinas, por lo cual se tuvo el privilegio de llegar a cada uno de los establecimientos para observar, y valorar las instalaciones. Seguido de esto, se llevó a cabo una evaluación a los clientes con la finalidad de

verificar el grado de calidad, satisfacción y conformidad que sienten en relación a los servicios que se les ofrece en los respectivos establecimientos.

### **2.1.2 Investigación Descriptiva**

Silva et al. (2023), Plantean que este tipo de investigación tiene como propósito detallar y sistematizar características de un fenómeno o población. Se utiliza para identificar patrones y establecer diagnósticos basados en datos empíricos, integrando tanto enfoques cualitativos como cuantitativos.

En la investigación descriptiva, el investigador puede elegir entre ser un observador completo, observar cómo participante, un participante observador o un participante completo. Por ejemplo, en un supermercado, un investigador puede monitorear desde lejos y rastrear las tendencias de selección y compra de los clientes. Esto ofrece una visión más profunda de la experiencia de compra del cliente (Cazau, 2006).

Esta investigación descriptiva se llevó a cabo con la finalidad de cumplir con uno de los objetivos establecidos como es: identificar el perfil de los turistas y clientes que frecuentan los alojamientos de tres estrellas en el cantón Salinas. Se recopilaron datos y características de cada uno de ellos con el fin de segmentar a los clientes según la categoría del hotel al que pertenecen.

## **2.2 Métodos de investigación**

Los métodos que se plantean a continuación fueron fundamentales para la obtención de los resultados y datos que se perseveraba cumplir cada uno de los objetivos que ya están planteados en este documento.

### **2.2.1 Método Analítico**

Para Portilla & Honorio (2021) definen que:

Para ellos el método es el que lleva al proceso educativo, distanciando los elementos del ordenamiento lógico, según su teoría de la estructura, es analizar mas no separar los elementos y examinarlos cuidadosamente, para obtener buenos resultados de forma deductiva. Mas no es un procedimiento sino un método lógico. (p.36-37).

Este método nos facilitó el análisis de los datos que se recopilados en las técnicas de investigación que se realizaron en los establecimientos de alojamiento, y a los clientes actuales referente a la calidad del servicio que ofrecen, en otras palabras, se alcanzó analizar las cualidades y las características de los servicios de alojamiento para revelar las faltas.

### **2.2.2 Método Sintético**

Según Jiménez y Ramírez (2022), plantean que el método sintético permite construir una visión unificada y completa de un fenómeno, partiendo de información fragmentada o parcial. Este enfoque es ampliamente utilizado en ciencias sociales y en estudios interdisciplinarios, ya que facilita la integración de datos diversos para entender problemas complejos

Este método fue utilizado para realizar las conclusiones de investigación la cual responde a cada uno de los objetivos específicos planteados anteriormente, con el propósito y objetivo de mejorar la calidad turística de los servicios brindados por los establecimientos a los huéspedes.

### **2.2.3 Método Cuantitativo - Cualitativo**

El enfoque de investigación cuantitativa-cualitativa (o mixto) se diferencia por combinar métodos y técnicas de ambos prototipos para abordar fenómenos desde distintas perspectivas. Según varios autores recientes, la investigación cuantitativa se asocia a algo positivo, orientado a la medición objetiva, el análisis estadístico y los resultados. (Creswell & Guetterman, 2019).

En esta investigación fueron utilizado ambos métodos de investigación, para lograr alcanzar buenos resultados. Referente al método cuantitativo se ejecutó, para definir la calidad de clientes que estén de acuerdo y no de acuerdo con los servicios que les fueron dados en los establecimientos hoteleros, mientras que el método cualitativo se dio para reconocer las características, ideas de los huéspedes, empleados y administradores que tienen estos establecimientos de alojamiento.

#### **2.2.4 Método de Observación Científica**

Según Sánchez (2022) afirma que la observación directa es utilizada inagotablemente en lo que respecta a estudios de comportamiento, mientras tanto la indirecta se da en ciencias naturales.

Dicho método se empleó para perfeccionar los objetivos de la investigación previamente planteados, ya que, como seres humanos, es más asequible captar y reconocer características mediante la percepción y observación directa. Esta técnica se realizó al observar tanto a los establecimientos hoteleros como al personal que trabaja allí, evaluando varias particularidades, tanto como la educación, el comportamiento, el nerviosismo de los clientes, administradores o empleados.

### **2.3 Técnicas e instrumentos de investigación**

#### **2.3.1 Encuestas**

Para García Ferrando (2021), las encuestas son técnicas de recolección de dato cuantitativas que son dirigidas a una población específica, determinado estándares y permitiendo explorar diversas respuestas.

Además, se destaca su importancia en las ciencias sociales como herramienta para comprender fenómenos sociológicos mediante la interrogación directa a los miembros de la sociedad. Sierra Bravo, (2022).

Las encuestas de esta investigación fueron planteadas directamente a los huéspedes de los establecimientos de alojamiento, quienes tuvieron la libertad de calificar de acuerdo a su experiencia, teniendo en cuenta que ellos son la base de la empresa, también nos ayudó a determinar la acogida de los usuarios por los servicios que se les fue prestados durante su estadía.

### **2.3.2. Ficha de observación**

De acuerdo con Gracia (2014), las fichas deben ser ajustadas a los objetivos de investigación, tomando en cuenta las variables de interés específicas y ayudando a guiar el proceso de observación hacia dichas dimensiones que se desean estudiar.

Esta técnica fue para realizar la valoración, descripción del entorno, de los usuarios, cualidades de los alojamientos que fueron evaluados. Gracias a la observación científica se pudo determinar todo lo que queríamos para la investigación.

### **2.3.3 Entrevista**

Según Pérez (2023), da a conocer que las encuestas son cualitativas, ya que permiten expresarse sin ninguna dificultad alguna, durante el tiempo que dure. Permite tener una comprensión e interacción profunda con quien esta siendo entrevistado, con el fin de obtener lo que se necesita.

Dentro de este proceso, la entrevista estructurada, tiene una serie de preguntas que se establecieron previamente, dicha entrevista fue dirigida para el personal administrativo de cada establecimiento hotelero de tres estrellas, que según el consolidado nacional actualizado del 2024 nos reflejó 12 establecimientos, debido a políticas internas de los establecimientos solo 3 establecimientos estuvieron dispuestos en colaborar, por lo tanto, nos colaboraron con la entrevista para exhibir el nivel de calidad que proporcionan a los huéspedes. Esta entrevista es primordial para obtener información confiable y directa.

## 2.4 Muestra

Al analizar el estudio que son los hoteles de tres estrellas del cantón Salinas, provincia de Santa Elena, según el consolidado nacional del 2024, establece que son 12 establecimientos perteneciente a esta categoría de los cuales tenemos: hotel Marvento II, hotel Villa del Mar, hotel Cocos, hotel Suite Salinas, hotel Kinova, hotel Palmeras playa Milina, hotel Marvento Chipipe, hotel Presidente Beach, hotel Blue Marlin, hotel Veneto, hotel Playa Canela hotel Boutique, hotel Rivera del Sol.

Determinación de la muestra:

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

Donde:

$$Z = 1.96$$

$$p = 0.5$$

$$q = 1 - p = 0.5$$

$$N = 385$$

$$e = 0.05$$

$$n = ?$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 385 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 (385 - 1) + ((1.96)^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{(3.84) * 385 * 0.25}{0.25 * 384 + 0.96}$$

$$n = \frac{3.84 * 96.25}{0.96 + 0.96}$$

$$n = \frac{369.16}{1.92}$$

n=

192

Población- turistas

Mediante el cual nueve establecimientos nos ayudaron con aquello. Los tres establecimientos restantes decidieron no proporcionar información debido a políticas internas que mantienen las empresas.

Lo cual se trabajó con los establecimientos que, si estuvieron dispuestos ayudar, tomando en cuenta el ingreso de turistas que tuvieron en el último feriado como fue el de Noviembre del 2024, obteniendo información mediante un muestreo aleatorio simple-por aglomeración, que nos permitió obtener el siguiente resultado:

**Tabla 12: datos de los establecimientos hoteleros**

| HOTELES                     | INGRESO DE HUÉSPEDES (FERIADO DE NOVIEMBRE) | PORCENTAJE | N° DE ENCUESTA |
|-----------------------------|---|------------|----------------|
| Hotel Marvento II           | 90  | 23.38%     | 45             |
| Hotel Villa del Mar         | 20  | 5.19%      | 10             |
| Hotel Cocos                 | 35  | 9.09%      | 18             |
| Hotel suite Salinas         | 45  | 11.69%     | 22             |
| Hotel Kinova                |   |            |                |
| Hotel Palmeras playa Milina | 45  | 11.69%     | 22             |
| Hotel Marvento Chipipe      | 65  | 16.88%     | 32             |
| Hotel Presidente Beach      |   |            |                |
| Hotel Blue Marlin           | 47  | 12.21%     | 24             |
| Hotel Veneto                | 38  | 9.87%      | 19             |
| Hotel Playa Canela-Boutique |   |            |                |
| Hotel Rivera del Sol        |   |            |                |
| Total                       | 385   | 100%       | 192            |

Fuente y elaboración: Autora

## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

En este capítulo se llevó a cabo el análisis de los resultados que se obtuvo mediante la aplicación de los instrumentos antes mencionados, que fueron los aspectos valorados de la calidad en los establecimientos de alojamiento como son los de tres estrellas en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, muy aparte que fueron considerados en el consolidado nacional del 2024.

Se tocó temas importantes para poder conocer lo que en realidad es la satisfacción de los clientes, en los datos se muestra el nivel de cumplimiento de los requisitos de categorización para los establecimientos de tres estrellas según el Ministerio de Turismo, que fue parte de la investigación. Este resultado se abordó mediante la ficha que facilita el Ministerio de Turismo como se mencionó anteriormente, que se aplicó a los establecimientos que nos aportaron y colaboraron en la investigación.

Continuamente está el perfil de los clientes que se hospedan en dichos establecimientos como son los hoteles de tres estrellas tales como: Hotel Blue Marlin y Hotel Suite Salinas, los cuales se pudo definir el segmento de los clientes ideales en los cuales se deben centrar los hoteles para que puedan facilitar un servicio de excelencia. Dicho resultado se obtuvo en las preguntas sociodemográficas de las encuestas que fueron dirigida para los huéspedes.

Finalmente se trató solamente de la satisfacción de los huéspedes sobre los servicios que le dedicaron en el establecimiento hotelero de tres estrellas, el resultado proporcionado en la encuesta que se diseñó y se aplicó a los huéspedes, tomando en cuenta también la entrevista que fue dirigida al personal administrativo.

**3.1 Determinar el conocimiento que poseen los establecimientos hoteles en personal e indumentaria al facilitar un servicio en los hoteles de tres estrellas del cantón Salinas provincia de Santa Elena de acuerdo al reglamento de alojamiento turístico del Ministerio de Turismo. (Se observa las fichas en los anexos).**

**Tabla 13.-**

**Resumen de cumplimiento de los requisitos- Hotel Blue Marlín**

| ÁREA                                 | N° DE REQUISITOS | REQUISITOS OBLIGATORIOS |           | N° DE REQUISITOS | REQUISITOS NO OBLIGATORIOS |           |
|--------------------------------------|------------------|-------------------------|-----------|------------------|----------------------------|-----------|
|                                      |                  | CUMPLE                  | NO CUMPLE |                  | CUMPLE                     | NO CUMPLE |
| <b>Requisitos generales</b>          | 28               | 18                      | 10        | 3                | 1                          | 2         |
| <b>Infraestructura</b>               | 22               | 19                      | 3         | 1                | -                          | 1         |
| <b>Servicios</b>                     | 6                | 3                       | 3         | 1                | 1                          | -         |
| <b>Cuarto de baño común</b>          | 16               | 12                      | 4         | -                | -                          | -         |
| <b>Habitaciones</b>                  | 21               | 18                      | 3         | 1                | -                          | 1         |
| <b>Cuarto de baño privado</b>        | 14               | 10                      | 4         | -                | -                          | -         |
| <b>Instalaciones generales</b>       | 20               | 6                       | 14        | -                | -                          | -         |
| <b>Acceso</b>                        | 1                | -                       | 1         | -                | -                          | -         |
| <b>Ascensores</b>                    | 1                | -                       | 1         | -                | -                          | -         |
| <b>Áreas de clientes</b>             | 3                | -                       | 3         | -                | -                          | -         |
| <b>Área de clientes habitaciones</b> | 15               | 7                       | 8         | 1                | -                          | 1         |

|   |            |            |   |   |   |   |
|---|------------|------------|---|---|---|---|
| Áreas de clientes Cuarto de baño y aseo privado | 9          | 5          | 4 | - | - | - |
| Servicios                                       | 8          | 6          | 2 | - | - | - |
| <b>TOTAL</b>                                    | <b>164</b> | <b>104</b> |   |   |   |   |

