



1859



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Turismo

Estudio de las percepciones de los turistas sobre los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos, cantón Loja

Trabajo de Integración Curricular
previo a la obtención del título de
Licenciada en Turismo

AUTORA:

Emily Andrea Cahuatijo Serrano

DIRECTOR:

Ing. Rubén Román Darío Aguirre Mg.Sc

Loja-Ecuador

2023

Loja, 15 de agosto de 2022

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, Mg. Sc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración de Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Estudio de las percepciones de los turistas sobre los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos, cantón Loja”**, de autoría de la estudiante **Emily Andrea Cahuatijo Serrano**, previa a la obtención del título de **Licenciada en Turismo**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, Mg. Sc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Emily Andrea Cahuatijo Serrano**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mí Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de Identidad: 1753021847

Fecha: 01 de marzo del 2023

Correo electrónico: emily.cahuatijo@unl.edu.ec

Celular: 0967276460

Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total y publicación electrónica de texto completo del Trabajo de Integración Curricular.

Yo **Emily Andrea Cahuatijo Serrano** declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado **“Estudio de las percepciones de los turistas sobre los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos, cantón Loja”** como requisito para optar por el título de **Licenciada en Turismo**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, al primer día del mes de marzo del dos mil veinte y tres.

Firma:

Autor: Emily Andrea Cahuatijo Serrano

Cédula: 1753021847

Dirección: Barrio el Dorado

Correo electrónico: emily.cahuatijo@unl.edu.ec

Celular: 0967276460

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Rubén Darío Román Aguirre, Mg. Sc.

Dedicatoria

Primero que nada, dedico el presente trabajo a DIOS, quien me dio las fuerzas para estudiar, quien siempre ha guiado mi cada día a día, mi Yahweh Rohí El Señor es mi Pastor que me ha protegido en el transcurso de la carrera y de mi vida, al creador de mi hermosa familia y de las personas que más amo con mi más sincero amor.

A mi madre, quien ha sido la persona que siempre ha velado y ha deseado lo mejor para mí, quien siempre me dio su apoyo incondicional, gracias mami por darme siempre los ánimos a seguir adelante y por sus consejos, a mis hermanas y hermanos, únicos y tan increíbles quienes siempre me han apoyado moralmente, más que eso siempre han sido Uds. mi familia la razón por la cual he aspirado a ser una profesional, visualizándome cada día que cumpliré mi objetivo de graduarme.

A mi pareja Carlos P, quien ha sabido estar conmigo en esta etapa de mi vida, en los buenos y malos momentos del día a día, brindándome siempre el apoyo incondicional para lograr alcanzar mi meta profesional. Quien nunca dudo de mí y sostuvo mi mano para seguir adelante, con un paso cada vez más cerca a cumplir una meta profesional en mi vida y siempre el estando a mi lado.

A mis hermanas Jakeline Q, Marlene Q, por ser mis segundas madres, quienes han velado siempre por mi bienestar, me han cuidado, me han dado uno de los mejores momentos de vida cuando he estado con Uds, quienes siempre han confiado en mí, a mis hermanas Liliana Q, Ancelma Q, Wilma Q, quienes han sido para mí un ejemplo a seguir, ser trabajadora y nunca rendirme.

A mis hermanos, Edgar Q y Oscar Q, por alentarme en todo momento a no decaer y ser perseverante con mis sueños y propósitos.

A mis sobrinos a cada uno de ellos que me han sacado una sonrisa de felicidad con sus locuras y es hermoso verlos crecer día a día, siendo uno de los mejores regalos que DIOS me ha dado, a la memoria de mi sobrino Ander Q, quien ya está gozando del Reino de DIOS, siendo el uno de mis motivos a estudiar por ser yo ante sus ojos un ejemplo a seguir.

A mis compañeros y amigos, quienes sin esperar nada a cambio compartieron grandes experiencias como alegrías y tristezas y a todas aquellas personas quienes durante estos 4 años de mi vida estuvieron a mi lado apoyándome a que este sueño se haga realidad.

Emily Andrea Cahuatijo Serrano

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, a la Carrera de Turismo, a las autoridades y al personal docente quienes me compartieron sus valiosos conocimientos, con dedicación, responsabilidad; con sus experiencias académicas me impartieron sus sabias enseñanzas, y brindaron su apoyo en todos los momentos de mi formación profesional.

De manera especial a mi director del Trabajo de Integración Curricular Ing. Rubén Darío Román Aguirre, tutor asignado para la realización de este proyecto, quien apoyó y oriento la presente investigación a través de sus conocimientos y paciencia. Su orientación, seguimiento y supervisión continua fue de gran apoyo en esta última etapa de mi carrera

Además, quiero agradecer a la Ing. Jhohana Larrea por haber sido un pilar fundamental en el transcurso de mi formación profesional.

Finalmente, expreso un agradecimiento infinito al GAD de Malacatos, por haberme dado la oportunidad de realizar el proyecto en la parroquia y a locales que ofrecen los servicios de alojamientos en esa localidad por su colaboración con la entrega de la información necesaria, su amabilidad hizo posible que esta investigación culmine con éxito y se convierta en un aporte para la parroquia.

Emily Andrea Cahuatijo Serrano

Índice de contenidos

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.	iv
Dedicatoria.	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos.....	vii
1. Título.....	1
2. Resumen	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico.....	7
4.1. Marco conceptual	7
4.1.1. <i>Turismo</i>	7
4.1.2. <i>Tipos de turismo</i>	8
4.1.2. Turismo Residencial.	8
4.1.2.2. Calidad en el Turismo.....	8
4.1.2.3. Calidad de los Servicios de Alojamiento.	9
4.2. Alojamiento.....	9
4.2.1. <i>Alojamiento turístico</i>	10
4.2.2. <i>Tipos de alojamiento</i>	10
4.3. Servicio.....	12
4.3.1. <i>Servicios turísticos</i>	13
4.3.1.1. Tipos de Servicios Turísticos	13
4.3.1.2. Servicio al Cliente.	14
4.3.1.3. Características del Servicio	14
4.3.1.4. Atención al Cliente.....	14
4.4. Percepción	14

4.4.1. Percepción en turismo	15
4.4.2. Percepciones en los servicios turísticos.....	16
4.4.3. Producto turístico.....	16
4.4.4. Modelo de Servpef.....	16
4.4.5. Qué es análisis FODA	17
4.4.6. Análisis del FODA cruzado.....	17
4.4.7. Estrategias.....	18
4.5. Marco referencial.....	18
4.5.1. Casos de estudio.....	18
4.5.1.1 Caso Brasil.	18
4.5.1.2. Caso departamento de Calingasta (San Juan - Argentina).	19
4.5.1.3.Caso Ecuador.....	20
4.5.1.4.Caso Malacatos.....	21
5. Metodología.....	23
5.1. Área de estudio.....	23
5.2. Enfoque de la investigación.....	24
5.2.1. Técnicas e instrumentos	24
5.2.2. Unidad de estudio	24
5.2.3. El muestreo y tamaño	24
5.3. Materiales	25
5.4. Métodos	25
5.4.1. Método bibliográfico	25
5.4.2. Método de observación directa	25
5.4.3. Método descriptivo	25
5.4.4. Método cualitativo	25
5.4.5. Método analítico.....	25
5.4.6. Método sintético.....	25
5.4.7. Método deductivo.....	25
5.4.8. Método de la Escala de Likert.....	26
5.4.9. Método de la matriz FODA.....	26
5.4.10. Método de la matriz FODA cruzada	26
5.4.11. Método de SEVRPEF.....	26
5.5. Metodología por objetivos	29

5.5.1. Metodología para el objetivo 1: Diagnosticar la situación actual de los servicios turísticos de alojamiento en la parroquia Malacatos	29
5.5.2. Información general de la parroquia Malacatos	29
5.5.3. Gobernanza	29
5.5.4. Metodología para el objetivo 2: Analizar las percepciones de los turistas acerca de los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos	31
5.5.5. Metodología para el objetivo 3: Desarrollar estrategias para fortalecer los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos	32
6. Resultados	33
6.1. Diagnóstico de la situación actual de los servicios turísticos de alojamiento en la parroquia Malacatos	33
6.1.1. <i>Situación actual de los establecimientos de alojamiento</i>	33
6.1.1.1. Análisis del apoyo hacia la actividad Turística en los Servicios de Alojamiento por parte de las Autoridades del GAD parroquial.....	35
6.1.2. <i>Análisis situacional de los establecimientos</i>	40
6.2. Análisis de las percepciones de los turistas acerca de los servicios de alojamiento de la parroquia Malacatos	45
6.2.1. <i>Encuestas de las expectativas y percepciones de los turistas acerca de los servicios de alojamiento</i>	45
6.2.2. <i>Expectativas y percepciones de los turistas sobre los impactos positivos y negativos que hacen uso de los servicios de alojamientos de la parroquia Malacatos</i>	48
6.2.3. <i>Expectativa y percepción de los servicios de alojamiento</i>	48
6.2.4. <i>Matriz FODA</i>	55
6.2.5. <i>Matriz FODA (cruzada)</i>	56
6.3. Desarrollo de estrategias para fortalecer los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos.....	59
6.3.1. <i>Matriz de capacitación</i>	59
6.3.2. <i>Presupuesto de la capacitación</i>	62
7. Discusión	64
8. Conclusiones	66
9. Recomendaciones	67
10. Bibliografía	68
11. Anexos	71

Índice de tablas

Tabla 1 Turistas proyectados con tasa de crecimiento del 10,05%	28
Tabla 2 Turistas proyectados con tasa de decrecimiento de -14,37%	28
Tabla 3 Variables y dimensiones	30
Tabla 4 Modelo Servperf con sus cinco dimensiones	31
Tabla 5 Dimensiones e indicadores de calidad.....	32
Tabla 6 Catastro del Mintur, establecimientos de alojamiento	33
Tabla 7 Catastro del Mintur, establecimientos de alojamiento	34
Tabla 8 Resultados de la pregunta 1 de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos.....	35
Tabla 9 Resultados de la pregunta 2 de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos.....	36
Tabla 10 Resultados de la pregunta 3 de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos.....	37
Tabla 11 Resultados de la pregunta 4 de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos.....	37
Tabla 12 Resultados de la pregunta 5 de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos.....	38
Tabla 13 Resultados de la pregunta 6 de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos.....	39
Tabla 14 Resultados de la pregunta 7 de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos.....	39
Tabla 15 Resultados de las entrevistas a los empleadores como a los empleados en los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos.....	41
Tabla 16 1. Nacionalidad.....	45
Tabla 17 2. Género	46
Tabla 18 3. Edad.....	46
Tabla 19 4. Ocupación	46
Tabla 20 5. Lugar de residencia	46
Tabla 21 6. Con qué frecuencia visita un servicio de alojamiento.....	47
Tabla 22 7. A través de qué medios obtiene información de los servicios que ofertan los servicios de alojamiento	47
Tabla 23 Expecatativas de los turistas hacia los servicios de alojamiento	48
Tabla 24 Expecatativas de los turistas hacia los servicios de alojamiento (escala de Likert)50	
Tabla 25 Percepción de los turistas hacia los servicios de alojamiento	51