Fuente: Elaboración propia, con datos de Alarcón, (2017)

**Tabla 14.-**

**Resumen de cumplimiento de los requisitos- Hotel Marvento II**

| ÁREA                           | Nº DE REQUISITOS | REQUISITOS OBLIGATORIOS | CUMPLE | NO CUMPLE | Nº DE REQUISITOS | REQUISITOS NO OBLIGATORIOS | CUMPLE | NO CUMPLE |
|--------------------------------|------------------|-------------------------|--------|-----------|------------------|----------------------------|--------|-----------|
|                                |                  |                         |        |           |                  |                            |        |           |
| <b>Requisitos generales</b>    | 28               | 25                      | 3      | 3         | 1                | 2                          |        |           |
| <b>Infraestructura</b>         | 22               | 18                      | 4      | 1         | -                | 1                          |        |           |
| <b>Servicios</b>               | 6                | 4                       | 2      | 1         | 1                | -                          |        |           |
| <b>Cuarto de baño común</b>    | 16               | 12                      | 4      | -         | -                | -                          |        |           |
| <b>Habitaciones</b>            | 21               | 18                      | 3      | 1         | -                | 1                          |        |           |
| <b>Cuarto de baño privado</b>  | 14               | 10                      | 4      | -         | -                | -                          |        |           |
| <b>Instalaciones generales</b> | 20               | 6                       | 14     | -         | -                | -                          |        |           |
| <b>Acceso</b>                  | 1                | -                       | 1      | -         | -                | -                          |        |           |
| <b>Ascensores</b>              | 1                | -                       | 1      | -         | -                | -                          |        |           |

|   |            |            |   |   |   |   |
|---|------------|------------|---|---|---|---|
| Áreas de clientes                               | 3          | 2          | 1 | - | - | - |
| Área de clientes habitaciones                   | 15         | 7          | 8 | 1 | - | 1 |
| Áreas de clientes Cuarto de baño y aseo privado | 9          | 7          | 2 | - | - | - |
| Servicios                                       | 8          | 6          | 2 | - | - | - |
| <b>TOTAL</b>                                    | <b>164</b> | <b>115</b> |   |   |   |   |

Fuente: Elaboración propia, con datos de Alarcón, (2017)

### 3.2 Determinación del perfil de los clientes en los hoteles de tres estrellas del cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

**Tabla 15.-**

**Perfil del turista-Hotel Blue Marlín**

| PERFIL DEL TURISTA |                 |                   |              |   |
|--------------------|-----------------|-------------------|--------------|---|
| ESTABLECIMIENTO    |                 | HOTEL BLUE MARLIN |              |   |
| CARACTERÍSTICAS    |                 |                   |              |   |
| GENERO             | EDAD            | MOTIVO DE VISITA  | NACIONALIDAD | FRECUENCIA EN HOTELES DE TRES ESTRELLAS |
| MASCULINO          | DE 46 A 55 AÑOS | NEGOCIO           | ECUATORIANOS | OCASIONALMENTE 1-2 VECES AL AÑO         |
| 75%                | 52%             | 60%               | 83%          | 51%                                     |

Fuente: Encuestas aplicadas a los huéspedes del Hotel Blue Marlín

**Tabla 16.-**

**Perfil del turista-Hotel Suite Salinas**

| PERFIL DEL TURISTA |                 |                     |              |   |
|--------------------|-----------------|---------------------|--------------|---|
| ESTABLECIMIENTO    |                 | HOTEL SUITE SALINAS |              |   |
| CARACTERÍSTICAS    |                 |                     |              |   |
| GENERO             | EDAD            | MOTIVO DE VISITA    | NACIONALIDAD | FRECUENCIA EN HOTELES DE TRES ESTRELLAS |
| FEMENINO           | DE 18 A 25 AÑOS | PLACER              | ECUATORIANOS | PRIMERA VEZ                             |
| 68%                | 73%             | 86%                 | 54%          | 69%                                     |

Fuente: Encuestas aplicadas a los huéspedes del Hotel Suite Salinas

Al poder definir el perfil de los clientes en los hoteles de tres estrellas como fueron: Hotel Blue Marlín y Hotel Suite Salinas, se logró identificar un posible segmento al que están dirigidos sus servicios que brindan. Debido a esto se proporciona una base sólida para saber cuáles son las principales características de los huéspedes, ya que es un elemento clave y exclusivo para el éxito de dichos hoteles. Muy aparte, este análisis llega a facilitar el diseño de estrategias de marketing que van dirigidas directamente a los gustos y preferencias de los clientes, así como la adaptación de tácticas más efectivas para atraer a nuevos consumidores con perfiles similares.

Tomando en cuenta el perfil del turista que corresponde al Hotel Blue Marlín, de quien se muestra en la tabla número 17. Que contiene las características de los clientes, como: género masculino con edades alrededor de los 46 a 55 años de edad, que su motivo de visita fue por negocios, su nacionalidad es ecuatorianos y con una frecuencia de visitas a hoteles de tres estrellas de 1 a 2 veces al año que corresponde a ocasionalmente.

El perfil del turista que corresponde al hotel Suite Salinas del cual se tiene datos en la tabla número 18. Se muestra las características correspondientes a los clientes de género femenino con edades que rodean de 18 a 25 años de edad, que su motivo de visita fue por placer, con nacionalidad ecuatoriana y con una frecuencia de visita a hoteles de tres estrellas siendo su primera vez.

### **3.3 Identificar la satisfacción de los consumidores frente a los servicios brindados en los hoteles de tres estrellas en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena.**

Para medir los niveles de satisfacción de los clientes de los servicios de alojamiento de tres estrellas del cantón Salinas, que estuvieron dispuestos a ayudar en dicha investigación, se aplicó la misma encuesta, la cual se empleó individualmente correspondiente a la muestra que proporciono cada uno de los establecimientos. Se obtuvo una recopilación de datos individuales la cual se refleja en una sola gráfica para determinar la satisfacción de los huéspedes correspondiente a los servicios que les fueron prestados en los hoteles antes mencionados, de esta forma se alcanza un solo dato de la satisfacción en esta categoría de los establecimientos hoteleros de tres estrellas.

**Las preguntas expresan lo siguiente:**

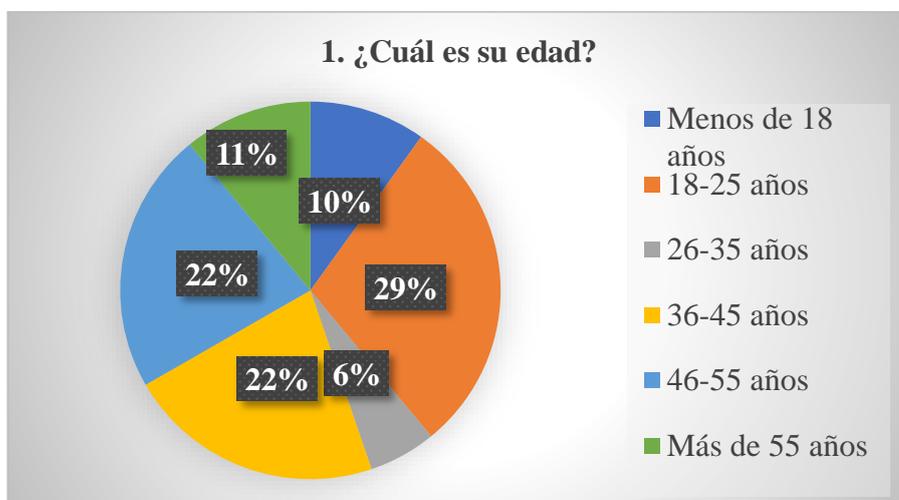
1. ¿Cuál es su edad?

**Tabla 17 edades de los huéspedes**

| OPCIÓN           | CANTIDAD   | PORCENTAJE  |
|------------------|------------|-------------|
| Menos de 18 años | 19         | 10%         |
| 18-25 años       | 56         | 29%         |
| 26-35 años       | 11         | 6%          |
| 36-45 años       | 42         | 22%         |
| 46-55 años       | 43         | 22%         |
| Más de 55 años   | 21         | 11%         |
| <b>TOTAL</b>     | <b>192</b> | <b>100%</b> |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 4 edades de los huéspedes**



Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** Mediante los datos recopilados en la tabla 18, revela que los hoteles de tres estrellas atraen a huéspedes jóvenes y adultos de mediana edad, esto indica la necesidad de un enfoque diversificado en la oferta de servicios. De igual manera ayuda a segmentar el mercado y diseñar paquetes que respondan a las expectativas y necesidades de estos huéspedes.

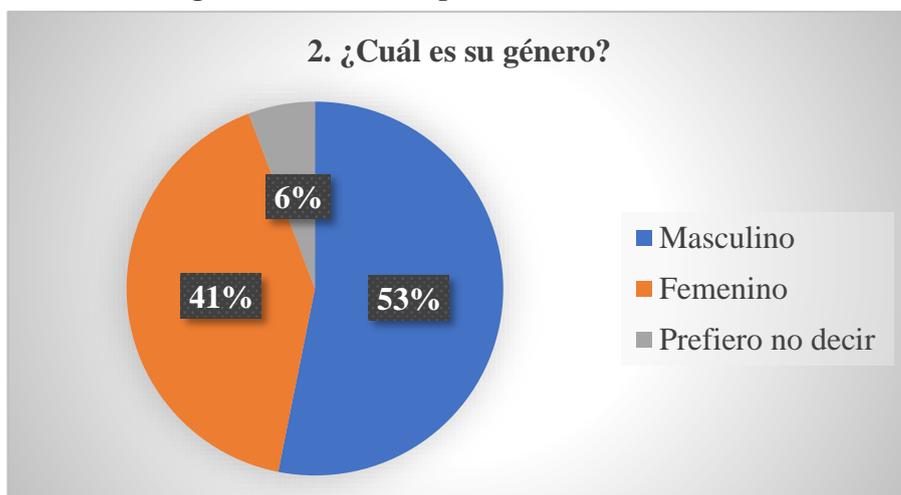
## 2. ¿Cuál es su género?

**Tabla 18 género de los huéspedes**

| OPCIÓN            | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-------------------|----------|------------|
| Masculino         | 102      | 53%        |
| Femenino          | 79       | 41%        |
| Prefiero no decir | 11       | 6%         |
| <b>TOTAL</b>      | 192      | 100%       |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 5 género de los huéspedes**



Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** La presencia equilibrada de hombres y mujeres, muestran que los establecimientos hoteleros tienen un atractivo amplio. Sin embargo, podrían necesitar políticas más inclusivas para captar a una audiencia diversa. Esto permite adaptar las estrategias de marketing y diseño de servicio para garantizar que todos los géneros se sientan como en casa y puedan regresar.

### 3. ¿Cuál fue el motivo de su visita?

**Tabla 19 Motivo de visita**

| OPCIÓN       | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|--------------|----------|------------|
| Negocios     | 62       | 32%        |
| Placer       | 121      | 63%        |
| Otros        | 9        | 5%         |
| <b>TOTAL</b> | 192      | 100%       |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 6: Motivo de visita**



Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** El predominio de turismo de placer llegó a confirmar que Salinas es un destino recreativo y atractivo, pero la notable simetría de visitantes por negocios sugiere que hay más espacios para desarrollar segmento corporativo. Esto ayuda a que los establecimientos hoteleros diversifiquen su oferta, dándole balance a servicios recreativos con instalaciones dirigida a viajeros de negocios.

## 4. ¿Cuál es su nacionalidad?

**Tabla 20 nacionalidad**

|                       |            |            |
|-----------------------|------------|------------|
| <b>Ecuatoriana(o)</b> | <b>132</b> | <b>69%</b> |
| <b>Extranjera (o)</b> | 60         | 31%        |
| <b>TOTAL</b>          | 192        | 100%       |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 7 nacionalidad**

Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** La preminencia de huéspedes nacionales refleja la dependencia del turismo interno, sin embargo, los visitantes internacionales representan una gran oportunidad de incremento en enfoque estratégico, por ese motivo se permite fortalecer la base nacional mientras se exploran mercados internacionales.