Tabla 26 Percepción de los turistas hacia los servicios de alojamiento (escala de Likert) ...	53
Tabla 27 Expectativa vs percepción de los turistas hacia los servicios de alojamiento	54
Tabla 28 Aspectos a considerar para la propuesta.....	54
Tabla 29 Matriz FODA, análisis de los factores internos.....	55
Tabla 30 Matriz FODA, análisis de los factores externos.....	56
Tabla 31 Matriz de estrategias (FODA cruzado).....	57
Tabla 32 Matriz de capacitación para los servicios de alojamiento y autoridades.....	60
Tabla 33 Presupuesto de la capacitación	62

Índice de figuras

Figura 1. Mapa de la parroquia de Malacatos.....	23
--	----

Índice de Anexos

Anexo 1. Oficio de designación de director del Trabajo de Integración Curricular	71
Anexo 2. Oficio de Aprobación del Trabajo de Integración Curricular	72
Anexo 3. Decreto de Tribunal del Trabajo de Integración Curricular	73
Anexo 4. Certificado de traducción del resumen del Trabajo de Integración Curricular	74
Anexo 5. Catastro del Mintur, establecimientos de alojamiento	75
Anexo 6. Modelo de entrevista para las autoridades del GAD	75
Anexo 7. Modelo de entrevista al gerente general.....	76
Anexo 8. Modelo de entrevista al personal de servicio	76
Anexo 9. Modelo de la ficha de servicios de alojamiento.....	77
Anexo 10. Ficha resumen de los servicios de alojamiento.....	80
Anexo 11. Modelo de encuesta	92
Anexo 12. Matriz FODA.....	95
Anexo 13. Matriz de estrategias (FODA cruzado).....	95
Anexo 14. Matriz de capacitación	96
Anexo 15. Presupuesto para la capacitación	97
Anexo 16. Realización de la entrevista aplicada a la autoridad (presidente del GAD Malacatos).....	97

Anexo 17. Realización de las entrevistas aplicadas a los administrativos: dueños y empleados de los establecimientos	98
Anexo 18. Aplicación de las encuestas hacia los huéspedes en los servicios de alojamientos.....	100

1. Título

Estudio de las percepciones de los turistas sobre los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos, cantón Loja

2. Resumen

La presente investigación está orientada en el estudio de la percepción de la calidad en los servicios de alojamientos de la parroquia Malacatos, cantón Loja al sur del Ecuador. Para su desarrollo, se utilizaron técnicas de observación directa, encuestas, entrevistas, matriz FODA, FODA cruzado, para recolección-selección de información fue mediante la aplicación de ficha de capacitación. Como resultado en primer objetivo “Diagnosticar la situación actual de los servicios de alojamientos, en Parroquia Malacatos, cantón Loja” se obtuvo que, los establecimientos no han tenido cambios en su infraestructura, destacando que, existe el apoyo de autoridades en ámbito turístico en alojamientos, dando a conocer la concordancia del apoyo de las autoridades hacia los establecimientos y, trabajan bajo normativas legales del trabajador. Objetivo 2: “Analizar las percepciones de los turistas acerca de los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos, cantón Loja” se obtuvo que, de las 5 dimensiones contenidas, 2 tienen puntos negativos con lo referente a la empatía y la capacidad de respuesta, todo esto viéndose reflejado en la falta de capacitación en la adecuada atención al cliente. El objetivo 3: “Desarrollar estrategias para fortalecer los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos” se encontró que, existe mala atención al cliente por falta de calidad en los servicios de alojamientos. Concluyendo que existe la falta de apoyo de Coordinación Zonal 7 y Mintur, así como la escasez de promoción y difusión del lugar, a más de ello existen problemas con el mantenimiento interno en los servicios, la seguridad y demás, dando como resultados la inconformidad y disminución de turistas en los establecimientos.

Palabras claves: Percepción, cliente, alojamiento, calidad, servicio.

2.1. Abstract

The present investigation is oriented in the study of the perception of quality in the accommodation services of the Malacatos parish, Loja canton in southern Ecuador. For its development, direct observation techniques, surveys, interviews, SWOT matrix, crossed SWOT were used, for the collection-selection of information it was through the application of a training sheet. As a result of the first objective "Diagnose the current situation of accommodation services, in Malacatos Parish, Loja canton" it was obtained that the establishments have not had changes in their infrastructure, highlighting that there is support from authorities in the tourism field in accommodation, announcing the concordance of the support of the authorities towards the establishments and, they work under legal regulations of the worker. Objective 2: "Analyze the perceptions of tourists about accommodation services in the Malacatos parish, Loja canton" it was obtained that, of the 5 dimensions contained, 2 have negative points with regard to empathy and responsiveness, all this being reflected in the lack of training in adequate customer service. Objective 3: "Develop strategies to strengthen accommodation services in the Malacatos parish" it was found that there is poor customer service due to lack of quality in accommodation services. Concluding that there is a lack of support from Zonal Coordination 7 and Mintur, as well as the lack of promotion and dissemination of the place, in addition to this there are problems with internal maintenance in services, security and others, resulting in non-conformity and decrease in tourists in establishments.

Key words: Perception, customer, accommodation, quality, service.

3. Introducción

Según la OMT el turismo se define como un fenómeno social, cultural y económico asociado al desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, laborales o comerciales. Adicional, menciona que, es una representación multisectorial y en la que cada día es una industria más competitiva (Organización Mundial del Turismo, 2011). Por su parte, Campodónico y Chalar (2013) sostiene que, a través del turismo se establece contacto con los clientes que son los turistas (que pueden ser excursionistas, residentes o no residentes) y, este incluye sus actividades, algunas de las cuales implican gasto turístico. Hablar de los servicios turísticos se refiere a los bienes y servicios como es un conjunto de hechos y actividades proporcionados por empresas en este mercado para satisfacer las necesidades de los viajeros, organizando eventos y actividades de ocio, etc. (Expósito, 2009).

Por otra parte, la OEA (2018) define el servicio turístico como el resultado de las funciones, acciones y actividades realizadas por el receptor en coordinación con los atractivos o recursos turísticos, incluyendo la producción, distribución, mercadeo, venta y suministro. Aquí engloba los servicios de alojamientos al brindar el hospedaje o estancia a los usuarios, con o sin prestación de otros complementos, además, de otorgar servicios básicos como habitaciones con baños privados, servicio de bar o restaurante, el servicio de limpieza y seguridad.

Existen estándares de calidad que ayudan a guiar los establecimientos para mejorar sus servicios, asegurando vínculos con el turismo, creando experiencias de viajes y descanso pleno, ya que al pasar el tiempo se debe modernizar los establecimientos. La calidad en el trato de alojamiento se basa en satisfacer las necesidades del cliente, para que pueda desarrollar un conjunto de experiencias, expectativas y percepciones personales de lo que se ofrece, por medio de sus sensaciones y emociones. Se sabe que el usuario guarda las experiencias a través de las emociones que han obtenido en el transcurso de lo que se ha brindado, a eso se denomina la percepción con el servicio (marca). Existen dimensiones que se relacionan con un buen trato, estos son la responsabilidad, tangibilidad, confiabilidad, seguridad y empatía del establecimiento.

En este contexto, se realizó el estudio de las percepciones de los turistas sobre los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos, cantón Loja, debido a que es un lugar reconocido y turístico por su clima cálido y por sus tratos de alojamiento, en especial de las hosterías, empero, cabe señalar que, no existe una investigación en base al estudio de las percepciones del servicio brindado y sobre los equipos e

infraestructura de los establecimientos, que ayuden a obtener resultados positivos o negativos para mejorar su calidad.

Al realizar el estudio de las percepciones en los servicios de alojamientos turísticos, sin duda que ayuda a que se promueva y potencialice los establecimientos con una atención de calidad, mismo que aporte a la afluencia de viajeros, que generarán ingresos económicos para el desarrollo y fortalecimiento de la parroquia, con una mejor forma de vida, es por ello, que el presente proyecto tiene como finalidad dar a conocer los alojamientos con un servicio único y diferente, siendo reconocido a nivel regional y nacional.

El presente trabajo investigativo se apoya en investigaciones similares como es el caso del artículo “Percepciones de los viajeros sobre los atributos de los alojamientos en Brasil”, que tuvo como objetivo, analizar los principales atributos calificados por los revisores en línea de TripAdvisor de las propiedades visitadas en la ciudad de Bonito, la calidad percibida por el cliente del servicio hotelero, a su vez, existe el caso de estudio sobre el análisis de la calidad del servicio que presta la hostería las Lagunas de la parroquia Malacatos, es decir del sector donde se realiza esta investigación.

Por tanto, se procedió a realizar el estudio a través de un objetivo general definido como el estudio de las percepciones turísticas acerca de los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos cantón Loja y, tres específicos determinados principalmente por el diagnóstico de la situación actual de los servicios turísticos de alojamiento en la parroquia Malacatos, con el levantamiento de información del Catastro, entrevistas a las autoridades de la parroquia, a los empleadores y empleados de los establecimientos.

Mientras que, como segundo objetivo está el análisis de las percepciones de los turistas acerca de los servicios de alojamiento, el cual se aplicó encuestas a los consumidores del servicio para conocer su expectativa y percepción que tuvieron y como tercer objetivo se planteó el desarrollo de estrategias para fortalecer los servicios de alojamiento en el lugar, aplicando aquí, una matriz de capacitación sobre la atención al cliente y el presupuesto que llevará a cabo esta capacitación.

Mediante el estudio realizado se pudo definir las estrategias necesarias para fortalecer la calidad de servicio que brindan los alojamientos en la parroquia Malacatos, a través de las percepciones de los visitantes que hacen un uso real de las instalaciones a manera de posicionar al sector como un destino turístico para descansar y viajar en familia, definiéndose que las capacitaciones de atención al cliente es la estrategia que permitirá fortalecer esta rama de servicios turísticos.

En la presente investigación se logró determinar el estado actual de los establecimientos de la parroquia Malacatos y el nivel de satisfacción de los visitantes

que hacen uso de estos establecimientos; sin embargo, se dieron limitaciones por la escasa disposición de algunos propietarios a facilitar el levantamiento de información y los limitados datos turísticos que dispone el GAD, ya que no cuenta con un inventario de información de los establecimientos, a más de ello, el levantamiento de encuesta se limitó a razón de que el país se encontraba en el estado de conmoción, que se dio por aproximadamente 3 semanas, retrasando el trabajo de campo y la obtención de resultados.

4. Marco Teórico

4.1. Marco conceptual

4.1.1. Turismo

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (2011) el turismo es:

Un fenómeno social, cultural y económico asociado al desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, laborales o comerciales. Estas personas se denominan turistas (que pueden ser turistas o excursionistas, residentes o no residentes) y el turismo incluye sus actividades, algunas de las cuales implican gasto turístico. (p. 67)

A su vez el turismo se entiende según Campodónico y Chalar (2013) que el turismo comprende:

Varias actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

A su vez, Padilla (1991) en su Libro Turismo, Fenómeno Social, aporta con una definición: El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupo de personas con motivos de recreación, descanso, cultura o salud, que se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el cual no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural (Entorno Turístico, 2021).

“Turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales” (Benavides & Calva, 2013).

La Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) (1967) definió al turismo como “la suma de las relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales”.

4.1.2. Tipos de turismo

4.1.2.1. Turismo Residencial. Se ha convertido en una opción más interesante para los usuarios del turismo industrial que recurren a paquetes de hotel, sol y playa, se entiende como un fenómeno caracterizado por el “comportamiento móvil oscilante entre la migración permanente, la temporal y la mera movilidad”, con frecuencia realizado por jubilados o personas mayores. El turismo residencial genera actividad económica que se dedica a la urbanización, construcción y venta de viviendas que conforman el sector extra hotelero, cuyos usuarios las utilizan como alojamiento para veranear o residir, de forma permanente o semipermanente, fuera de sus lugares de residencia habitual, y que responden a nuevas tendencias de movilidad y residencia de las sociedades actuales (Camelo & Ceballos, 2012).

El turismo residencial tiene dos tipos de usuarios o clientes: los residentes, que pasan más de seis meses al año en su residencia secundaria y los usuarios residenciales (entendidos como usuarios estacionales de establecimientos residenciales de alojamiento turístico) sólo utilizan su alojamiento turístico en vacaciones.

El turismo residencial en las comunidades no solo promueve el crecimiento económico, sino que también es un importante impulsor del cambio social y cultural en estas regiones. Sin embargo, este modelo de desarrollo turístico no puede evitar carencias y limitaciones. La falta de planificación y el alargamiento demasiado rápido ha provocado un fuerte impacto ambiental y, al mismo tiempo, no ha creado una estructura turística con servicios e infraestructuras de calidad, que permita medidas de recuperación de los viajes (Aledo et al., 2007).

4.1.2.2. Calidad en el Turismo. El turismo ha creado una de las actividades más dinámicas de la economía. De esta forma, la calidad turística es fundamental puesto que se enfoca en el servicio, donde la calidad se mide a partir de las valoraciones de los turistas y concluye en la satisfacción de las necesidades de los turistas.

La OMT (2020), concibe la calidad como:

El resultado de un proceso que implica satisfacer todas las necesidades, exigencias y expectativas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, higiene, accesibilidad, transparencia, autenticidad y armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural (p. 43).

En el turismo calidad y servicio son dos categorías con una estrecha relación. La calidad, como la belleza, depende de cómo se la percibe. Un producto es con frecuencia intangible y la calidad no resulta visible hasta después de consumirlo, de esta manera, el consumidor no tiene la opción de devolver el producto si la calidad no es la esperada (World Tourism Organization, 2020, p. 43).

Por ende, para lograr calidad en el servicio turístico, hay que enfocarse en los clientes, debido a que estos evalúan y deciden si pagarán por un servicio.

4.1.2.3. Calidad de los Servicios de Alojamiento. Según Cedeño y Ormaza (2022) “menciona que la calidad en los servicios de alojamiento juega un papel importante para la sobrevivencia y futuro de cualquier producto o servicio relacionado con el mismo”, por ende, la satisfacción del cliente se constituye como un elemento diferenciador y de competitividad, que responde a la demanda para tener un impacto en el mercado y en el desarrollo de los establecimientos.

Esto propicia la creación de mecanismos que mejoren los niveles de satisfacción, donde sobresalen la evaluación y clasificación hotelera como herramientas por excelencia. Esta clasificación determina aspectos relacionados a la imagen y el servicio de los establecimientos, donde si no existe una satisfacción, el resultado es que no se adquiera los servicios nuevamente y se muestre una imagen negativa de la misma.

4.2. Alojamiento

El servicio de alojamiento turístico es la oferta de hospedaje a cambio de un beneficio económico en habitaciones debidamente equipadas, dotadas al menos de una cama, ofrecida como el principal servicio a turistas, viajeros y huéspedes (Torres, 2017).

La palabra alojamiento refleja se traduce como el acto de acoger o proporcionar, el lugar de residencia de una persona, incluyendo el concepto de vivienda permanente, que puede ser una residencia donde vive un grupo familiar, una casa de retiro, un orfanato o un orfanato, ayuda estudiantil (Blog Definición, 2021).

El alojamiento es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, incluyendo la prestación de servicios remunerados de alojamiento no permanente a huéspedes nacionales o extranjeros, donde se considerarán los requisitos correspondientes a su clasificación y tipo, definido en estas reglas (Ministerio de Turismo, 2015).

4.2.1. Alojamiento turístico

La OMT (2014) considera como alojamiento a aquella actividad ejercida por los establecimientos que presten servicios de hospedaje al público a cambio de un pago de forma profesional, este puede ser de modo temporal o permanente y puede incluir otros servicios complementarios.

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje (Ministerio de Turismo, 2015).

4.2.2. Tipos de alojamiento

Según el Reglamento de alojamiento turístico del Ecuador, emitido por el Ministerio de Turismo (2015) nos menciona que su clasificación de los establecimientos se divide en: Hotel H, Hostal HS, Hostería HT, Hacienda Turística HA, Lodge L, Resort RS, Refugio RF, Campamento Turístico CT y las Casa de Huéspedes CH.

a. Hotel. –

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones. Cada apartamento debe estar compuesto como mínimo de los siguientes ambientes: dormitorio, baño, sala de estar integrada con comedor y cocina equipada. Facilita la renta y ocupación de estancias largas.

b. Hostal. –

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

c. Hostería - Hacienda Turística - Lodge:

c.1. Hostería. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar

bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

c.2. Hacienda turística. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

c.3. Lodge. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

d. Resort. –

Es un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto. Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

e. Refugio. –

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Se encuentra localizado generalmente en montañas y en áreas naturales protegidas, su finalidad es servir de protección a las personas que realizan actividades de turismo activo.

f. Campamento turístico. –

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.

h. Casa de huéspedes. –

Establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. Debe cumplir con los requisitos establecidos en el presente Reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento. Para nuevos establecimientos esta clasificación no está permitida en la Provincia de Galápagos.

4.3. Servicio

Una definición nos menciona que el servicio se entiende como el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, de manera tangible o intangible, como consecuencia del precio, la imagen, la reputación y demás atributos relacionados en el proceso de compra (Hernando, 2017).

El servicio se define como un conjunto de actividades encaminadas a satisfacer las necesidades de los clientes, comunidades o beneficiarios, quienes pueden o no haber pagado por él. Este conjunto de actividades puede ser realizadas por un gran número de profesionales se realizan actividades que deben ser planificadas y pueden estar dirigidas a empresas, personas físicas o entidades públicas, el servicio es un

equivalente inmaterial de un bien o servicio que se usa y consume en la sociedad (Revista Educativa Cursos Online Web, 2016).

4.3.1. Servicios turísticos

Según la Organización Mundial de Turismo, OMT, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos (ECOTEC, 2017).

La OEA (1980), nos menciona que los Servicios Turísticos, se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos. El servicio turístico es un conjunto de logros, eventos y actividades, que tienden a generar beneficios personales con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas y contribuir a la facilitación, acceso, uso y disfrute de los bienes de los turistas.

4.3.1.1. Tipos de Servicios Turísticos. Se tiene en cuenta los siguientes servicios turísticos:

- **Servicio de alojamiento**, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de alimentación**, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- **Servicio de guía**, cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- **Servicio de OPC**, cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- **Servicio de información**, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de intermediación**, Agencias de Viajes, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.
- **Servicios de consultoría turística**, está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.
- **Servicios de transporte**, ofrecido por la necesidad de movilización del turista

4.3.1.2. Servicio al Cliente. Un servicio es una colección de servicios que un cliente “espera”, además del producto o servicio básico. Debe quedar claro que lo que el cliente “espera” no se corresponde necesariamente con lo que el producto o servicio realmente puede ofrecer. El servicio de atención al cliente de es algo más que amabilidad y cortesía, es el “valor agregado para los clientes”, y en este campo, los clientes exigen cada vez más (Hernando, 2017).

4.3.1.3. Características del Servicio. Existen alrededor de 4 carteristas entre las que destacan los siguientes: Intangible, no se puede tocar, sentir, escuchar y oler antes de la compra. Los Inseparable, se fabrica y se consume al mismo tiempo. El Variable, depende de quién, cuándo, cómo y dónde se ofrece. Y el Perecedero es aquel que no se puede almacenar (Hernando, 2017).

4.3.1.4. Atención al Cliente. Según Najul Godoy (2011) la atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones con orientación a satisfacer las necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitiva. El cliente es el protagonista principal y el factor más importante en el juego de los negocios (Jara, 2020).

4.4. Percepción

El término 'percepción' proviene del latín *perceptio-oñis* y se define como la acción y el efecto de percibir; así como la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos, que deriva en el conocimiento, idea que se genera en las personas.

Según el autor Gestalt, y los investigadores Wertheimer, Koffka y Köhler, durante las primeras décadas del siglo XX nos mencionan que la percepción es como el proceso básico inicial de la actividad mental, y argumentan que del buen funcionamiento de este proceso dependen otras actividades psicológicas como el aprendizaje, la memoria, el pensamiento, entre otras (Oviedo, 2004).

La percepción es biocultural porque, por un lado, depende de los estímulos físicos² y sensaciones involucradas y, por otro lado, de la selección y organización de dichos estímulos y sensaciones. La percepción “es una forma de conducta donde se selecciona y elabora de forma simbólica las experiencias vividas,”. Esto implica construir significados referentes a los elementos del entorno, su representación, transformación y cambio. De este modo, por medio de las experiencias o vivencias, la percepción asigna atributos a los objetos, sujetos y detalles del entorno. Este proceso implica referentes culturales, para generar evidencias de la realidad (Vargas, 1994).