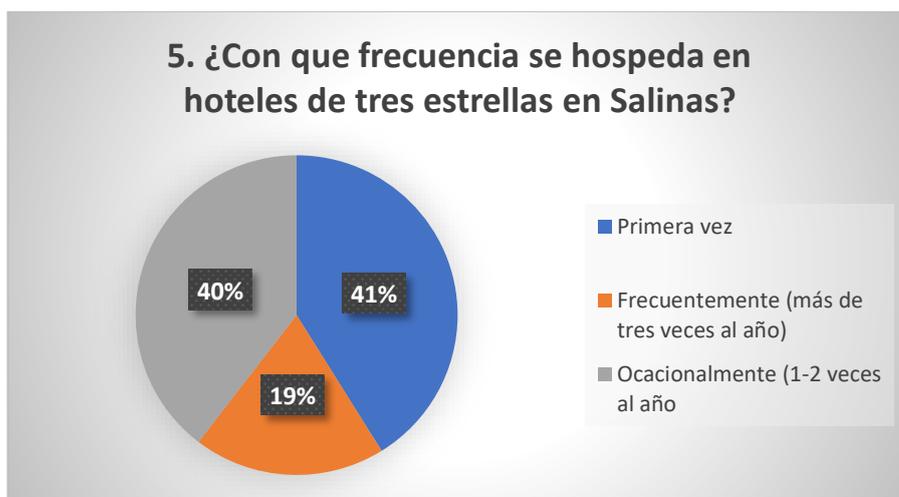
5. ¿Con que frecuencia se hospeda en hoteles de tres estrellas en Salinas?

**Tabla 21 frecuencia con la que se hospedan en hoteles de tres estrellas en Salinas**

| OPCIÓN                                    | CANTIDAD   | PORCENTAJE  |
|---|------------|-------------|
| Primera vez                               | 79         | 41%         |
| Frecuentemente (más de tres veces al año) | 37         | 19%         |
| Ocasionalmente (1-2 veces al año)         | 76         | 40%         |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>192</b> | <b>100%</b> |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 8 frecuencia con la que se hospedan en hoteles de tres estrellas en Salinas**



Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** Gran cantidad de huéspedes son nuevos o también se hospedan de manera ocasional, lo que propone que el destino tiene éxito en atraer visitantes, como también necesitan trabajar en su fidelización, de igual manera destaca la oportunidad de incorporar programas de lealtad.

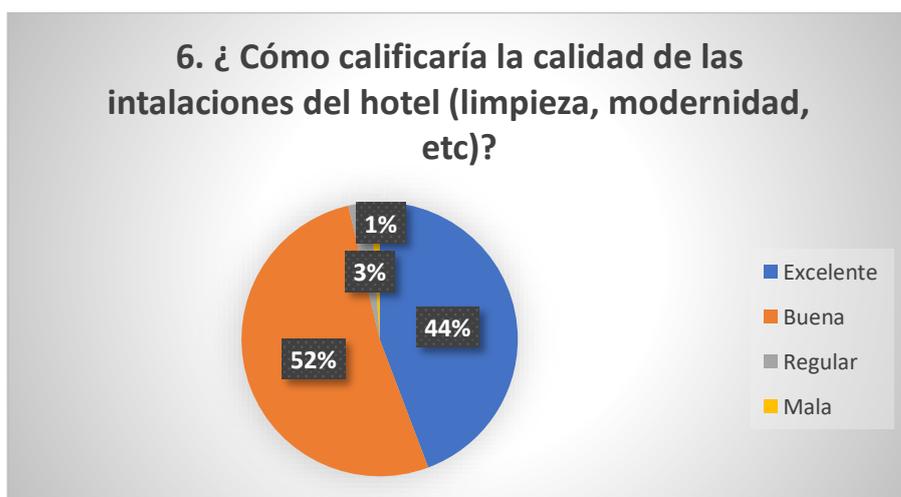
6. ¿Cómo calificaría la calidad de las instalaciones del hotel (limpieza, modernidad, etc.)?

**Tabla 22** calidad de las instalaciones

| OPCIÓN       | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|--------------|----------|------------|
| Excelente    | 85       | 44%        |
| Buena        | 100      | 52%        |
| Regular      | 5        | 3%         |
| Mala         | 2        | 1%         |
| <b>TOTAL</b> | 192      | 100%       |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 9** calidad de las instalaciones



Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** La apreciación positiva de las instalaciones ayuda mucho en la competitividad del establecimiento, de igual manera las opciones negativas, tomando en cuenta que son mínimas, se dirigen a áreas específicas que necesitan atención de inmediato, es necesario que mantengan estándares altos en lo que respecta a la infraestructura, para respaldar una experiencia única.

7. ¿El personal del hotel tiene una apariencia profesional y adecuada?

**Tabla 23** apariencia del personal

| OPCIÓN                          | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---------------------------------|----------|------------|
| <b>Totalmente de acuerdo</b>    | 80       | 42%        |
| <b>De acuerdo</b>               | 90       | 47%        |
| <b>Neutral</b>                  | 10       | 5%         |
| <b>En desacuerdo</b>            | 9        | 5%         |
| <b>Totalmente en desacuerdo</b> | 3        | 1%         |
| <b>TOTAL</b>                    | 192      | 100%       |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 10** apariencia del personal



Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** Si se toma en cuenta el profesionalismo del personal, es un punto esencial y fuerte, sin embargo, son pequeñas inconsistencias que pueden impactar la percepción de forma general de los huéspedes, es importante reforzar las necesidades de capacitaciones continuas para garantizar que el personal transmita en todo momento su imagen de profesionalismo.

8. ¿El hotel cumple con los servicios prometidos en su publicidad?

**Tabla 24 servicios prometidos**

| OPCIÓN                          | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---------------------------------|----------|------------|
| <b>Totalmente de acuerdo</b>    | 60       | 31%        |
| <b>De acuerdo</b>               | 95       | 50%        |
| <b>Neutral</b>                  | 20       | 10%        |
| <b>En desacuerdo</b>            | 12       | 6%         |
| <b>Totalmente en desacuerdo</b> | 5        | 3%         |
| <b>TOTAL</b>                    | 192      | 100%       |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 11 servicios prometidos**



Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** En esta sección, la mayoría considera que se llegan a cumplir las expectativas, pero también existe inconformidades, esto indica que la publicidad que generan satisfacer a los huéspedes, de igual manera ayuda a alinear las promesas publicitarias con las capacidades reales del hotel, que llega a mejorar la confianza de los clientes.

### 9. ¿Sus reservas y solicitudes fueron gestionadas correctamente?

**Tabla 25 reservas y solicitudes**

| OPCIÓN                          | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---------------------------------|----------|------------|
| <b>Totalmente de acuerdo</b>    | 95       | 49%        |
| <b>De acuerdo</b>               | 55       | 29%        |
| <b>Neutral</b>                  | 32       | 17%        |
| <b>En desacuerdo</b>            | 10       | 5%         |
| <b>Totalmente en desacuerdo</b> | 0        | 0%         |
| <b>TOTAL</b>                    | 192      | 100%       |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 12 reservas y solicitudes**



Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** Aunque en su mayoría están satisfechos, otros clientes perciben neutralidad en este apartado, podría ser demoras o procesos pocos claros, esto resalta la importancia de optimizar los sistemas de reservas y capacitar al personal para ofrecer un mejor servicio.

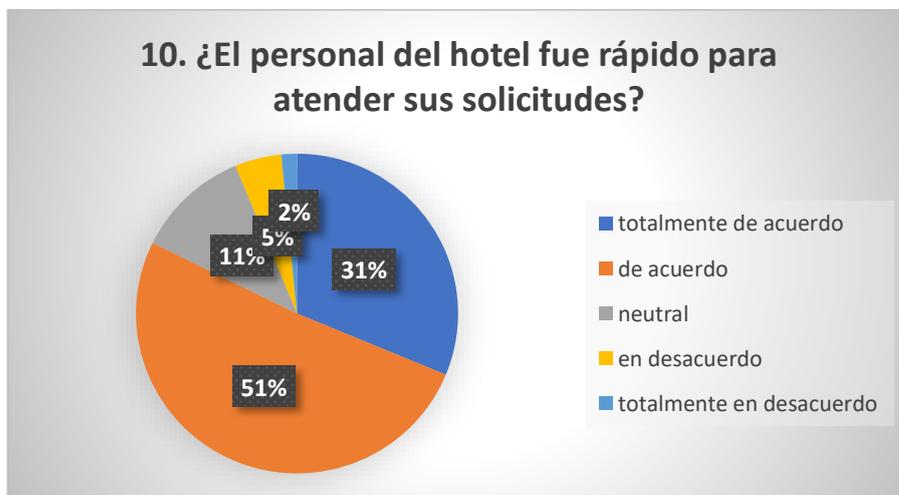
10. ¿El personal del hotel fue rápido para atender sus solicitudes?

**Tabla 26 solicitudes atendidas**

| OPCIÓN                          | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---------------------------------|----------|------------|
| <b>Totalmente de acuerdo</b>    | 60       | 31%        |
| <b>De acuerdo</b>               | 98       | 51%        |
| <b>Neutral</b>                  | 22       | 11%        |
| <b>En desacuerdo</b>            | 9        | 5%         |
| <b>Totalmente en desacuerdo</b> | 3        | 2%         |
| <b>TOTAL</b>                    | 192      | 100%       |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 13 Solicitudes atendidas**



Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** La rápida atención al cliente es muy valiosa, aunque en ocasiones los huéspedes sienten que, si hay margen de mejora en ciertas situaciones, esto ayuda a identificar las necesidades de fortalecer la eficiencia operativa, siendo más visible en momentos de temporadas altas.

11. ¿El personal le transmitió confianza y seguridad durante su estadía?

**Tabla 27 confianza y seguridad**

| OPCIÓN                          | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---------------------------------|----------|------------|
| <b>Totalmente de acuerdo</b>    | 102      | 53%        |
| <b>De acuerdo</b>               | 81       | 42%        |
| <b>Neutral</b>                  | 7        | 4%         |
| <b>En desacuerdo</b>            | 2        | 1%         |
| <b>Totalmente en desacuerdo</b> | 0        | 0%         |
| <b>TOTAL</b>                    | 192      | 100%       |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 14 confianza y seguridad**



Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** La seguridad y la confianza emitida por el personal es esenciales para poder satisfacer a los clientes, demostrando que invierten continuamente en la capacitación del personal para garantizar un ambiente seguro y poder fidelizar a los clientes.

12. ¿El personal del hotel fue atento y se mostró interesado en sus necesidades?

**Tabla 28 interés a las necesidades**

| OPCIÓN                          | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---------------------------------|----------|------------|
| <b>Totalmente de acuerdo</b>    | 105      | 55%        |
| <b>De acuerdo</b>               | 73       | 38%        |
| <b>Neutral</b>                  | 10       | 10%        |
| <b>En desacuerdo</b>            | 0        | 0%         |
| <b>Totalmente en desacuerdo</b> | 4        | 4%         |
| <b>TOTAL</b>                    | 192      | 100%       |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 15 interés a las necesidades**



Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** El interés que demuestra el personal es símbolo de refuerzo a una experiencia positiva para la mayoría de los clientes, por eso es importante respaldar que todos los clientes reciban el mismo interés, esto refuerza las necesidades de entrenar al personal correspondiente a la empatía y habilidades de comunicarse.

13. ¿Está satisfecho con su experiencia general en el hotel?

**Tabla 29 satisfacción con su experiencia**

| OPCIÓN           | CANTIDAD   | PORCENTAJE  |
|------------------|------------|-------------|
| Muy satisfecho   | 67         | 35%         |
| Satisfecho       | 108        | 56%         |
| Neutral          | 11         | 6%          |
| Insatisfecho     | 1          | 0%          |
| Muy insatisfecho | 5          | 3%          |
| <b>TOTAL</b>     | <b>192</b> | <b>100%</b> |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 16 satisfacción con su experiencia**



Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** La satisfacción es reflejo del desempeño de un hotel, por este motivo es crucial identificar áreas donde se pueda superar la experiencia, proporcionar una visión general de los aspectos que deben fortalecer para que puedan llegar a satisfacer a sus clientes.

14. ¿Recomendaría este hotel a otros viajeros?

**Tabla 30 recomendaría el hotel**

| OPCIÓN       | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|--------------|----------|------------|
| Si           | 181      | 94%        |
| No           | 11       | 6%         |
| <b>TOTAL</b> | 192      | 100%       |

Fuente y elaboración: Autora

**Ilustración 17 recomendaría el hotel**



Fuente y elaboración: Autora

**Análisis:** En su gran parte están dispuestos a recomendar el hotel en el que se hospedaron, quienes confirman que les ofrecieron un servicio sólido y de calidad.