El enfoque ecológico de Gibson defiende la teoría de que la percepción es un proceso simple; La información reside en el estímulo, sin necesidad de procesamiento mental adicional en su interior. Este enfoque se basa en la suposición de que en las leyes básicas de la naturaleza cada organismo es la clave intelectual para entender como un mecanismo de supervivencia, de modo que el organismo percibe sólo lo que puede aprender y lo que necesita para sobrevivir. Según la psicología clásica de Neisser, la percepción es un proceso constructivo activo en el que el perceptor, antes de procesar nueva información y con los datos almacenados en su conciencia, construye un esquema de información predictivo, que le permite contrastar el estímulo y aceptarlo o aceptar o rechazarlo según corresponda a lo sugerido por el esquema. Se basa en la existencia del aprendizaje. Para la psicología moderna, la interacción con el entorno no sería posible sin un flujo constante de información, llamado percepción. La percepción puede definirse como el conjunto de procesos y actividades relacionadas con los estímulos que llegan a los sentidos, a través de los cuales obtenemos información sobre nuestro entorno, las acciones que realizamos en él y nuestro estado interior. Esta definición consta de dos partes claramente diferenciadas que se refieren respectivamente: sobre el tipo de información y la forma en que esta se consigue (Vargas, 1994).

4.4.1. Percepción en turismo

En el turismo, las percepciones son importantes pues influyen en la actitud de las personas hacia el turismo. Cualquier cosa que se perciba como falsa, es suficiente para creer en su autenticidad. La percepción, por tanto, no constituye la realidad, pero sí impulsa a los habitantes a actuar de cierta manera “para hacer frente a esta realidad”. La percepción turística afirma que toda relación interpersonal se basa en el intercambio, donde, si los beneficios recibidos del servicio superan los costos, la actitud general será positiva. Para la percepción del turismo que se genera en un destino y su comunidad, se describen aspectos esenciales a partir de la experiencia del visitante. De esta forma, se analiza un mundo cognitivo en el que sujeto y objeto se unen por la idea de “estar en el mundo” y con esta percepción se permite el acceso a la experiencia. Visitar un destino permite identificar a las personas y actores sociales clave en el sector turístico. Los actores del turismo “proporcionan la información necesaria para resolver un problema a través de sus hechos y así formular una solución”. Los impactos del desarrollo en el turismo reflejan una variedad de cambios que experimentan las comunidades anfitrionas. Estos cambios tienen efectos positivos y negativos en aspectos como el estilo de vida, costumbres, vida social, creencias, valores, economía, etc. (Ramón, 2012).

4.4.2. Percepciones en los servicios turísticos

La percepción en los servicios turísticos no solo está relacionada con la gestión y la relación entre los proveedores de servicios y los clientes, sino que también genera satisfacción y lealtad hacia la empresa. El juicio del consumidor depende de varios aspectos que influyen en sus expectativas y satisfacción. Frente a la competencia, las empresas de servicios se diferencian por la calidad de los productos o servicios que son difíciles de imitar y generan mejores ingresos, menor inversión en publicidad, fidelización, confianza y la rentabilidad (Mora, 2011). El servicio turístico es “un servicio que una persona contrata cuando quiere hacer turismo, este está asociado a las actividades que realizan los turistas. El primer contacto con los servicios de viajes es a través de una agencia de viajes. Estas empresas privadas sirven para conectar a los clientes con una amplia gama de productos y servicios relacionados con los viajes.

El transporte y el alojamiento son dos de los principales tipos de servicios turísticos. Los visitantes suelen comprar billetes de autobús, tren o avión para llegar allí. Cuando lleguen al destino elegido, deberán alquilar un hotel, motel, apartamento u otro tipo de alojamiento para pasar la noche”. Varios autores coinciden en que son los clientes los que son más determinantes a la hora de establecer o retirar productos turísticos del mercado, por lo que existe la necesidad de mejorar la comunicación, la tecnología y la gestión del servicio hotelero. Otros argumentan que los clientes exigen cada vez más la resolución de los problemas que surgen durante la prestación del servicio, y también aprecian con frecuencia los esfuerzos que una organización puede hacer para garantizar que la satisfacción del cliente supere sus expectativas (Organización Mundial del Turismo, 2011).

4.4.3. Producto turístico

De acuerdo (AECIT2012_CAP3, n.d.) la teoría económica turística, el producto turístico es un bien complejo que se distingue de los otros productos en virtud que presenta múltiples dimensiones. Siendo una combinación de bienes y servicios que son ofertados por los diferentes sectores como el transporte, el hospedaje, el restaurante, la diversión, los espectáculos, el deporte, y las empresas de viajes que buscan satisfacer las necesidades y deseos de los turistas (BouLLon, 1997; Caccomo y SoLonandrasana, 2001; McLntosh et al., 2001).

4.4.4. Modelo de Servpef

El modelo Servpef es una herramienta de evaluación de la calidad de servicio con el análisis de las siguientes dimensiones: los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, ayudando a detectar el error en alguna

de estas dimensiones para plantear soluciones ante el problema a reflejarse (Ramos et al., 2020).

4.4.5. Qué es análisis FODA

El análisis FODA es una técnica utilizada para hacer una evaluación de aspectos internos y externos. Los resultados de esta evaluación nos ayudarán a diseñar estrategias efectivas para implementar un nuevo proyecto o negocio. Atraves de:

- F de Fortalezas.
- O de Oportunidades.
- D de Debilidades.
- A de Amenazas (o Problemas).

El análisis FODA se realiza observando y describiendo las características de las operaciones de una organización y el mercado en el que opera, un análisis FODA, nos permite descubrir las fortalezas de nuestra organización, Oportunidades de mercado, debilidades de nuestra empresa y amenazas ambientales (Manzanilla, 2022).

4.4.6. Análisis del FODA cruzado

De la matriz amenaza-oportunidad-debilidad-fortaleza se puede realizar el FODA Cruzado ya que es una importante herramienta de ajuste que ayuda a los gerentes a desarrollar cuatro tipos de estrategia. Fortalezas y Debilidades, Debilidades y Oportunidades, Estrategias, Fortalezas y Amenazas, Debilidades y Amenazas, con la matriz FODA cruzada podemos llevarla a cabo en ocho pasos principales:

- Hacer una lista de las oportunidades externas clave del negocio o empresa.
- Hacer una lista de las amenazas externas clave del negocio o empresa.
- Hacer una lista de las fuerzas internas clave del negocio o empresa.
- Hacer una lista de las debilidades internas clave del negocio o empresa.
- Adecuar las fuerzas internas a las oportunidades externas y registrar las reglas FO resultantes en la celda adecuada.
- Adecuar las debilidades internas a las oportunidades externas y registrar las estrategias DO resultantes en la celda adecuada.
- Adecuar las fuerzas internas a las amenazas externas y registrar las estrategias FA resultantes en la celda adecuada.
- Adecuar las debilidades internas a las amenazas externas y registrar las estrategias DA resultantes en la celda adecuada (Gutiérrez, 2022).

4.4.7. Estrategias

La estrategia es la determinación de las metas y objetivos a largo plazo de la empresa, las acciones a tomar y la asignación de los recursos necesarios para lograr las metas establecidas (Contreras, 2013).

A su vez como nos menciona Caneda (2010), la estrategia es la dirección en la acción futura, el establecimiento de un fin, en un plazo que se considera aceptable para guiar el curso del negocio.

4.5. Marco referencial

4.5.1. Casos de estudio

4.5.1.1. Caso Brasil. El artículo Percepciones de los viajeros sobre los atributos de los alojamientos en Brasil, tiene como objetivo analizar los principales atributos calificados por los revisores en línea de TripAdvisor de las propiedades visitadas en la ciudad de Bonito, uno de los destinos ecoturísticos más adecuados en el centro de Brasil. -Oeste. Se realizó un estudio de enfoque cualitativo, basado en los principios de la netnografía, extrayendo 516 reseñas y más de 38k palabras en el sitio de TripAdvisor, a su vez dos recursos de Iramuteq de uso frecuente: The Cloud Words y Sorting in Descending Order (CJD). En esta última "técnica", las palabras se correlacionan para formar un esquema jerárquico de clases de palabras. fue sistematizado mediante el uso del software Iramuteq. Se encontró que el desayuno, la actitud del personal, la calidad del servicio y la infraestructura de la habitación eran aspectos muy valorados por los consumidores de alojamiento, dependiendo del tipo de empresa en la que se hospedarán. valoraciones de estas empresas. Aunque la presente investigación se centra en analizar las percepciones de los turistas sobre las instalaciones de alojamiento de Bonito, se puede ver que las ideas y conclusiones del trabajo pueden extrapolarse a otros contextos, paisajes y otros sitios turísticos, lo que permite una mejor comprensión de la dinámica del alojamiento. metodología de estos destinos y apoyo a la decisión de los gestores públicos y privados implicados en la industria del turismo y la hostelería en el territorio estudiado (Pasquotto et al., 2019).

4.5.1.2. Caso departamento de Calingasta (San Juan - Argentina). El Estudio de percepción del turismo por parte de los residentes de la localidad de Barreal, departamento de Calingasta (San Juan), se realizó un estudio de percepción de los residentes de Barreal con respecto al fenómeno turístico en su localidad, para luego poder contribuir en el diseño y desarrollo de una Campaña de Concientización Turística para la localidad, para llegar a conocer los objetivos se desarrolló una revisión bibliográfica y las necesidades de información de fuentes primarias, se diseñaron e implementaron dos instrumentos para la recolección de datos. El primer instrumento fue una encuesta realizada a una muestra representativa de la comunidad, donde 401 residentes opinaron acerca de su conocimiento y percepción de la actividad turística, desarrollando luego el análisis cuantitativo del estudio. Por otro lado, los alumnos participantes llevaron a cabo 11 entrevistas en profundidad a informantes calificados y referentes de la localidad en materia turística, complementando y enriqueciendo en forma cualitativa así el estudio. El cruzamiento y análisis de los datos recolectados en campo, afirmaron nuestra hipótesis principal de que “la localidad de Barreal como destino relativamente joven y emergente, carece todavía en su componente poblacional, de una concientización turística activa que permita el desarrollo pleno de una cultura turística receptiva acorde a la cantidad y jerarquía de sus recursos y atractivos turísticos reales y potenciales”. En consonancia con esto, un 95 % del total de los residentes encuestados y un 100 % de los informantes entrevistados, coincidieron en la necesidad de llevar a cabo una campaña de concientización turística en la localidad, los objetivos planteados en el estudio fueron alcanzados muy satisfactoriamente, y además se generaron diferentes análisis y conclusiones que abonan en la tarea diagnóstica de la localidad como destino turístico en franco crecimiento al tener un gran potencial por promocionar, a su vez tiene como prioridad el trabajo determinar el grado de conocimiento que poseen acerca de sus atractivos y lugares de interés turístico y ponderar cuan hospitalarios son en la práctica cotidiana con los visitantes y que aspectos deberían mejorar o fortalecer como anfitriones (Bassan & Rodríguez, 2020).