**Tabla 31: entrevista al Hotel Blue Marlín**

| ÍTEM   | RESPUESTA   |
|--|---|
| 1. ¿Conoce usted que es la calidad de servicio dentro de un hotel?   | Si, he incluso en mi anterior empresa hice un control de las normas ISO, y ahora las trato de aplicar aquí.                         |
| 2. ¿El hotel cumple con todos los requisitos establecidos por el Ministerio de Turismo para su clasificación como hotel de tres estrellas? | Si, he incluso clasificado hasta por el municipio.  |
| 3. ¿Cuáles son las áreas en las que el hotel ha tenido más dificultad para cumplir con los requisitos de categorización?                   | No consideramos dificultad por que se está mejorando, pero es en el pago que se debe hacer.   |
| 4. ¿Cuál es el perfil de los clientes que frecuentan este hotel (nacionalidad, motivo de viaje u otros)?                                   | Todos nuestros turistas son nacionales y estamos orientados por un grupo un poco adulto que se hospedan por negocios prácticamente. |
| 5. ¿ha notado algún cambio en el perfil de los clientes en los últimos años?   | Si, antes teníamos ingreso de personas jóvenes, pero ahora son muy pocas.   |
| 6. ¿Cómo mide el hotel la satisfacción de los clientes con respecto a los servicios brindados?   | Mediante nuestra página, hay pueden ver nuestras reseñas.   |
| 7. ¿Cuáles son las quejas más comunes que reciben de los clientes?   | No es ahora, pero anteriormente por el problema del agua.   |
| 8. ¿Qué medidas ha tomado el hotel para mejorar la satisfacción de los clientes?   | En este caso hemos tratado de extender el horario de salida de nuestros huéspedes.  |

|  |   |
|--|---|
| 9. ¿Qué procedimientos y estándares considera esencial para garantizar la calidad en un hotel de tres estrellas? | Poder estar al tanto de las necesidades de nuestros clientes, para que se sientan como en casa. |
| 10. ¿Qué medidas adicionales podrían implementarse para mejorar la experiencia de los clientes?                  | Creo que podríamos implementar el servicio a las habitaciones.                                  |

Fuente y elaboración: Autora

**Tabla 32 Entrevista en el Hotel Suite Salinas**

| <b>ÍTEM</b>  | <b>RESPUESTA</b>  |
|--|---|
| 1. ¿Conoce usted que es la calidad de servicio dentro de un hotel?   | Claro, estamos dispuestos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes.  |
| 2. ¿El hotel cumple con todos los requisitos establecidos por el Ministerio de Turismo para su clasificación como hotel de tres estrellas? | Exacto, nuestro hotel cumple con todos los requisitos, hasta los de servicios e infraestructura.                                      |
| 3. ¿Cuáles son las áreas en las que el hotel ha tenido más dificultad para cumplir con los requisitos de categorización?                   | Consideramos que la mayor dificultad que hemos tenido es la actualización del mobiliario.   |
| 4. ¿Cuál es el perfil de los clientes que frecuentan este hotel (nacionalidad, motivo de viaje u otros)?                                   | Tenemos en cuenta que nuestros huéspedes en su mayoría son ecuatorianos, pero no tenemos tanto el conocimiento de su motivo de viaje. |
| 5. ¿ha notado algún cambio en el perfil de los clientes en los últimos años?   | Si, hemos notado que han entrado algunos turistas extranjeros.  |
| 6. ¿Cómo mide el hotel la satisfacción de los clientes con respecto a los servicios brindados?   | Realizamos encuestas al finalizar la estadía.   |
| 7. ¿Cuáles son las quejas más comunes que reciben de los clientes?   | La que más hemos recibido es sobre el estacionamiento en temporadas altas.  |

|  |  |
|--|--|
| 8. ¿Qué medidas ha tomado el hotel para mejorar la satisfacción de los clientes?                                 | Hemos mejorado la capacidad del equipo en áreas claves como es recepción.                |
| 9. ¿Qué procedimientos y estándares considera esencial para garantizar la calidad en un hotel de tres estrellas? | Considero que deberíamos contar con protocolos claros de limpieza y atención al cliente. |
| 10. ¿Qué medidas adicionales podrían implementarse para mejorar la experiencia de los clientes?                  | Podríamos implementar un sistema digital para el check-in.                               |

Fuente y elaboración: Autora

**Tabla 33 Entrevista en el Hotel Marvento II**

| <b>ÍTEM</b>  | <b>RESPUESTA</b>   |
|--|--|
| 1. ¿Conoce usted que es la calidad de servicio dentro de un hotel?   | Por supuesto, implica en darles una experiencia única y autentica.                   |
| 2. ¿El hotel cumple con todos los requisitos establecidos por el Ministerio de Turismo para su clasificación como hotel de tres estrellas? | Si, cumplimos con todo lo que nos piden, como las instalaciones adecuadas.           |
| 3. ¿Cuáles son las áreas en las que el hotel ha tenido más dificultad para cumplir con los requisitos de categorización?                   | La dificultad que hemos identificado es la implementación de tecnología actualizada. |
| 4. ¿Cuál es el perfil de los clientes que frecuentan este hotel (nacionalidad, motivo de viaje u otros)?                                   | Normalmente tenemos clientes nacionales.   |
| 5. ¿ha notado algún cambio en el perfil de los clientes en los últimos años?   | Si, hemos visto un aumento en nuestros clientes, ahora tenemos más clientes jóvenes. |

|  |  |
|--|--|
| 6. ¿Cómo mide el hotel la satisfacción de los clientes con respecto a los servicios brindados?                   | Revisamos las plataformas digitales como TripAdvisor.  |
| 7. ¿Cuáles son las quejas más comunes que reciben de los clientes?   | Ocasionalmente tenemos quejas por el servicio a las habitaciones.                                  |
| 8. ¿Qué medidas ha tomado el hotel para mejorar la satisfacción de los clientes?                                 | Hemos capacitado a nuestro personal en atención al cliente.  |
| 9. ¿Qué procedimientos y estándares considera esencial para garantizar la calidad en un hotel de tres estrellas? | Considero que los procedimientos esenciales serian la atención al cliente y la limpieza impecable. |
| 10. ¿Qué medidas adicionales podrían implementarse para mejorar la experiencia de los clientes?                  | Estamos por implementar un sistema avanzado para reservas en línea.                                |

Fuente y elaboración: Autora

**Tabla 34 Análisis de la entrevista en los hoteles**

| <b>ÍTEM</b>  | <b>RESPUESTA</b>   |
|--|--|
| 1. ¿Conoce usted que es la calidad de servicio dentro de un hotel?   | En este aspecto los hoteles coinciden que es la importancia de satisfacer a sus clientes, destacando los valores y dándoles una experiencia única y autentica. |
| 2. ¿El hotel cumple con todos los requisitos establecidos por el Ministerio de Turismo para su clasificación como hotel de tres estrellas? | Todos los establecimientos hoteleros que ayudaron con dicha información cumplen con los requisitos.  |
| 3. ¿Cuáles son las áreas en las que el hotel ha tenido más dificultad para cumplir con los requisitos de categorización?                   | Tienen dificultades en común que sobre sale lo que es el pago y la actualización de mobiliario.  |

|  |  |
|--|--|
| 4. ¿Cuál es el perfil de los clientes que frecuentan este hotel (nacionalidad, motivo de viaje u otros)?         | Predominan turistas nacionales, que también se da a conocer un cambio severo que están entrando pocos extranjeros.   |
| 5. ¿ha notado algún cambio en el perfil de los clientes en los últimos años?                                     | Mientras que unos notan la disminución en lo que es turistas jóvenes, otros piensan lo contrario.  |
| 6. ¿Cómo mide el hotel la satisfacción de los clientes con respecto a los servicios brindados?                   | Radican que para medir la satisfacción de sus clientes aplican encuestas después de la estadía de los huéspedes, y también las reseñas de las páginas web. |
| 7. ¿Cuáles son las quejas más comunes que reciben de los clientes?   | Tienen problemas con los recursos básicos. Esto sugiere las necesidades de mejoras tanto en infraestructura y también en servicios claves y esenciales.    |
| 8. ¿Qué medidas ha tomado el hotel para mejorar la satisfacción de los clientes?                                 | Toman acciones de capacitar a su personal, extienden horarios y mejora en recepción reflejando un enfoque proactivo.                                       |
| 9. ¿Qué procedimientos y estándares considera esencial para garantizar la calidad en un hotel de tres estrellas? | Coinciden en cuán importante es la limpieza y la atención al cliente.  |
| 10. ¿Qué medidas adicionales podrían implementarse para mejorar la experiencia de los clientes?                  | Las medidas que muchos tomarían son la innovación de tecnología para el sistema de reservas en línea   |

Fuente y elaboración: Autora

### 3.4 Discusión

Mediante este estudio, se logró entender que la administración de la calidad turística en los hoteles de tres estrellas del cantón Salinas es un elemento crucial para asegurar lo concerniente a la satisfacción de los visitantes y el crecimiento económico de la zona. En el estudio de los hallazgos, verifiqué que diversos hoteles no satisfacían regulaciones fundamentales, como la accesibilidad y la seguridad en sus instalaciones. Esto concuerda con lo indicado por López (2021), quien subraya que estas deficiencias impactan en la percepción del lugar y la lealtad de los clientes.

Uno de los alcances más significativos que se pudo observar fue sobre la percepción de calidad que no se limita a las infraestructuras físicas, sino que también está firmemente relacionada por elementos intangibles, como la atención particularizada y la gracia de reacción del personal. Berríos y Campo (2016) informan que estas piezas son básicas para la satisfacción de los visitantes, lo que se demostró en los descubrimientos de las encuestas y entrevistas realizadas. No obstante, se manifestaron que muchos establecimientos no daban consideración a la educación continua de sus equipos, lo que reducía la habilidad para adaptar expectativas de los clientes.

De igual manera, se percibió que la tecnología juega un papel importante en lo que respecta a la mejora para los hoteles de esta categoría. Con respecto a Molina y Ortega (2020), la ocupación de instrumentos como métodos de administración hotelera y app para móviles fortalecerá tanto la vigencia en las operaciones como la experiencia única del consumidor. Sin embargo, en el trabajo de campo, se evidenció que la gran parte de los hoteles todavía no integran dichas mejoras, lo que se restringe su competitividad ante otros lugares más sofisticados en lo que es la incorporación de estas tecnologías.

Igualmente, se dedujo claramente que la temporalidad y los picos de demanda, principalmente mientras los feriados, simboliza un desafío litigante para

los establecimientos hoteleros. Millán-Vásquez de la Torre et al. (2020) indicaron que la carencia de proyección de estratégica mientras los períodos que se inclinan a la cavidad de los establecimientos para sostener estándares de calidad. En la investigación, se puede observar que a diferencia de otros hoteles aquellos no cuentan con estrategias para poder aumentar su demanda.

Esta investigación reafirma que la gestión de calidad en los establecimientos hoteleros de tres estrellas en Salinas requiere mucha atención en elementos importantes como es la capacitación constante del personal, la insinuación de las normas y la incorporación de tecnología. Se respalda que, al hablar de estos aspectos, no solo se mejoraría la experiencia de los clientes, sino que de igual manera se aseguraría la reputación del cantón como tal, siendo un lugar turístico reconocido a nivel nacional e internacional. Estos hallazgos ratifican lo que en su momento López (2021) dio a conocer acerca de la trascendencia de invertir en calidad para asegurar lo que es la economía del cantón.

## CONCLUSIONES

Para el desarrollo de este proyecto investigación se planteó el objetivo de investigación: evaluar la calidad turística en los hoteles de tres estrellas en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena; se estudió a los turistas que visitan el cantón, para llegar a las siguientes conclusiones:

- Se concluyó que varios hoteles de tres estrellas no cumplen con todos los requisitos establecidos por el Ministerio de Turismo para su respectiva categorización, los factores críticos contribuyen a la falta de infraestructura adecuada, señalización de seguridad y políticas internas, poniendo en riesgo la experiencia de los clientes y también la clasificación como hotel.
- El perfil de los clientes que normalmente frecuentan los establecimientos hoteleros de tres estrellas en el cantón Salinas es variado, son turistas nacionales provenientes de las ciudades cercanas, estos clientes valoran la relación de la calidad-precio y tienen como objetivo priorizar los servicios de limpieza, atención al cliente y las conexiones a internet, se identificó que no se llegan a cumplir las expectativas de los huéspedes.
- Finalmente, la satisfacción de los clientes con lo que respecta a los servicios ofrecidos dentro de los hoteles de tres estrellas, es tolerante debido a que algunos hoteles no llegan a superar las expectativas de los huéspedes o clientes en la calidad de las instalaciones. Dichos resultados señalan que si se mejora en estos aspectos cooperara significativamente en lo que respecta a la fidelización de los clientes y de igual manera el posicionamiento del cantón Salinas como un destino de calidad.

## RECOMENDACIONES

- Para evaluar el nivel de cumplimiento con los estándares establecidos por el ministerio de turismo es esencial que los hoteles de tres estrellas en el cantón Salinas, realicen auditorías internas regulares, muy aparte se sugiere implementar planes de mejora enfocándose a las áreas críticas como: seguridad, señalización y accesibilidad. No obstante tener capacitaciones organizadas por entidades gubernamentales que ayuden a fortalecer el conocimiento y aplicación de las normativas vigentes.
- El beneficio de datos puntillosos en lo que respecta a las características y expectativas de los huéspedes es trascendental para ajustar los servicios a las demandas del mercado. Implementar herramientas de acopio de datos, como fueron las encuestas de satisfacción en online y el estudio de tendencias, para comprender los datos de los clientes al termino su estadía, emplear estos resultados para segmentar a los clientes y trazar estrategias de promoción y mejora en la gestión de la calidad.
- Es necesario para incrementar la satisfacción de los huéspedes, se capacite al personal en atención al cliente, enfocado en ofrecer un servicio de calidad y eficiente, enfatizando en poder resolver conflictos de manera rápida, también invertir en mantenimiento y mejora de las instalaciones, esto debe ser prioridad dentro de los planes operativos. Muy aparte la integración de tecnologías como sistemas de gestión hotelera y aplicaciones móviles para reservas, esto optimizará la eficiencia operativa y contribuirá a una mejor percepción de calidad por parte de los huéspedes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alén & Rodríguez. (2004). Calidad percibida por los clientes. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-50512021000300035&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-50512021000300035&script=sci_arttext)
- Álvarez y García. (2022). Tipos de productos turísticos. <https://tecnohotelnews.com/2023/01/principales-tendencias-hoteleras-para-el-nuevo-ano/>
- Álvarez, Fraiz & del Río. (2012). ANÁLISIS DE LAS MOTIVACIONES PARA CERTIFICAR LA MARCA "Q DE CALIDAD TURÍSTICA". SECTOR DE ALOJAMIENTO. <https://www.redalyc.org/pdf/2741/274122833006.pdf>
- Arias, A. (s/f). LA GESTIÓN DE LA CALIDAD: CONCEPTOS BÁSICOS. Recuperado de: <http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10123.pdf>
- Arias. (s/f). LA GESTIÓN DE LA CALIDAD: CONCEPTOS BÁSICOS. <http://www.cmievictoria.org/wp-content/uploads/2012/06/LA-GESTI%C3%93N-DE-LA-CALIDAD-CONCEPTOS-B%C3%81SICOS.pdf>
- Berrios, R. & Campo, s. (2016). CALIDAD PERCIBIDA DE LOS SERVICIOS: UNA APLICACIÓN A LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN LEÓN DE NICARAGUA, pp. 42-55. Recuperado de HYPERLINK <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5619623>
- Boullón. (2003). Turismo y producto turístico. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Camisón, C.; Cruz, S.; Gonzáles, T. (2015). GESTIÓN DE LA CALIDAD: CONCEPTOS, ENFOQUES, MODELOS Y SISTEMAS. Recuperado de <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-lacalidad.pdf?>
- Carro, R. & Gonzáles, D. (2010). Normalización Series Normas ISO 9000. Recuperado de [http://nulan.mdp.edu.ar/1615/1/10\\_normas\\_iso\\_9000.pdf?](http://nulan.mdp.edu.ar/1615/1/10_normas_iso_9000.pdf?)
- Cronin y Taylor. (1992). LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCION DEL CONSUMIDOR. <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>

De la Torre, A. (2011). TURISMO Y CALIDAD DEL SERVICIO. Recuperado de [http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU\\_25\\_1\\_turismo-y-calidad-del-servicio.pdf](http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_25_1_turismo-y-calidad-del-servicio.pdf)

ESGINNOVA. (2017). Principios de la gestión de calidad. Recuperado de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-de-gestion-de-la-calidad/>

García, M. (2012). CALIDAD EN LA ATENCION DEL SECTOR TURISMO. Recuperado de <https://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10426/2/02%20TUR%20156%20TRABAJO%20GRADO.pdf>

Gómez y Gutiérrez. (2022). Calidad del servicio hotelero. Recuperado de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782020000100002](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782020000100002)

Hotelqual de Becerra Grande et al. (1999). Calidad del servicio hotelero, lealtad e intención de compra. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/4560/456061607008/html/>  
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5660/1/UPSE-PTU-2021-0001.pdf&ved=2ahUKEwiPpfy9taGAXUSfDABHfJpDTwQFnoECBwQAQ&usg=AOvVaw2g7uwFsYlqwYE-ul90mc52>  
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5660%3Fmode%3Dfull&ved=2ahUKEwiPpfy9taGAXUSfDABHfJpDTwQFnoECC4QAQ&usg=AOvVaw2DSrY56Zb13Qnvdo-SIowt>

Julia Martins. (2004). Ciclo de la calidad. Recuperado de <https://asana.com/es/resources/pdca-cycle>

López, A. (2021) Calidad turística: Sistema de gestión de calidad para la satisfacción del cliente en los hoteles del cantón Salinas.

Lozano et al. (2021). Tipos de productos turísticos. Recuperado de <https://memorianh.com/2021/es/memoria-sustainable-business/modelo-de-negocio-de-nh-hotel-group/>

- Millán-Vásquez de la Torre et al. (2015). Calidad percibida en los hoteles de la ciudad. Recuperado de <file:///C:/Users/Hp/Downloads/Dialnet-CalidadPercibidaEnHotelesDeCiudad-8379956.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2016). REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2016). Reglamento de alojamiento turístico. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- MINTUR. (2019). DISTINTIVO “Q” DE LA CALIDAD. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/mintur-entrega-el-distintivo-q-de-calidad-a-establecimientos-turisticos/>
- Nicolau, J. (2011). EL PRODUCTO TURÍSTICO. Recuperado de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16114/7/Tema%207.pdf>
- Núñez. (2022). Hotelería una rama del turismo. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- ONU Turismo. (2021). EL TURISMO. <https://www.unwto.org/es/turismo-2021-resumen-omt>
- Ortiz Gallardo, K. S. (2019). *Análisis de la gestión de calidad turística en los hoteles de tres y cuatro estrellas en la ciudad de Ibarra*. Universidad Técnica del Norte. Recuperado de: Ministerio de Turismo. (2014). *Ley de Turismo*. Quito - Ecuador. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ostela. (2022). Sistema de gestión de calidad de un hotel: que es y como funciona. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/direccion-hoteleria/sistema-de-gestion-de-calidad-de-un-hotel-que-es-y-como-funciona>
- Parasuraman, Zeithaml & Berry. (2004). Diferencia entre los aspectos importante de un servicio. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Salinas. (2021). <file:///C:/Users/Hp/Downloads/Dialnet-ElPlanDeDesarrolloYOrdenamientoTerritorialYLaPlani-8549534.pdf>

Plan sectorial de turismo. (2021-2025). Producto turístico. Recuperado de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/PLAN-SECTORIAL-DE-TURISMO-11-8-2022\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/PLAN-SECTORIAL-DE-TURISMO-11-8-2022_compressed.pdf)

República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito - Ecuador. Recuperado de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

Rivera & Núñez. (2018). CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA VIETEL PERÚ S.A.C. - AGENCIA MOTUPE – 2021. Recuperado de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9923/%C3%91ique%20Nu%C3%B1ez%20Alex%20Humberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Santos, G. (2015) Análisis de las operaciones turísticas hoteleras para medir el nivel de contribución al desarrollo social y económico del cantón Salinas.

Secretaría de Marina. (2014). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. Recuperado de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/133491/METODOLOGIA\\_DE\\_INVESTIGACION.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/133491/METODOLOGIA_DE_INVESTIGACION.pdf)

Soler et al. (2023). Tipos de productos turístico. Recuperado de <https://memorianh.com/2021/es/memoria-sustainable-business/modelo-de-negocio-de-nh-hotel-group/>

Torrejón López. (2017). Calidad en el sector turístico: marco normativo y planificación. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/881/88165873004/html/>

Torres, K. et al (2012). Calidad y su evolución: una revisión. 10(2), pp. 100-107. Recuperado de <http://ojs.uac.edu.co/index.php/dimension-empresarial/article/view/213/197>

# **ANNEXOS**

## 1. Encuestas dirigida a los huéspedes

Encuesta N°

Fecha

**Objetivo:** Evaluar la satisfacción de los huéspedes y el cumplimiento de sus expectativas respecto a los servicios ofrecidos en los hoteles de tres estrellas.



Instrucción

Escoger una alternativa y marcar con una X

### DATOS DEMOGRÁFICOS

1. ¿Cuál es su edad?

|                  |  |
|------------------|--|
| Menos de 18 años |  |
| 18-25 años       |  |
| 26-35 años       |  |
| 36-45 años       |  |
| 46-55 años       |  |
| Mas de 55 años   |  |

2. ¿Cuál es su género?

|                   |  |
|-------------------|--|
| Masculino         |  |
| Femenino          |  |
| Prefiero no decir |  |

3. ¿Cuál fue el motivo de su visita?

|          |  |
|----------|--|
| Negocios |  |
| Placer   |  |
| Otro     |  |

4. ¿Cuál es su nacionalidad?

|                |  |
|----------------|--|
| Ecuatoriana(o) |  |
| Extranjera(o)  |  |

5. ¿Con que frecuencia se hospeda en hoteles de tres estrellas en Salinas?

|   |  |
|---|--|
| Primera vez                               |  |
| Frecuentemente (más de tres veces al año) |  |
| Ocasionalmente (1-2 veces al año)         |  |

**Percepción de la calidad del servicio (basado en el modelo SERVQUAL)**

6. ¿Cómo calificaría la calidad de las instalaciones del hotel (limpieza, modernidad, etc.)?

|           |  |
|-----------|--|
| Excelente |  |
| Buena     |  |
| Regular   |  |
| Mala      |  |

7. ¿El personal del hotel tiene una apariencia profesional y adecuada?

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Totalmente de acuerdo    |  |
| De acuerdo               |  |
| Neutral                  |  |
| En desacuerdo            |  |
| Totalmente en desacuerdo |  |

**Dimensión: fiabilidad.**

8. ¿El hotel cumple con los servicios prometidos en su publicidad?

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Totalmente de acuerdo    |  |
| De acuerdo               |  |
| Neutral                  |  |
| En desacuerdo            |  |
| Totalmente en desacuerdo |  |

9. ¿Sus reservas y solicitudes fueron gestionadas correctamente?

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Totalmente de acuerdo    |  |
| De acuerdo               |  |
| Neutral                  |  |
| En desacuerdo            |  |
| Totalmente en desacuerdo |  |

**Dimensión: capacidad de respuesta.**

10. ¿El personal del hotel fue rápido para atender sus solicitudes?

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Totalmente de acuerdo    |  |
| De acuerdo               |  |
| Neutral                  |  |
| En desacuerdo            |  |
| Totalmente en desacuerdo |  |

**Dimensión: seguridad.**

11. ¿El personal le transmitió confianza y seguridad durante su estadía?

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Totalmente de acuerdo    |  |
| De acuerdo               |  |
| Neutral                  |  |
| En desacuerdo            |  |
| Totalmente en desacuerdo |  |

**Dimensión: empatía.**

12. ¿El personal del hotel fue atento y se mostró interesado en sus necesidades?