4.5.1.3. Caso Ecuador. La Calidad Percibida por el Cliente del Servicio Hotelero. Una Revisión Bibliográfica, analizó los principales conceptos teóricos sobre los aspectos conceptuales de la calidad de servicio percibida en el hotel. La revisión bibliográfica duró desde 1985 hasta 2018. Se incluyeron publicaciones físicas y digitales, que van desde libros, tesis y artículos científicos, relacionados con el hotelería. Entre los conceptos estudiados se encuentra el concepto de calidad de servicio hotelero y variables relacionadas con la calidad de servicio percibida. Se propone como objetivo general formar el concepto de calidad que los clientes perciben del servicio hotelero y como objetivos específicos: 1. El concepto de calidad de servicio hotelero y 2. Análisis de variables relacionadas con la calidad de servicio percibida. Se extraen las siguientes conclusiones: los supuestos básicos considerados en la calidad de servicio percibida en los hoteles deben tener en cuenta las expectativas y percepciones de los clientes, incluidos los comportamientos posteriores a la compra de los clientes, que se mide en función de las características del cliente y se adapta al servicio del hotel y al entorno actual. ; Las bases teóricas y prácticas relacionadas con la calidad de servicio percibida en los hoteles son muy limitadas; La calidad de servicio percibida en un hotel, contrariamente al concepto tradicional, es “la diferencia que los huéspedes del hotel observan cuando comparan lo que recibieron con lo que esperaban; una actitud, distinta de la satisfacción específica y equivalente a la satisfacción global, se considera como una variable multidimensional que debe tener en cuenta los deseos y/o expectativas y percepciones del cliente, medidos en términos de características del cliente, adaptación al entorno y continuidad (Angamarca et al., 2019).

4.5.1.4. Caso Malacatos. En el presente caso de estudio es sobre el Análisis de la calidad del servicio que presta la hostería las lagunas de la parroquia Malacatos, cantón Loja, provincia Loja, nos da a conocer sobre el estudio previo que se realizó en base a su objetivo general el análisis de la calidad de los servicios que presta la Hostería Las Lagunas de la parroquia Malacatos, cantón Loja, para el cumplimiento del mismo se planteó tres objetivos específicos, el primer objetivo Diagnostico la situación actual de la hostería las lagunas, como segundo objetivo se tiene la Evaluación de la calidad del servicio brindado por la Hostería las Lagunas y el tercero objetivo: Propuso estrategias de mejoramiento de la calidad del servicio para la Hostería las Lagunas. Para lograr cumplir los objetivos se realizó una revisión de literatura para conformar un marco conceptual de los temas implicados en un análisis de la calidad de los servicios, normativas, permisos y obligaciones en base a un establecimiento turístico, así mismo se realizó un marco referencial para conocer el entorno donde se realizó la investigación y conocer las características de la hostería la cual se investiga.

La metodología utilizada fue de carácter descriptiva el cual permite conocer el fenómeno o proceso para lo cual se empleó de materiales como insumos de oficina, equipos tecnológicos, recursos empresariales o institucionales además de métodos como el descriptivo y el modelo ServQual, para la recolección de información se utilizaron técnicas como la entrevista, la encuesta, la observación directa y matriz FODA. Para diagnosticar la situación actual de la hostería Las Lagunas se aplicó una matriz para el levantamiento de información con el fin de identificar como se encuentra la hostería en la actualidad, permitiendo recopilar información general, normativa legal de la hostería las lagunas además de un análisis de los servicios que ofrece en base al reglamento de alojamientos turísticos emitidos por el MINTUR, se aplicó una entrevista a los principales agentes involucrados dentro de la Hostería, y finalmente se diseñó una matriz FODA para identificar la situación interna de la Hostería. Para evaluar la calidad del servicio se basó en el modelo ServQual con la brecha existente entre las expectativas y percepciones que tiene el cliente antes y después de recibir el servicio, para lo cual se empleó una encuesta con 22 afirmaciones basado en cinco dimensiones identificadas como tangibilidad, fiabilidad, empatía, capacidad de respuesta y seguridad, para poder medir se utilizó una escala de Likert de 7 puntos, los resultados fueron ubicados a la matriz FODA en los factores externos y finalmente se realizó la matriz de estrategias o FODA cruzado. Para diseñar propuestas de mejoramiento de la Hostería se procedió a tomar los objetivos estratégicos obtenidos del FODA cruzado, se seleccionaron aquellas propuestas que están al alcance de ser efectuadas 3 en cuanto a la calidad de los servicios y que no dependen directamente de la intervención del dueño para realizarlas. Los resultados fueron que La Hostería Las Lagunas debe:

Incrementar la demanda por los servicios que ofrece a través de actividades complementarias, proponer un plan de descuentos para los clientes actuales y nuevos de la hostería, realizar un plan de capacitación para los empleados de Hostería “Las Lagunas”, realizar manual de funciones para atención a clientes, realizar un programa de incentivos para los empleados de la Hostería “Las Lagunas”, implementar teléfonos para comunicación interna y realizar un plan de contingencia en temporada alta para contratar para contratar personal eventual o por horas. Al finalizar la investigación se obtuvieron conclusiones y recomendaciones que permiten sintetizar el presente trabajo, la conclusión más significativa es que en un análisis general de la Hostería, esta supera las expectativas del cliente, con una calificación de la percepción de 6,01 puntos sobre 7, mientras la expectativa de 5,91 sobre 7 puntos. Se observa que la calificación de los servicios percibidos es correspondiente a muy satisfecho lo cual no está mal pero siempre se debe buscar mejorar la calidad del servicio para llegar a tener una calificación más alta. La recomendación más importante es que las propuestas sean tomadas en cuenta por el propietario ya que estas están enfocadas directamente a mejorar la prestación de servicios apuntando a una calidad de los que ofrece. La investigación sirve de base para investigaciones futuras y es aplicable a cualquier establecimiento de alojamiento turísticos ya que la información obtenida es real, verificada y tuvo un tratamiento científico, sirve para realizar un planteamiento más amplio sobre la calidad del servicio ofrecido por las Hosterías de la parroquia Malacatos para ampliarlo a establecimientos de alojamiento de diversos sectores y poder realizar comparaciones con todos los establecimientos de la zona (Narváez & Castillo, 2020).

5. Metodología

5.1. Área de estudio

El estudio se desarrolló en la parroquia Malacatos, una de las trece parroquias rurales del cantón Loja, se encuentra rodeada por las sierras de Cajanuma y Cararango, Cerro la Era, Uritusinga; Yamba, Granadillo, San Isidro, Potopamba y el laberinto de cerros y cumbres peladas donde las sierras de Horta, Naque parecen confluir con las sierras de San Luis, Nogal, Guancamullo, Aciras, San José y Picotas. Malacatos es definitivamente un atractivo turístico, goza de un clima subtropical, ha dotado de paisajes que vale la pena admirar. Su iglesia y convento son muy populares, al igual que su nueva arena junto al parque principal. Esta parroquia produce café, caña de azúcar, tabaco, yuca, tomate y frutas, también conocida como fábrica de panela y licores.

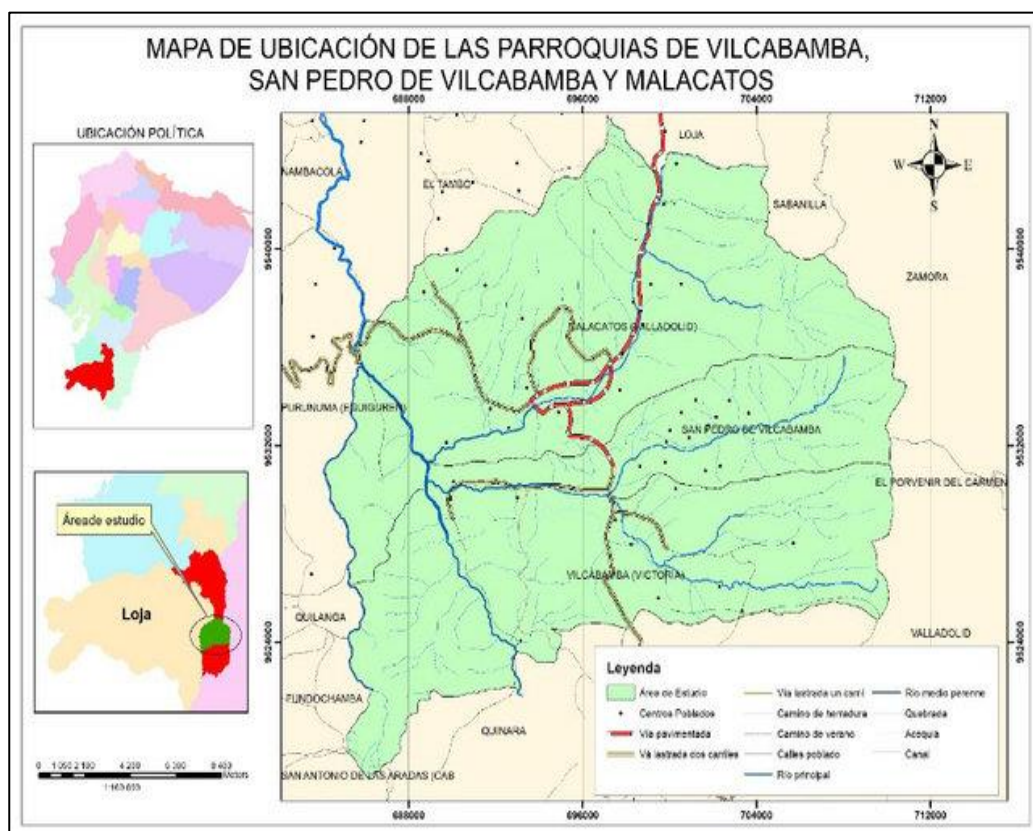


Figura 1. Mapa de la parroquia de Malacatos.

La presente investigación tiene como alcance de la presente investigación aporta al fortalecimiento del desarrollo de los servicios turístico en la parroquia de Malacatos a través de un estudio de las percepciones de los turistas acerca de los servicios de alojamientos con procesos y técnicas mixtas como es el cualitativo- cuantitativo para la

recolección de datos y el método descriptivo ya que se realiza una descripción de los diferentes enfoques turísticos de la infraestructura.

5.2. Enfoque de la investigación

El presente trabajo de investigación se realizó mediante una metodología mixta, puesto que, se realizaron inventario del catastro, entrevistas y las fichas resumen del Mintur que permitieron recopilar información cualitativa y cuantitativa, para así, determinar los servicios de alojamientos turísticos que se encuentran en la parroquia Malacatos mediante un desarrollo de estrategias con el propósito de fortalecer los servicios de alojamiento, sin embargo, lo cuantitativo se refleja en los datos numéricos de las encuestas que fueron realizadas a la población.

5.2.1. Técnicas e instrumentos

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron fueron las entrevistas, catastros, fichas del Mintur, encuestas y a través de la observación directa.