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Totalmente de acuerdo    |  |
| De acuerdo               |  |
| Neutral                  |  |
| En desacuerdo            |  |
| Totalmente en desacuerdo |  |

**Satisfacción general.**

13. ¿Está satisfecho con su experiencia general en el hotel?

|                  |  |
|------------------|--|
| Muy satisfecho   |  |
| Satisfecho       |  |
| Neutral          |  |
| Insatisfecho     |  |
| Muy insatisfecho |  |

14. ¿Recomendaría este hotel a otros viajeros?

|    |  |
|----|--|
| Si |  |
| No |  |

## 2. Entrevista dirigida al personal administrativo

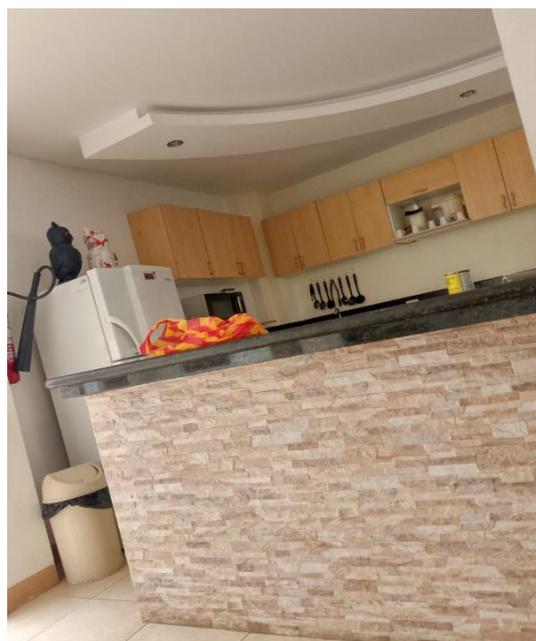
|  |   |   |
|--|---|---|
| Entrevista   | Fecha: / /  |  |
| Objetivo   | Obtener información sobre la gestión de calidad y satisfacción del cliente desde la perspectiva del personal administrativo de los hoteles de tres estrellas. |   |
| Nombre del Entrevistado:   |   |   |
| Cargo del Entrevistado   |   |   |
| Preguntas  |   |   |
| 1. ¿Conoce usted que es la calidad de servicio dentro de un hotel?   |   |   |
|  |   |   |
| 2. ¿El hotel cumple con todos los requisitos establecidos por el Ministerio de Turismo para su clasificación como hotel de tres estrellas? |   |   |
|  |   |   |
| 3. ¿Cuáles son las áreas en las que el hotel ha tenido más dificultad para cumplir con los requisitos de categorización?                   |   |   |
|  |   |   |
| 4. ¿Cuál es el perfil de los clientes que frecuentan este hotel (nacionalidad, motivo de viaje u otros)?                                   |   |   |
|  |   |   |
| 5. ¿Ha notado algún cambio en el perfil de los clientes en los últimos años?   |   |   |
|  |   |   |
| 6. ¿Cómo mide el hotel la satisfacción de los clientes con respecto a los servicios brindados?   |   |   |
|  |   |   |
| 7. ¿Cuáles son las quejas más comunes que reciben de los clientes?   |   |   |
|  |   |   |

|  |
|--|
| 8. ¿Qué medidas ha tomado el hotel para mejorar la satisfacción de los clientes?                                 |
|  |
| 9. ¿Qué procedimientos y estándares considera esencial para garantizar la calidad en un hotel de tres estrellas? |
|  |
| 10. ¿Qué medidas adicionales podrían implementarse para mejorar la experiencia de los clientes?                  |
|  |

### 3. fotografías del trabajo de campo



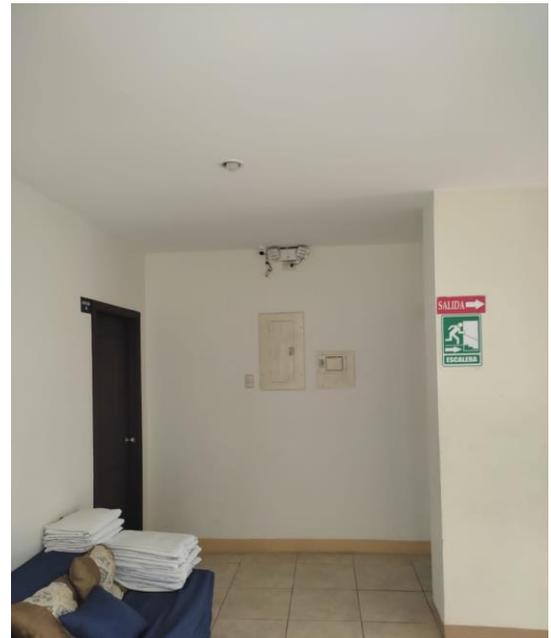
**Anexo 3:** Observación de los establecimientos.



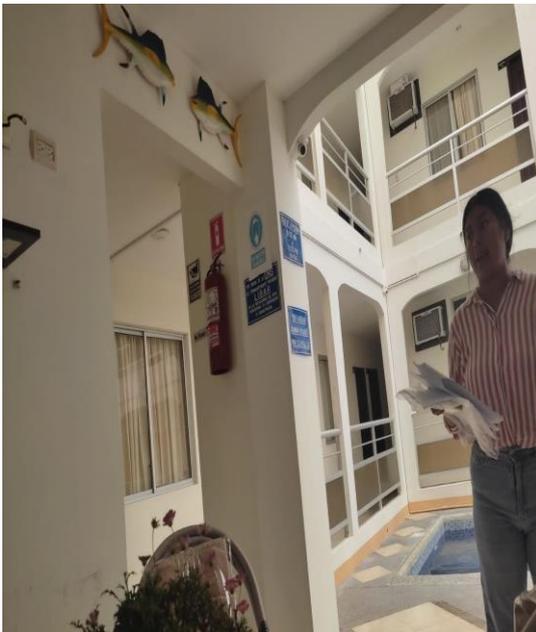
**Anexo 4:** Observación de los servicios que ofrecen los hoteles.



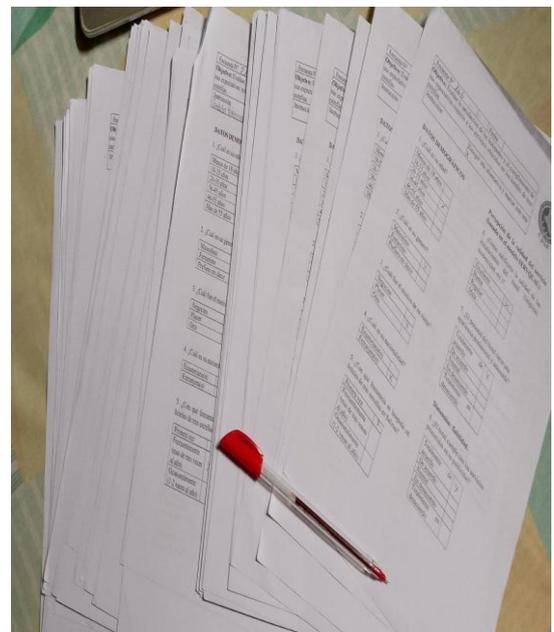
**Anexo 5:** Entrevista realizada al personal administrativo.



**Anexo 6:** Observación de los requisitos para la categorización.



**Anexo 7:** Observación de los requisitos para la categorización.



**Anexo 8:** Tabulación de datos obtenidos.



**Anexo 9:** Encuestas aplicadas a los huéspedes



**Anexo 10:** Encuestas aplicadas a los huéspedes



**Anexo 11:** Encuestas aplicadas a los huéspedes

| REQUISITOS GENERALES   | CUMPLE | NO CUMPLE |
|--|--------|-----------|
| Contar con sistema de iluminación de emergencia  | X      |           |
| Contar con zonas de Punto de encuentro   | X      |           |
| Evacuación Salidas de emergencia   | X      |           |
| identificadas y Extintores y mangueras señalizadas, según las disposiciones de la Autoridad competente   | X      |           |
| Contar en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente                                   |        | X         |
| Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes        | X      |           |
| Contar, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento |        | X         |
| En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento <b>(REQUISITO NO OBLIGATORIO)</b> | X      |           |
| Contar con contenedores de desechos, éstos deben estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos                     | X      |           |

**Anexo 12:** Categorización del hotel Blue Marlín

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| Contar con áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas, en caso de existir |   | X |   |
| Contar con áreas con facilidades para personas con discapacidad debidamente identificadas             |   |   | X |
| Contar con letreros que promuevan el uso eficiente del agua   | Cuartos de baño y aseo de habitaciones                        | X |   |
|   | Cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes | X |   |
|   | Cuartos de baño y aseo en áreas del personal                  | X |   |
| Contar con letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica                               | Habitaciones  | X |   |
|   | Áreas de uso común de los huéspedes                           | X |   |
|   | Áreas del personal  | X |   |
| Contar con el número de piso debidamente identificado y señalizado                                    |   |   | X |
| Contar con las habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas                          | X   |   |   |

**Anexo 13: Categorización del hotel Blue Marlín**

|  |   |   |
|--|---|---|
| Contar con áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas | X |   |
| Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción                                   | X |   |
| Contar con personal uniformado (con distintivo o atuendo)  |   | X |
| Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad          |   | X |

**Anexo 14: Categorización del hotel Blue Marlín**

|  |   |   |
|--|---|---|
| Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped   |   |   |
| Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo   |   | X |
| Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911  |   | X |
| Contar con cámara de seguridad en al menos un área común. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo   | X |   |
| Contar con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata. En caso de lugares donde no exista cobertura, se preverá otro tipo de auxilio y/o apoyo inmediato |   | X |
| Contar con filtros de arena para aguas grises, en el caso de que el nuevo establecimiento esté ubicado en la franja Marino Costera <b>(REQUISITO NO OBLIGATORIO)</b>   |   | X |
| Contar con trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos <b>(REQUISITO NO OBLIGATORIO)</b>   |   | X |

**Anexo 15: Categorización del hotel Blue Marlín**

|   |  |                  |
|---|--|------------------|
| Contar con 110 V  | X  |                  |
| instalaciones eléctricas 220 V debidamente señalizado   | X  |                  |
| <b>INFRAESTRUCTURA</b>  | <b>CUMPLE</b>  | <b>NO CUMPLE</b> |
| Contar con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deben contar con personal entrenado que permita dar el servicio. Los nuevos establecimientos se sujetarán a la normativa de accesibilidad universal vigente |  | X                |
| Contar con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento  | X  |                  |
| Contar con ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores  | Cuartos de Baño                                      | X                |
|   | Cuartos de Aseo                                      | X                |
|   | Bodegas  | X                |
|   | Área de preparación de alimentos (en caso de contar) | X                |
| Contar con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento   |  | X                |

**Anexo 16: Categorización del hotel Blue Marlín**

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| Contar con materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos | Cuartos de Baño                                      | X |  |
|   | Cuartos de Aseo                                      | X |  |
|   | Bodegas  | X |  |
|   | Área de preparación de alimentos (en caso de contar) | X |  |
|   | Áreas con uso de vapor/agua (en caso de contar)      | X |  |
| Contar con elementos antideslizantes  | Pisos de cuartos de baño y aseo                      | X |  |

**Anexo 17:** Categorización del hotel Blue Marlín

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
|  | Accesos  |   | X |
|  | Escaleras  | X |   |
|  | Áreas con uso de vapor/agua (en caso de contar)      | X |   |
|  | Área de preparación de alimentos (en caso de contar) | X |   |
| Contar con áreas para uso común y/o múltiple para los huéspedes  |  | X |   |
| En caso de contar con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco <b>(REQUISITO NO OBLIGATORIO)</b> |  |   | X |
| Contar con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos  |  | X |   |
| Contar con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros)  |  | X |   |

**Anexo 18:** Categorización del hotel Blue Marlín

|  |               |                  |
|--|---------------|------------------|
| Contar con bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros                                  | X             |                  |
| Contar con bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento, separadas y sin contacto directo con materiales inflamables o alimentos | X             |                  |
| <b>SERVICIOS</b>   | <b>CUMPLE</b> | <b>NO CUMPLE</b> |
| Contar con servicio de agua las veinticuatro horas   | X             |                  |
| Contar con servicio de custodia de equipaje  | X             |                  |
| Contar con servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio <b>(REQUISITO NO OBLIGATORIO)</b>  | X             |                  |
| Contar con botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento   |               | X                |
| Contar con servicio de recepción, conserjería o guardiana las 24 horas   |               | X                |

**Anexo 19:** Categorización del hotel Blue Marlín

|  |               |                  |
|--|---------------|------------------|
| Contar con servicio diario de limpieza   | X             |                  |
| Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente |               | X                |
| <b>CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES, QUE CUENTEN CON EXCELENTES CONDICIONES DE LIMPIEZA</b>   | <b>CUMPLE</b> | <b>NO CUMPLE</b> |
| Contar con cuartos de baño y aseo en áreas comunes debidamente identificados y señalizados por género.   | X             |                  |
| Contar con cuartos de baño y aseo dimensionados de acuerdo a la capacidad del servicio a prestar   | X             |                  |
| Contar con cuartos Inodoro con asiento y tapa  | X             |                  |

**Anexo 20:** Categorización del hotel Blue Marlín

|                |  |   |   |
|----------------|--|---|---|
| de baño y aseo | Lavamanos  | X |   |
| equipados con: |  |   |   |
|                | Espejo sobre el lavamanos  |   | X |
|                | Tomacorriente  | X |   |
|                | Basurero con funda y tapa  | X |   |
|                | Dispensador de jabón de pared o desechable   | X |   |
|                | Jabón Líquido  | X |   |
|                | Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables                 |   | X |
|                | Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo | X |   |
|                | Papel higiénico  | X |   |