5.2.2. Unidad de estudio

Se realizó la unidad de estudio a las autoridades, empleadores, empleados, a los turistas y los establecimientos como es su infraestructura, como es para la recopilación de información a las autoridades se aplicaron encuestas donde las preguntas se enfocaban en saber cómo prioridad si existe apoyo por parte de ellos a los establecimientos turísticos, a su vez se aplicó las encuestas a los empleadores y empleados para comprobar los resultados de las entrevistas a las autoridades con los dueños de los establecimientos y para los empleados se aplicó la encuesta obteniendo como resultados para verificar si ellos trabajan bajo una normativa laboral y si al momento de ingresar a su empleo reciben capacitaciones sobre la adecuada atención al cliente.

Una parte de la unidad de estudio fue un objeto como son los establecimientos el cual se aplicó la actualización del catastro del Mintur y las fichas resumen para obtener la información de los servicios que brindan los alojamientos turísticos en la parroquia Malacatos.

5.2.3. El muestreo y tamaño

Se aplicó a toda la población del lugar estudio ya que como en la unidad de estudio nos damos cuenta que las entrevistas que se aplicaron a las autoridades, a los dueños de los establecimientos y a los empleados para tener el conocimiento del apoyo por parte de las autoridades a los servicios de alojamientos, y si dichos alojamientos cuentan con una adecuada infraestructura, y las encuestas aplicadas a los consumidores de estos servicios para conocer el estudio de la expectativa y percepción que tienen ellos.

5.3. Materiales

Para elaborar el presente trabajo investigativo se utilizaron algunos materiales como son los siguientes:

- Computadora portátil.
- Celular.
- Materiales de oficina

5.4. Métodos

5.4.1. Método bibliográfico

A través de este método se realizó la búsqueda para la recopilación de información en bibliotecas digitales universitarias como son tesis aplicadas en la parroquia, paginas oficiales para obtener información clara y de primera mano para el marco teórico, referencial para determinar el estado actual de los servicios de alojamiento en la parroquia Malatos.

5.4.2. Método de observación directa

Se hizo una visita breve por los alojamientos para realizar un análisis de estudio y ver como se encuentran estos establecimientos, también se aplicó la investigación de fuentes secundarias, con una investigación descriptiva que nos permitirá obtener información sobre los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos.

5.4.3. Método descriptivo

Permitió investigar antecedentes y características relevantes dentro del área de estudio, ante esto, se explicó el problema y las posibles soluciones para el objeto de estudio, se analizó las fallas en el diagnóstico turístico y la situación actual de los establecimientos de alojamiento en la parroquia.

5.4.4. Método cualitativo

Ayudo en la aplicación de las fichas resumen, con una breve entrevista con algunos de los trabajadores de los alojamientos visitados, el cual nos ayudó a obtener información no numérica, a su vez se realizó la aplicación de las encuestas.

5.4.5. Método analítico

Permitió realizar un análisis contextual para la examinación del diagnóstico sobre las percepciones que tiene de los servicios de alojamientos en la parroquia.

5.4.6. Método sintético

Ayudó a sintetizar de forma precisa y concisa los datos de la información extraída del estudio realizado para sacar introducción y el resumen.

5.4.7. Método deductivo

Dio a conocer cuáles serían las conclusiones y recomendaciones en base a estudio investigativo que se realizó.

5.4.8. Método de la Escala de Likert

En el presente método se aplicó en la encuesta que estará realizada en base a los cinco puntos de escala.

5.4.9. Método de la matriz FODA

Al aplicar el FODA, ayudo a conocer las Fortalezas, Oportunidades Debilidades, Amenazas que existen en la parroquia acerca de los servicios de alojamientos para proceder a buscar objetivos en solución a las debilidades, así como mitigar las amenazas internas y externas que se presentan. (Andrés Ospina, 2021)

5.4.10. Método de la matriz FODA cruzada

Permitió realizar es análisis de las posibilidades que tiene la parroquia con sus servicios de alojamientos para alcanzar los objetivos planteados atacando y defendiendo en las debilidades y amenazas con la ayuda de las fortalezas y las oportunidades (Manzanilla, 2022).

5.4.11. Método de SEVRPEF

Permitió obtener la información acerca de la percepción que tienen los clientes acerca del servicio al momento de alojarse en el establecimiento, con sus distintas dimensiones como son los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía que tienen los empleador, con estas dimensiones logrando tener así una idea más clara de la situación para platear las posibles estrategias que se pueden implementar para el fortalecimiento de los prestadores de servicio de alojamiento en la parroquia satisfaciendo así las necesidades del visitante y superando su percepción (Ibarra & Casas, 2015).

5.4.11.1. Técnicas de la investigación.

- Encuesta

Se aplicó a la población económicamente activa y turistas de la parroquia Malacatos mediante el cuestionario, obteniendo información coherente en base a sus percepciones de demandada que requieren en los servicios turístico de alojamiento.

- Ficha resumen

Levantamiento de información de cada establecimiento que ofrece el servicio de alojamiento, para tener conocimiento de las instalaciones sobre cuales son características, ver cuáles son los activos y pasivos o conocidos como los favorables y no favorables en base a la investigación a realizar.

- Tamaño de Muestra

Para determinar el tamaño de muestra se ha considerado como universo de estudio los turistas que han hecho uso de los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos, señalando que al no haber un registro de datos por parte del ITUR y del GAD

parroquial se tomó como base la información suministrada por los principales establecimientos catastrados por el MINTUR con base a los años 2017, 2018 y 2019, dando el siguiente universo de estudio 6839, y al ser una población finita se aplicó la fórmula:

Fórmula para sacar la tasa de incremento de turistas:

$$Pn/Po = (1+i)^n$$

$$(Pn/Po)^{1/n} = (1+i)^{1/n}$$

Pn=Población futura

Po= Población actual

N= Universo de estudio

Turistas 2017 (Po)	Turistas 2018 (Pn)
6201	6824

$$Pn/Po = (1+i)^n$$

$$(Pn/Po)^{1/n} = (1+i)^{1/n}$$

$$(Pn/Po)^{1/n} = 1+ i$$

$$(Pn/Po)^{1/n} - 1 = i$$

$$i = (6824/6201)^{1/1} - 1$$

$$i = 0,100467667$$

$$i = \mathbf{10,05\%}$$

Se obtuvo como resultado una tasa de crecimiento de turistas del 10.05% del año 2017 al 2018.

Turistas 2018 (Po)	Turistas 2019 (Pn)
6824	5843

$$Pn/Po = (1+i)^n$$

$$(Pn/Po)^{1/n} = (1+i)^{1/n}$$

$$(Pn/Po)^{1/n} = 1+ i$$

$$(Pn/Po)^{1/n} - 1 = i$$

$$i = (5843/6824)^{1/1} - 1$$

$$i = -0,14375733$$

$$i = \mathbf{-14,37\%}$$

Se obtuvo como resultado una tasa de decrecimiento de turistas del -14.37% del año 2018 al 2019.

Según los datos obtenidos se proyectó el universo de estudio al año de la investigación 2022 acorde a los índices de crecimiento.

Tabla 1. Turistas proyectados con tasa de crecimiento del 10,05%

N	Año	No. Turistas
0	2017	6.201
1	2018	6.824
2	2019	7.510
3	2020	8.265
4	2021	9.095
5	2022	10.009

Nota. La presente tabla muestra los datos de la tasa de los turistas con decrecimiento proyectada para el 2022.

Tabla 2. Turistas proyectados con tasa de decrecimiento de -14,37%

N	Año	No. habitantes
0	2019	5.843
1	2020	5.003
2	2021	4.284
3	2022	3.669

Nota. La presente tabla muestra los datos de la tasa de los turistas con de decrecimiento proyectada para el 2022.

Luego de haber aplicar la proyección de Turistas se obtuvo un resultado promedio de 6839 consumidores de los servicios de alojamiento, con este dato se estableció el tamaño de la muestra. Para establecer el número de encuestados se usó la fórmula de poblaciones finitas:

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

Donde:

N = tamaño de la población = 6839.

Z = nivel de confianza, (95%) / (Za= 1,96).

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%) = 0.50

Q = probabilidad de fracaso (50%) = 0.50

E (d) = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (6,5%)

$$6.839 \times (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50$$

$$n = \frac{6.839 \times (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}{(0,065)^2 \times (6.839-1) + (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50} = 6.568,175,6/ 29.85095$$

$$(0,065)^2 \times (6.839-1) + (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50$$

n = 220

El muestreo que se aplico es aleatorio simple, dado que se aplicó todos los elementos que conforman el tamaño de la población y la muestra en resultados numéricos, y el muestro aleatorio estratégico, puesto que en las encuestas se divide a la población en estratos o subgrupos menores, pero heterogéneos entre ellos

diferenciándolos por una variable que resulte de interés para la investigación, como es su profesión, su estado civil sexo, etc.

Cabe señalar que, se procedido a determinar el 6,5% de E (d) = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción), ya que por razones de la conmoción nacional se extendió en un aproximado de 3 semanas, no contribuyó para lograr mayores encuestas, por ese motivo, se vio obligado bajar el error máximo, dando un resultado de 220 individuos en estudio.

5.5. Metodología por objetivos

5.5.1. Metodología para el objetivo 1: Diagnosticar la situación actual de los servicios turísticos de alojamiento en la parroquia Malacatos

5.5.2. Información general de la parroquia Malacatos

A 33 km de la ciudad de Loja se encuentra el Valle de Malacatos, famoso por sus frutos, campos de caña de azúcar y buen vino. Malacatos, valle parroquial de clima subtropical con un paisaje favorable, ubicado al sur, cruce de muchas culturas tropicales, es un lugar que atrae gran cantidad de turistas, población activa en la vida diaria, cuenta con importante mercado, turístico centro (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2015).

5.5.2.1. División política y administrativa.

Tiene sus límites fronterizos al:

Norte: con la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Sur: con la parroquia Vilcabamba.

Oeste: con la parroquia El Tambo (cantón Catamayo).

Este: con la provincia de Zamora Chinchipe.

5.5.3. Gobernanza

Presidente del GAD Parroquial: Ing. Cornelio Hernán Ocampo León.

Vicepresidente: Sr. Willan Abrahán Chamba Rodríguez.

Vocales principales: Lic. Diana Cecibel Abendaño Betancourt, Tglo. Julio Cesar Rivera Rivera, y Lic. Jorge Luis Guamán Eras (Gobernación de la Provincia de Loja, 2021).

Teniente político: Lcda. Tatiana Elizabeth Urgilés Lozada (GAD Malacatos, 2021).

Párroco: Enry Armijos Maza (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2015).

Tiene como alcance de la presente investigación aporta al fortalecimiento del desarrollo de los servicios turístico en la parroquia de Malacatos a través de un estudio de las percepciones de los turistas acerca de los servicios de alojamientos con procesos

y técnicas mixtas como es el cualitativo- cuantitativo para la recolección de datos y el método descriptivo ya que se realiza una descripción de los diferentes enfoques turísticos de la infraestructura.