**Anexo 21:** Categorización del hotel Blue Marlín

|  |   |               |                  |
|--|---|---------------|------------------|
|  | Dispensador de desinfectante de manos dentro o fuera del servicio higiénico     |               | X                |
|  | Gel desinfectante de manos  | X             |                  |
|  | Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso | X             |                  |
|  | Cartilla de control de limpieza   |               | X                |
| <b>HABITACIONES</b>  |   | <b>CUMPLE</b> | <b>NO CUMPLE</b> |
| Contar con un mínimo de 5 habitaciones   |   | X             |                  |
| Contar con iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso   |   | X             |                  |
| Contar con camas de acuerdo a las dimensiones determinadas en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza |   | X             |                  |

**Anexo 22:** Categorización del hotel Blue Marlín

|  |                                   |   |  |
|--|-----------------------------------|---|--|
| Las habitaciones deben contar con el siguiente equipamiento: | Colchón                           | X |  |
|  | Protector de Colchón              | X |  |
|  | Sábanas                           | X |  |
|  | Cobijas(S)                        | X |  |
| Cubrecama  |                                   |   |  |
|  | Edredón o plumón <del>duvet</del> | X |  |
|  | Almohada(s) por plaza             | X |  |
|  | Protectores de Almohada           | X |  |

**Anexo 23:** Categorización del hotel Blue Marlín

|   |  |   |
|---|--|---|
| Al menos un velador o mesa de noche   |  | X |
| Basurero  | X  |   |
| Contar con cobija extra a petición del huésped  | X  |   |
| Contar con al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes  | X  |   |
| Contar con teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico ( <b>REQUISITO NO OBLIGATORIO</b> ) |  | X |
| Contar con informativo del establecimiento que incluya:   | Políticas del establecimiento  | X |
|   | Datos sobre servicios generales y adicionales                        | X |
|   | Horarios de prestación de servicios                                  | X |
|   | Horario de ingreso ( <b>Check In</b> ) y salida ( <b>Check Out</b> ) | X |
|   | teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación          |   |
| Contar con agua para consumo en la habitación   | X  |   |

**Anexo 24:** Categorización del hotel Blue Marlín

| CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO Y/O COMPARTIDO (PARA LOS CASOS QUE APLIQUE), QUE CUENTEN CON EXCELENTES CONDICIONES DE LIMPIEZA  | CUMPLE | NO CUMPLE |
|--|--------|-----------|
| Vaso en cuarto de baño y aseo en habitación privada.   |        | X         |
| Contar con cuartos de baño y aseo privados y/o iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso | X      |           |

**Anexo 25:** Categorización del hotel Blue Marlín

|                            |  |   |   |
|----------------------------|--|---|---|
| compartidos equipados con: | Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño | X |   |
|                            | Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos   |   | X |
|                            | Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso  | X |   |
|                            | Tomacorriente (excepción para establecimientos según sus políticas)            | X |   |
|                            | Inodoro con asiento y tapa   | X |   |
|                            | Basurero con tapa  | X |   |
|                            | Toallero y/o gancho  |   | X |
|                            | Jabón en lavamanos   | X |   |

**Anexo 26:** Categorización del hotel Blue Marlín

|  |   |   |
|--|---|---|
| Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables (aplica para el caso de cuartos de baño y aseo compartidos) |   | X |
| Porta papel dentro del área de cuarto de baño y aseo privado   | X |   |
| Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo compartido                                  | X |   |

**Anexo 27:** Categorización del hotel Blue Marlín

|  |                        |               |                  |
|--|------------------------|---------------|------------------|
|  | Papel higiénico        | X             |                  |
| <b>INSTALACIONES GENERALES</b>   |                        | <b>CUMPLE</b> | <b>NO CUMPLE</b> |
| Contar con el 10% de estacionamientos 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. |                        | X             |                  |
| Contar con generador de emergencia, para servicios comunales básicos: ascensores, salidas de emergencia, pasillos, áreas comunes.  |                        |               | X                |
| Contar con agua caliente centralizada en lavabos de cuartos de baño y aseo en áreas comunes  |                        | X             |                  |
| El establecimiento debe ofrecer al menos 2 de los siguientes servicios/ubicación   | Piscina                | X             |                  |
|  | Hidromasaje            |               | X                |
|  | Baño Turco             |               | X                |
|  | Sauna                  |               | X                |
|  | Gimnasio               |               | X                |
|  | SPA                    |               | X                |
|  | Servicio de peluquería |               | X                |

**Anexo 28:** Categorización del hotel Blue Marlín

|   |   |   |
|---|---|---|
| Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc; se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales |   | X |
|   | Áreas deportivas                                      | X |
|   | Exposición de colección de arte permanente o temporal | X |
|   | Salones para eventos                                  | X |

**Anexo 29:** Categorización del hotel Blue Marlín

|  |               |                  |
|--|---------------|------------------|
| Establecimiento ubicado en un edificio patrimonial que cuente con la respectiva declaratoria por parte de la autoridad competente  | X             |                  |
| Tienda virtual para venta de productos ecuatorianos por catálogo.  |               | X                |
| Contar con acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural  |               | X                |
| Contar con las siguientes áreas de uso exclusivo para el personal: Cuartos de baño y aseo Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)                    | X             | X                |
| Área de comedor  | X             |                  |
| <b>ACCESOS</b>   | <b>CUMPLE</b> | <b>NO CUMPLE</b> |
| Contar con una entrada principal de clientes al área de recepción y otra de servicio. Para establecimientos existentes aplica una entrada común de clientes y servicios. |               | X                |

**Anexo 30:** Categorización del hotel Blue Marlín

| ASCENSORES  | CUMPLE | NO CUMPLE |
|---|--------|-----------|
| Si el establecimiento posee tres o más pisos, incluyendo planta baja, contar con ascensor(es) para uso de huéspedes. No aplica a establecimientos existentes, ni edificios patrimoniales. |        | X         |
| Áreas de clientes – General   | CUMPLE | NO CUMPLE |
| Contar con área de vestíbulo. Incluye recepción (con mobiliario), conserjería y salas   |        | X         |
| Contar con restaurante y/o cafetería dentro de las instalaciones del establecimiento. El servicio deberá estar ofrecido mediante carta en español e inglés.                               |        | X         |

**Anexo 31:** Categorización del hotel Blue Marlín

| Contar con servicio de bar dentro del establecimiento  |        | X         |
|--|--------|-----------|
| Áreas de clientes – Habitaciones   | CUMPLE | NO CUMPLE |
| Contar con el 2% de habitaciones para personas con discapacidad, del total de habitaciones con las que cuenta el establecimiento. Según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento | X      |           |
| Contar con habitaciones con cuarto de baño y aseo privado  | X      |           |
| Contar con acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural   |        | X         |
| Contar con habitaciones insonorizadas, para los nuevos establecimientos ( <b>REQUISITO NO OBLIGATORIO</b> )  |        | X         |
| Contar con casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción  | X      |           |
| Contar con cerradura para puerta de acceso a la habitación   | X      |           |
| Contar con almohada extra a petición del huésped   | X      |           |
| Contar con portamaletas  |        | X         |

**Anexo 32:** Categorización del hotel Blue Marlín

|   |   |   |
|---|---|---|
| Contar con clóset y/o armario   |   | X |
| Contar con silla, sillón o sofá   |   | X |
| Contar con funda de lavandería  | X |   |
| Contar con luz de velador o cabecera por plaza  |   | X |
| Las habitaciones del establecimiento deben contar con cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana. | X |   |

**Anexo 33:** Categorización del hotel Blue Marlín

|  |        |           |
|--|--------|-----------|
| Contar con televisión ubicada en mueble o soporte con acceso a canales nacionales.                         |        | X         |
| Contar con teléfono en la habitación   |        | X         |
| Contar con servicio telefónico con discado directo (interno, nacional e internacional) en cada habitación  |        | X         |
| <b>Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado</b>   | CUMPLE | NO CUMPLE |
| Contar con agua caliente centralizada, disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado, las 24 horas | X      |           |
| Contar con iluminación independiente sobre el lavamanos  |        | X         |
| Contar con espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos   |        | X         |
| Contar con secador de cabello a solicitud del huésped  |        | X         |
| Ofrecer toalla de cuerpo y de manos por huésped  | X      |           |
| Contar con toalla de piso para salida de tina y/o ducha  |        | X         |
| Contar con los siguientes <b>amenities</b> de limpieza:  |        |           |
| Champú   | X      |           |
| Jabón  | X      |           |
| Papel higiénico de repuesto  | X      |           |

**Anexo 34:** Categorización del hotel Blue Marlín

| SERVICIOS  | CUMPLE | NO CUMPLE |
|--|--------|-----------|
| Contar con servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación                  |        | X         |
| Contar con servicio de lavandería propio o contratado                                      | X      |           |
| Contar con servicio de planchado propio o contratado y/o plancha a disposición del huésped | X      |           |
| Contar con servicio de alimentos y bebidas a la habitación, 12 horas.                      |        | X         |

**Anexo 35:** Categorización del hotel Blue Marlín

|  |   |  |
|--|---|--|
| Al menos el 10% del personal del establecimiento cuenta con certificación en competencias laborales o son profesionales, y se encuentran en las áreas operativas y administrativas del establecimiento. Para el cumplimiento del 10%, el establecimiento deberá contar con personal profesional o con certificación en competencias laborales de forma progresiva, de acuerdo a lo siguiente: Primer año: 5% del personal profesional o certificado en competencias laborales. Segundo año: 5% del personal profesional o certificado en competencias laborales. | X |  |
| Al menos el 10% del personal del establecimiento habla al menos un idioma extranjero, y se encuentran en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped. Para el cumplimiento del 10%, el establecimiento deberá contar con personal que hable al menos un idioma extranjero de forma progresiva, de acuerdo a lo siguiente: Primer año: 5% de personal que hable al menos un idioma extranjero, Segundo año: 5% de personal que hable al menos un idioma extranjero.  | X |  |

**Anexo 36:** Categorización del hotel Blue Marlín

|  |   |  |
|--|---|--|
| Contar con formas de pago que incluya tarjeta de crédito y/o débito, voucher | X |  |
| Contar con cama extra a petición del huésped                                 | X |  |
| Fuente: Alarcón, (2017)  |   |  |

**Anexo 37:** Categorización del hotel Blue Marlín

| REQUISITOS LEGALES   |        |           |
|--|--------|-----------|
| REQUISITOS GENERALES   | CUMPLE | NO CUMPLE |
| Contar con sistema de iluminación de emergencia  | X      |           |
| Contar con zonas de Punto de encuentro   | X      |           |
| Evacuación Salidas de emergencia   | X      |           |
| identificadas y Extintores y mangueras señalizadas, según las disposiciones de la Autoridad competente   | X      |           |
| Contar en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente                                     | X      |           |
| Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes          | X      |           |
| Contar, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento   | X      |           |
| En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento ( <b>REQUISITO NO OBLIGATORIO</b> ) | X      |           |
| Contar con contenedores de desechos, éstos deben estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos                       | X      |           |

**Anexo 38:** Categorización del hotel Marvento II

|  |   |   |
|--|---|---|
| Contar con áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas, en caso de existir          | X   |   |
| Contar con áreas con facilidades para personas con discapacidad debidamente identificadas                      | X   |   |
| Contar con letreros que promuevan el uso eficiente del agua  | Cuartos de baño y aseo de habitaciones                        | X |
|  | Cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes | X |
|  | Cuartos de baño y aseo en áreas del personal                  | X |
| Contar con letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica  | Habitaciones  | X |
|  | Áreas de uso común de los huéspedes                           | X |
|  | Áreas del personal  | X |
| Contar con el número de piso debidamente identificado y señalizado   | X   |   |
| Contar con las habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas                                   | X   |   |
| Contar con áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas |   | X |

**Anexo 39:** Categorización del hotel Marvento II

|  |   |  |
|--|---|--|
| Exhibir los horarios de ingreso ( <u>check in</u> ) y salida ( <u>check out</u> ) en recepción   | X |  |
| Contar con personal uniformado (con distintivo o atuendo)  | X |  |
| Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped | X |  |

**Anexo 40:** Categorización del hotel Marvento II

|  |   |   |
|--|---|---|
| Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo   |   | X |
| Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911  | X |   |
| Contar con cámara de seguridad en al menos un área común. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo   | X |   |
| Contar con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata. En caso de lugares donde no exista cobertura, se preverá otro tipo de auxilio y/o apoyo inmediato |   | X |
| Contar con filtros de arena para aguas grises, en el caso de que el nuevo establecimiento esté ubicado en la franja Marino Costera <b>(REQUISITO NO OBLIGATORIO)</b>   |   | X |
| Contar con trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos <b>(REQUISITO NO OBLIGATORIO)</b>   |   | X |
| Contar con 110 V   | X |   |
| instalaciones eléctricas 220 V debidamente señalizado  | X |   |