Para realizar el diagnóstico se utilizó la revisión bibliográfica, se recopiló información de artículos científicos, revistas o estudios de caso a su vez se aplicó el método analítico – método descriptivo analizando y describiendo la información dispuesta en el PDyOT de la parroquia Malacatos, se sintetizó la información más relevante de los servicios de alojamientos registrados en el catastro de la parroquia de Malacatos contextualizando la información correspondiente existente. Posteriormente, se realizó un diagnóstico de los factores internos de la Parroquia, identificando el número de servicios de alojamiento que existen en el centro urbano de la parroquia, sintetizando toda esta información, continuamente se empleó un Catastro del Mintur (para alojamientos) con datos necesarios para la investigación como: nombre del establecimiento, teléfono principal, propietario/a, horarios de atención, tipo de establecimiento, número de PAX, ubicación ([ver anexo 1](#)). A su mismo las técnicas de la observación directa y la recopilación de información que existe sobre los alojamientos catastrados.

De igual forma, mediante el estudio de campo, la observación directa nos permitió aplicar las entrevistas a las autoridades del GAD parroquial, al gerente general y los empleados de servicio de los establecimientos ([ver anexo 2,3,4](#)) para saber cuál es la percepción que tienen ellos sobre el turismo en los servicios de alojamiento y si consideran adecuado el servicios y precio que ofrecen , posteriormente se ratificó la información con los propietarios de los establecimientos y se actualizó la información. Para ello, se elaboró y se aplicó una ficha para inventariar los establecimientos recopilando datos como la ubicación, número de mesas, capacidad instalada, clasificación por categorías ([ver anexo 5](#)). Por último, se hizo un análisis y se conoció de forma general la percepción de las autoridades acerca de los servicios de alojamiento en la parroquia Vilcabamba ([ver tabla 3](#)).

Tabla 3. Variables y dimensiones

VARIABLES	DIMENSIONES
Situación actual de los servicios turísticos de alojamiento en la parroquia.	Analizar si los servicios de alojamiento que se ofertan en la parroquia están en buenas condiciones para ofrecer un servicio turístico.
Percepciones de los servicios por parte de las autoridades del GAD parroquial y propietarios de las empresas de alojamiento	Conocer los compromisos de las empresas de alojamiento ante las necesidades y demandas de los turistas sobre los servicios.
Percepciones de los turistas acerca del servicio de alojamiento en la parroquia.	Analizar las estrategias a desarrollar, en base a las expectativas de los turistas en empresas de alojamiento en la parroquia.

Nota. Adaptado de Ramos et al. (2020).

5.5.4. Metodología para el objetivo 2: Analizar las percepciones de los turistas acerca de los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos

Para dar el cumplimiento del presente objetivo se realizó un análisis de las percepciones de los turistas a través de la técnica de encuestas, para esto, se aplicó una muestra finita tomando como referencia el tamaño de turistas que visitan la parroquia Malacatos.

Las encuestas se realizaron en base al método de Likert, va a tener preguntas cerradas, dicotómicas, tricotómicas, la cual se aplicó a los consumidores de los servicios de alojamiento, ([ver anexo 7](#)). Con esta información se utilizó la herramienta de análisis denominada Matriz FODA, que permitió analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los establecimientos de hospedaje, se determinó los principales problemas y acciones para mejorar la prestación de servicios ([ver anexo 8](#)).

Seguidamente, se realizó un análisis empleando la Matriz de Estrategias (FODA cruzado), por la cual se pudo obtener los objetivos estratégicos de acuerdo a la situación actual y se aportó al cumplimiento del tercer objetivo ([ver anexo 9](#)). De igual forma, se utilizó el modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad y se conoció la percepción con respecto al servicio de alojamiento en la parroquia ([ver tabla 2 y 3](#)).

Tabla 4. Modelo Servperf con sus cinco dimensiones

Dimensiones	Indicadores
Elementos tangibles	4
Fiabilidad	4
Capacidad de respuesta	4
Seguridad	4
Empatía	4

Nota. Adaptado de Ramos et al. (2020).

Tabla 5. Dimensiones e indicadores de calidad

Dimensiones	Indicadores
Elementos Tangibles	Los establecimientos tienen la apariencia moderna. Los establecimientos son visualmente atractivos. Los empleados tienen una apariencia pulcra. La apariencia de los establecimientos está acorde al tipo de servicio prestado.
Fiabilidad	En los establecimientos cumplen con las necesidades de los clientes. Ante un problema los empleados muestran interés en solucionarlo. Los establecimientos son confiables. Los establecimientos proveen un servicio oportuno.
Capacidad de respuesta	Los empleados informan con precisión a los clientes cuando concluirá cada servicio. Los empleados atienden con rapidez. Los empleados siempre se muestran dispuestos a brindar ayuda. Los empleados están desocupados para atender sus preguntas.
Seguridad	El comportamiento de los empleados transmite confianza Se siente seguro con los servicios realizados por los empleados. Los empleados son siempre amables con el cliente. Los empleados reciben un adecuado apoyo para realizar bien su trabajo.
Empatía	Los empleados dan una atención personalizada a los clientes. Los empleados comprenden las necesidades de los clientes. Los establecimientos se preocupan por mejorar sus servicios. Los establecimientos tienen horarios de trabajo convenientes para los clientes.

Nota. Adaptado de Ramos et al. (2020).

5.5.5. Metodología para el objetivo 3: Desarrollar estrategias para fortalecer los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos

Para el último objetivo presente se aplicó el análisis de los aspectos negativos a considerar para una propuesta de mejoramiento en base al desarrollo del primer y segundo objetivo, con ello se pudo tener una idea más clara de las posibles estrategias a plantear que se puedan implementar para que dichos establecimientos logren ser competitivos y fortalezcan el servicio satisfaciendo las necesidades y su percepción turística de los alojamientos en la Parroquia Malacatos

Para ello, se utilizó la matriz de capacitación el cual nos ayudó con datos específicos en la matriz: tema a tratar para la mejora de los servicios al brindar al cliente, el objetivo que tiene la capacitación, los contenidos a tratar, las metodologías, la duración, la modalidad en que se va a dar la capacitación, la población al cual estará dirigido, requisitos que debe tener el participante, el perfil del capacitador en el ámbito académico, profesional, personal y sus habilidades ([ver anexo 10](#)). A través del método Inductivo- deductivo se tuvo una idea general y específica donde el planteamiento de la matriz, dieron cumplimiento al objetivo y se fortalece la calidad en la prestación de servicios. Se planteo un presupuesto base el cual tendrá el costo para realizar la capacitación ([ver anexo 11](#)).

6. Resultados

6.1. Diagnóstico de la situación actual de los servicios turísticos de alojamiento en la parroquia Malacatos

Como resultados del primer objetivo y después de haber recopilado la información mediante el trabajo de campo a través de la observación directa, se presentan en tres componentes diferenciados de la siguiente forma conforme a la metodología establecida.

6.1.1. Situación actual de los establecimientos de alojamiento

En la presente sección, se muestra los materiales y métodos que se utilizaron para dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación.

Con las fichas elaboradas se recopiló la información de los establecimientos catastrados y otros que no han sido catastrados, la misma que se encuentra en la tabla.

Tabla 6. Catastro del Mintur, establecimientos de alojamiento

Inventario de establecimientos de alojamiento-catastrados								
Nro.	NE	Teléfono principal	Ptario/a	HA	TE	Número de PAX	Ubicación	
1	Hostería Remanso	072673440	Rueda Víctor Manuel	9:00 am a 19:00 pm	Hostería	31	Vía Landangui Taxiche	
2	Hotel Colonial	0989985952	Jaramillo Celi Luz Esperanza	Las 24 horas	Hotel	48	Calles Justiniano Estupiñán y Juan Pío Montufar	
3	Hostería Las Lagunas	072673075	Delgado Morocho Hernán Hipólito	8:00 am a 19:pm	Hostería	60	Vía a Vilcabamba en la intersección	
4	Hostería Cabañas Del Sol	072673350	Llivigaña y Pardo Sara Margoth	9:00 am a 19:pm	Hostería	14	KM 24 1/2 Vía Malacatos	
5	Hostería Quinta Esperanza	0982164760	Martínez Luzuriaga Víctor Hugo	10:00 am a 19:00 pm	Hostería	22	Avenida Montufar a 1,5 kilómetros del Colegio Manuel José Rodríguez	
6	Hostal Vallto Malacatos	072673425	Chamba González Carlos Jeovann y	Las 24 horas	Hostal	40	Calle Pío Montufar y Alejandro Bravo	

Nota. NE: Nombre del establecimiento, Ptario/a: Propietario/a, TE: Tipo de establecimiento, HA: Horario de atención.

Tabla 7. Catastro del Mintur, establecimientos de alojamiento

INVENTARIO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO-NO CASTASTRADOS							
Nr o.	NE	Teléfono principal	Ptario/a	HA	TE	Número de PAX	Ubicación
1	Hostería Victoria	0997085537	Victoria Jaramillo	Fines de semana	Hostería		Vía Landanguí a Taxiche
2	Hostería Landanguí	0989660218	Club de Voluntarios de la Fuerza Terrestre	Todos los días	Hostería	16	Vía Landanguí a Taxiche
3	Hostería comprade Mi	0991113496	Leónidas Tello	Los días jueves a domingo	Hostería	28	Vía Landanguí a Taxiche

Nota. NE: Nombre del establecimiento, Ptario/a: Propietario/a, TE: Tipo de establecimiento, HA: Horario de atención.

El levantamiento de información de los servicios de alojamientos turísticos en la parroquia Malacatos permitió visualizar la actividad turística que tiene y su importancia ya que genera desarrollo económico, se obtuvo como resultado la situación actual de los establecimientos que ofrecen servicios, los alojamientos se encuentran en adecuadas condiciones en lo que respecta a la infraestructura, los servicios que brindan son de calidad, los establecimientos que se encuentran catastrados no han hecho cambios de propietario se mantiene la misma administración, algunos establecimientos han implementado 1 o 2 habitaciones del último levantamiento de información que se ha realizado por parte del MINTUR en el catastro, cabe mencionar que por motivos de pandemia se dio el cierre de casi 2 años, pero aun así no han dejado de mejorar la imagen de sus establecimientos, ya que prestaban algunos de estos servicios solo para familias. La información detallada de cada establecimiento se encuentra en las fichas resumen en el [\(anexo 6\)](#).

De los establecimientos no catastrados los gerentes generales- propietarios de algunos de ellos no dieron las facilidades para las entrevistas, como fue la Hostería Victoria, motivo por el cual no se pudo recopilar información de este establecimiento; la Hostería Landanguí no presta servicio de alojamiento al público ya que ésta pertenece al Club de Voluntarios de la Fuerza Terrestre, y por ende sus servicios solo son para los que forman parte de dicho club; la Hostería Mi Compadre pertenece a un Proyecto Ambiental que se llama MI COMPADRE, éste se basa en apadrinar a árboles para ser protegidos por sus visitantes y asociados del proyecto, dentro de sus servicios también ofrece alojamiento de jueves a domingos y feriados.