**Anexo 41: Categorización del hotel Marvento II**

| INFRAESTRUCTURA   | CUMPLE | NO CUMPLE |
|---|--------|-----------|
| Contar con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deben contar con personal entrenado que permita dar el servicio. Los nuevos establecimientos se sujetarán a la normativa de accesibilidad universal vigente |        | X         |

**Anexo 42: Categorización del hotel Marvento II**

|   |  |   |
|---|--|---|
| Contar con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento  |  | X |
| Contar con ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores                        | Cuartos de Baño                                      | X |
|   | Cuartos de Aseo                                      | X |
|   | Bodegas  | X |
|   | Área de preparación de alimentos (en caso de contar) | X |
| Contar con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento |  | X |
| Contar con materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos                         | Cuartos de Baño                                      | X |
|   | Cuartos de Aseo                                      | X |
|   | Bodegas  | X |
|   | Área de preparación de alimentos (en caso de contar) | X |
|   | Áreas con uso de vapor/agua (en caso de contar)      | X |

**Anexo 43: Categorización del hotel Marvento II**

|                                      |   |   |
|--------------------------------------|---|---|
| Contar con elementos antideslizantes | Pisos de cuartos de baño y aseo                 | X |
|                                      | Accesos   | X |
|                                      | Escaleras                                       | X |
|                                      | Áreas con uso de vapor/agua (en caso de contar) | X |

**Anexo 44: Categorización del hotel Marvento II**

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
|  | Área de preparación de alimentos (en caso de contar)   |   | X |
|  | Contar con áreas para uso común y/o múltiple para los huéspedes  | X |   |
|  | En caso de contar con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco <b>(REQUISITO NO OBLIGATORIO)</b> |   | X |
|  | Contar con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos  | X |   |
|  | Contar con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros)  | X |   |
|  | Contar con bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros                                    | X |   |
|  | Contar con bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento, separadas y sin contacto directo con materiales inflamables o alimentos   | X |   |

**Anexo 45:** Categorización del hotel Marvento II

| SERVICIOS   | CUMPLE | NO CUMPLE |
|---|--------|-----------|
| Contar con servicio de agua las veinticuatro horas  | X      |           |
| Contar con servicio de custodia de equipaje   | X      |           |
| Contar con servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio <b>(REQUISITO NO OBLIGATORIO)</b> | X      |           |
| Contar con botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento  | X      |           |

**Anexo 46:** Categorización del hotel Marvento II

|                |  |        |           |
|----------------|--|--------|-----------|
|                | Contar con servicio de recepción, conserjería o guardiana las 24 horas   |        | X         |
|                | Contar con servicio diario de limpieza   | X      |           |
|                | Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente |        | X         |
|                | <b>CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES, QUE CUENTEN CON EXCELENTES CONDICIONES DE LIMPIEZA</b>   | CUMPLE | NO CUMPLE |
|                | Contar con cuartos de baño y aseo en áreas comunes debidamente identificados y señalizados por género.   | X      |           |
|                | Contar con cuartos de baño y aseo dimensionados de acuerdo a la capacidad del servicio a prestar   | X      |           |
|                | Contar con cuartos inodoro con asiento y tapa de baño y aseo Lavamanos   | X      |           |
| equipados con: | Espejo sobre el lavamanos  | X      |           |
|                | Tomacorriente  | X      |           |
|                | Basurero con funda y tapa  |        | X         |
|                | Dispensador de jabón de pared o desechable   | X      |           |
|                | Jabón Líquido  | X      |           |

**Anexo 47:** Categorización del hotel Marvento II

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
|  | Jabón Líquido  | X |   |
|  | Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables                 |   | X |
|  | Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo | X |   |
|  | Papel higiénico  | X |   |

**Anexo 48:** Categorización del hotel Marvento II

|  |   |               |                  |
|--|---|---------------|------------------|
|  | Dispensador de desinfectante de manos dentro o fuera del servicio higiénico     |               | X                |
|  | Gel desinfectante de manos  | X             |                  |
|  | Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso | X             |                  |
|  | Cartilla de control de limpieza   |               | X                |
| <b>HABITACIONES</b>  |   | <b>CUMPLE</b> | <b>NO CUMPLE</b> |
| Contar con un mínimo de 5 habitaciones   |   | X             |                  |
| Contar con iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso   |   | X             |                  |
| Contar con camas de acuerdo a las dimensiones determinadas en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza |   | X             |                  |
| Las habitaciones deben Colchón   |   | X             |                  |
| contar con el siguiente Protector de Colchón   |   | X             |                  |
| equipamiento: Sábanas  |   | X             |                  |
| Cobijas(S)   |   | X             |                  |

**Anexo 49:** Categorización del hotel Marvento II

|  |   |   |
|--|---|---|
| Cubrecama  |   | X |
| Edredón o plumón <del>duvet</del>                            | X |   |
| Almohada(s) por plaza  | X |   |
| Protectores de Almohada                                      |   | X |
| Al menos un velador o mesa de noche                          |   | X |
| Basurero   | X |   |
| Contar con cobija extra a petición del huésped               | X |   |
| Contar con al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes | X |   |

**Anexo 50:** Categorización del hotel Marvento II

|   |   |   |
|---|---|---|
| Vaso en cuarto de baño y aseo en habitación privada.                      |   | X |
| Contar con cuartos de baño y aseo privados y/o compartidos equipados con: | Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso | X |
|   | Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño  | X |

**Anexo 51:** Categorización del hotel Marvento II

|  |   |   |
|--|---|---|
| Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos   |   | X |
| Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso  | X |   |
| Tomacorriente (excepción para establecimientos según sus políticas)  | X |   |
| Inodoro con asiento y tapa   | X |   |
| Basurero con tapa  | X |   |
| Toallero y/o gancho  |   | X |
| Jabón en lavamanos   | X |   |
| Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables (aplica para el caso de cuartos de baño y aseo compartidos) |   | X |
| Porta papel dentro del área de cuarto de baño y aseo   | X |   |

**Anexo 52:** Categorización del hotel Marvento II

|  | Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo compartido | X      |           |
|--|---|--------|-----------|
|  | Papel higiénico   | X      |           |
| INSTALACIONES GENERALES  |   | CUMPLE | NO CUMPLE |
| Contar con el 10% de estacionamientos 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. |   | X      |           |
| Contar con generador de emergencia, para servicios comunales básicos: ascensores, salidas de emergencia, pasillos, áreas comunes.  |   |        | X         |

**Anexo 53:** Categorización del hotel Marvento II

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| Contar con agua caliente centralizada en lavabos de cuartos de baño y aseo en áreas comunes |   | X |   |
| El establecimiento debe ofrecer al menos 2 de los siguientes servicios/ubicación:           | Piscina   | X |   |
|   | Hidromasaje   |   | X |
|   | Baño Turco  |   | X |
|   | Sauna   |   | X |
|   | Gimnasio  |   | X |
|   | SPA   |   | X |
|   | Servicio de peluquería  |   | X |
|   | Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc; se considerará como un solo servicio a uno o más locales |   |   |

**Anexo 54:** Categorización del hotel Marvento II

|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
|  | Áreas deportivas  |   | X |
|  | Exposición de colección de arte permanente o temporal   |   | X |
|  | Salones para eventos  |   | X |
|  | Establecimiento ubicado en un edificio patrimonial que cuente con la respectiva declaratoria por parte de la autoridad competente | X |   |
|  | Tienda virtual para venta de productos ecuatorianos por catálogo.   |   | X |

**Anexo 55:** Categorización del hotel Marvento II

| Contar con acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural   |   |        | X         |
|---|---|--------|-----------|
| Contar con las siguientes áreas de uso exclusivo para el personal:  | Cuartos de baño y aseo                                      | X      |           |
|   | Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros) |        | X         |
| Área de comedor   |   | X      |           |
| ACCESOS   |   | CUMPLE | NO CUMPLE |
| Contar con una entrada principal de clientes al área de recepción y otra de servicio. Para establecimientos existentes aplica una entrada común de clientes y servicios.                  |   |        | X         |
| ASCENSORES  |   | CUMPLE | NO CUMPLE |
| Si el establecimiento posee tres o más pisos, incluyendo planta baja, contar con ascensor(es) para uso de huéspedes. No aplica a establecimientos existentes, ni edificios patrimoniales. |   |        | X         |

**Anexo 56:** Categorización del hotel Marvento II

| Áreas de clientes – General  | CUMPLE | NO CUMPLE |
|--|--------|-----------|
| Contar con área de vestíbulo. Incluye recepción (con mobiliario), conserjería y salas  | X      |           |
| Contar con restaurante y/o cafetería dentro de las instalaciones del establecimiento. El servicio deberá estar ofrecido mediante carta en español e inglés.  | X      |           |
| Contar con servicio de bar dentro del establecimiento  |        | X         |
| Áreas de clientes – Habitaciones   | CUMPLE | NO CUMPLE |
| Contar con el 2% de habitaciones para personas con discapacidad, del total de habitaciones con las que cuenta el establecimiento. Según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento | X      |           |

**Anexo 57:** Categorización del hotel Marvento II

|  |   |   |
|--|---|---|
| Contar con habitaciones con cuarto de baño y aseo privado  | X |   |
| Contar con acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural |   | X |
| Contar con habitaciones insonorizadas, para los nuevos establecimientos <b>(REQUISITO NO OBLIGATORIO)</b>  |   | X |
| Contar con casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción  | X |   |
| Contar con cerradura para puerta de acceso a la habitación   | X |   |
| Contar con almohada extra a petición del huésped   | X |   |
| Contar con portamaletas  |   | X |
| Contar con clóset y/o armario  |   | X |
| Contar con silla, sillón o sofá  |   | X |
| Contar con funda de lavandería   | X |   |

**Anexo 58:** Categorización del hotel Marvento II

|   |   |   |
|---|---|---|
| Contar con luz de velador o cabecera por plaza  |   | X |
| Las habitaciones del establecimiento deben contar con cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana. | X |   |
| Contar con televisión ubicada en mueble o soporte con acceso a canales nacionales.  |   | X |
| Contar con teléfono en la habitación  |   | X |
| Contar con servicio telefónico con discado directo (interno, nacional e internacional) en cada habitación                             |   | X |

**Anexo 59:** Categorización del hotel Marvento II

| Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado  | CUMPLE | NO CUMPLE |
|--|--------|-----------|
| Contar con agua caliente centralizada, disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado, las 24 horas | X      |           |
| Contar con iluminación independiente sobre el lavamanos  | X      |           |
| Contar con espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos   |        | X         |
| Contar con secador de cabello a solicitud del huésped  |        | X         |
| Ofrecer toalla de cuerpo y de manos por huésped  | X      |           |
| Contar con toalla de piso para salida de tina y/o ducha  | X      |           |
| Contar con los siguientes <b>amenities</b> de limpieza:  | X      |           |
| Champú   | X      |           |
| Jabón  | X      |           |
| Papel higiénico de repuesto  | X      |           |
| SERVICIOS  | CUMPLE | NO CUMPLE |
| Contar con servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación                                  |        | X         |

**Anexo 60:** Categorización del hotel Marvento II

|   |   |   |
|---|---|---|
| Contar con servicio de lavandería propio o contratado   | X |   |
| Contar con servicio de planchado propio o contratado y/o plancha a disposición del huésped  | X |   |
| Contar con servicio de alimentos y bebidas a la habitación, 12 horas.   |   | X |
| Al menos el 10% del personal del establecimiento cuenta con certificación en competencias laborales o son profesionales, y se encuentran en las áreas operativas y administrativas del establecimiento. Para  | X |   |
| el cumplimiento del 10%, el establecimiento deberá contar con personal profesional o con certificación en competencias laborales de forma progresiva, de acuerdo a lo siguiente: Primer año: 5% del personal profesional o certificado en competencias laborales, Segundo año: 5% del personal profesional o certificado en competencias laborales. |   |   |

**Anexo 61:** Categorización del hotel  
Marvento II

|   |  |   |
|---|--|---|
| Al menos el 10% del personal del establecimiento habla al menos un idioma extranjero, y se encuentran en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped. Para el cumplimiento del 10%, el establecimiento deberá contar con personal que hable al menos un idioma extranjero de forma progresiva, de acuerdo a lo siguiente: Primer año: 5% de personal que hable al menos un idioma extranjero, Segundo año: 5% de personal que hable al menos un idioma extranjero. |  | X |
| Contar con formas de pago que incluya tarjeta de crédito y/o débito, voucher  |  | X |
| Contar con cama extra a petición del huésped  |  | X |
| Fuente: Alarcón, (2017)   |  |   |

**Anexo 62:** Categorización del hotel  
Marvento II