6.1.1.1. Análisis del apoyo hacia la actividad Turística en los Servicios de Alojamiento por parte de las Autoridades del GAD parroquial. En la presente sección, se muestra los materiales y métodos que se utilizaron para dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación.

Tabla 8. Resultados de la pregunta 1, de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos

¿Dentro de la planificación del PDOT de la parroquia Malacatos han considerado como prioridad el desarrollo del turismo? Si- No ¿Por qué?			
Sujeto informante	Actores locales	Comentario del informante	Resumen conclusivo
AC1	Presidente del Gad parroquial de Malacatos	Si. Pero no se ha puesto en marcha, por motivos de falta de recursos por parte del Municipio de Loja, el proyecto "Paseo Turístico Malecón Malacatos" que tiene un presupuesto de 4.300 mil dólares.	De la entrevista realizada, se presenta el resultado de la primera pregunta, las autoridades de la parroquia consideran al Turismo como una prioridad, al ver que la actividad turística es la fuente de ingreso de sus pobladores, a la vez pretenden promover la parroquia como un destino turístico, a nivel local, nacional e internacional, pero no se cuenta con el apoyo económico por parte de las autoridades superiores como es el Municipio de Loja.
AC2	Secretaria del Gad parroquial de Malacatos	Si. Dado que el sector Turístico, genera economía local a los propietarios de los servicios turísticos que ofrecen.	es la fuente de ingreso de sus pobladores, a la vez pretenden promover la parroquia como un destino turístico, a nivel local, nacional e internacional, pero no se cuenta con el apoyo económico por parte de las autoridades superiores como es el Municipio de Loja.
AC3	Jefe distrital de la parroquia Malacatos	Si. Para difundir el turismo generando la economía a la parroquia. Crear un marketing turístico a nivel local, nacional e internacional, a su vez se ha considerado como prioridad ya que es uno de los principales de ingreso económicos del lugar.	es la fuente de ingreso de sus pobladores, a la vez pretenden promover la parroquia como un destino turístico, a nivel local, nacional e internacional, pero no se cuenta con el apoyo económico por parte de las autoridades superiores como es el Municipio de Loja.
AC4	Bibliotecario del distrital de la parroquia Malacatos	Si. Para difundir el turismo para que genere economía a la parroquia. Creando un marketing turístico a nivel local, nacional e internacional, a su vez se ha considerado como prioridad ya que es uno de los principales de ingreso económicos del lugar.	es la fuente de ingreso de sus pobladores, a la vez pretenden promover la parroquia como un destino turístico, a nivel local, nacional e internacional, pero no se cuenta con el apoyo económico por parte de las autoridades superiores como es el Municipio de Loja.

Tabla 9. Resultados de la pregunta 2, de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos

¿Cree usted que los establecimientos de alojamiento benefician al crecimiento social, económico y turísticos de la parroquia? Si- No ¿Por qué?			
Sujeto informante	Actores locales	Comentario del informante	Resumen conclusivo
AC1	Presidente del Gad parroquial de Malacatos	<p>Si. Social: Beneficia al desarrollo social entre las personas locales y los turistas. Económico: Los dueños de los establecimientos generan empleo y a su vez la economía para sí mismos. Turístico: El aspecto cultural se fortalece.</p>	
AC2	Secretaria del Gad parroquial de Malacatos	<p>Si. Social: Existe movilidad en las prestaciones de servicio Económico: Genera recursos, dinamiza las actividades turísticas. Turístico: Generando credibilidad a nivel local, nacional e internacional.</p>	Las autoridades de la parroquia, nos mencionan que es de gran apoyo el sector turístico de los servicios de alojamiento ya que ayuda al desarrollo local de sus habitantes, logra mantener una economía en el sector, que genera plazas de trabajo, a través de estos establecimientos a su vez se difunde el lugar como un sitio turístico reconocido por su clima y su cultura.
AC3	Jefe distrital de la parroquia Malacatos	<p>Si. Social: porque ayuda a traer más turistas se da a conocer las culturas y tradiciones de los pobladores y su gastronomía. Económico: genera puestos de trabajo a través de la demanda de los turistas con el consumo de los servicios de alojamiento. Turístico: ayuda hacer conocido la parroquia Malacatos como un destino turístico por su clima con su diversidad.</p>	
AC4	Bibliotecario del distrital de la parroquia Malacatos	<p>Si. Social: porque ayuda a crecer los aspectos sociológicos que laboran en el establecimiento. Económico: genera plazas de trabajo. Turístico: Con la llegada de nuevos turistas les permite la cultura de la parroquia generando una experiencia única.</p>	

Tabla 10. Resultados de la pregunta 3, de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos

¿Considera que la calidad de los servicios de alojamiento actuales apoya el desarrollo del turismo en la parroquia? Si - No ¿Por qué?			
Sujeto informante	Actores locales	Comentario del informante	Resumen conclusivo
AC1	Presidente del Gad parroquial de Malacatos	Si. Ya que llevan un adecuado mandamiento y orden para llevar y reflejar la calidad turística en sus servicios.	Se considera que la calidad de los establecimientos es adecuada, pero no existe un apoyo directo por parte de las autoridades de la parroquia para mejorar la calidad en los establecimientos.
AC2	Secretaria del Gad parroquial de Malacatos	Si. Ya que se les apoya en los permisos y supervisiones socializando la factibilidad de implementar un servicio turístico.	
AC3	Jefe distrital de la parroquia Malacatos	Si. ya que existe una adecuada calidad en sus establecimientos, cada uno de estos servicios cumplen con un estándar de calidad hacia los turistas.	
AC4	Bibliotecario del distrital de la parroquia Malacatos	Si. Sus servicios son de calidad aportando una adecuada imagen para fidelizar al cliente.	

Tabla 11. Resultados de la pregunta 4, de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos

¿Con respecto a las actividades en los servicios de alojamiento ¿Considera usted que genera fuentes de ingreso a los residentes locales? Si - No ¿Por qué?			
Sujeto informante	Autores locales	Comentario del informante	Resumen conclusivo
AC1	Presidente del Gad parroquial de Malacatos	Si. Porque todo se entrelaza conforme a la necesidad de los turistas, ya existe el consumo de los productos locales.	Unos de las principales fuentes de ingresos económicos a la parroquia son por parte del turismo en los establecimientos, generando empleo a los residentes locales.
AC2	Secretaria del Gad parroquial de Malacatos	Si. Ya que existe movilidad de turismo, generando empleo para los dueños de los servicios de alojamiento y a los pequeños emprendedores como las tiendas locales.	
AC3	Jefe distrital de la parroquia Malacatos	Si, como se ha mencionado al existir demanda en los servicios de alojamiento genera fuentes de trabajo, a su vez genera sus compras de los productos de primera necesidad para elaborar la comida que se vende en los establecimientos turísticos, estos productos son (tomate, pepino, yuca, maíz, panela, tilapia)	
AC4	Bibliotecario del distrital de la parroquia Malacatos	Si, a través del trabajo con la realización de contratos. El beneficio es solo son para las hosterías ya que turista no recorre el centro de Malacatos y no hacen el gasto en los pequeños emprendimientos.	

Tabla 12. Resultados de la pregunta 5, de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos

¿Como apoya a los servicios de alojamiento con respecto a las necesidades básicas de? Alcantarillado, Agua potables y la recolección de residuos.			
Sujeto informante	Detalle	Comentario del informante	Resumen conclusivo
AC1	Presidente del Gad parroquial de Malacatos	<p>Alcantarillado: En el área Urbana se tiene el 96%, del alcantarillado, en el área rural se encargan los dueños de los establecimientos que construyen sus servicios de alojamiento.</p> <p>Agua potable: Existen en todos los lugares como es en los sectores urbanos y rurales.</p> <p>Recolección de residuos: Existen un plan de recolección de desechos orgánicos e inorgánicos, la basura se saca en un horario determinado para cada barrio.</p>	En los sectores urbanos tiene un 100% de alcantarillado, agua potables y la recolección de basura, con los que respecta a
AC2	Secretaria del Gad parroquial de Malacatos	Se gestiona a través de las entidades competentes las necesidades básicas como son el alcantarillado, agua potable y recolección de residuos.	el sector rural se maneja el alcantarillado con el 96% ya que en algunos sectores no existe alcantarillado por falta de fondos, y en lo referente al alcantarillado en los establecimientos se trabaja con los dueños de los
AC3	Jefe distrital de la parroquia Malacatos	<p>Alcantarillado: se establecen proyectos para complementar en su totalidad el alcantarillado en la parroquia.</p> <p>Agua potable: se maneja con la UMAPAL del Municipio de Loja, el agua es traída de san pedro de Vilcabamba</p> <p>Recolección de residuos: por parte del municipio de se lleva a cabo la recolección diaria sobre los residuos orgánicos y no orgánicos, para sacar estos residuos se tiene una hora específica en sacar la basura por cada barrio</p>	establecimientos, también se implementa juntamente con ellos biodigestores, la recolección de residuos se tiene un horario por barrios para que el basurero lo llevo y no esté en las callas dando un mal aspecto. El agua potable se abaste en su totalidad ya que se trabaja con el UMAPAL y en el sector alto como es Cabianga se tiene el abastecimiento del agua por parte de San pedro de Vilcabamba.
AC4	Biblioteca del distrital de la parroquia Malacatos	<p>Alcantarillado: Se brinda un apoyo para la construcción de alcantarillados, con un biodigestor, para los propietarios de los establecimientos, pero ellos no ponen de su parte para realizar la construcción al 100% para lograr cumplir lo que se pretende.</p> <p>Agua potable: Existen en algunas zonas y en otras zonas no tienen el agua potable, en el sector Cabianga justo en la Hostería Las Lagunas, este sector tiene el agua de San Pedro, también existe la junta administradora de toda el agua en el sector.</p> <p>Recolección de residuos: por parte del municipio de se lleva a cabo la recolección diaria sobre los residuos orgánicos y no orgánicos, para sacar estos residuos se tiene una hora específica en sacar la basura por cada barrio.</p>	

Tabla 13. Resultados de la pregunta 6, de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos

¿Existe una organización para apoyar al Turismo?			
Sujeto informante	Detalle	Comentario del informante	Resumen conclusivo
AC1	Presidente del Gad parroquial de Malacatos	No. Excepto por el Municipio de Loja y El GAD parroquial de Malacatos	De acuerdo a las respuestas mencionadas se manifiesta que no existe en su totalidad un apoyo por parte de una organización para el turismo, el apoyo que tienen es por parte del GAD o por el Distrito Municipio de Malacatos
AC2	Secretaria del Gad parroquial de Malacatos	Si, por parte del Municipio.	
AC3	Jefe distrital de la parroquia Malacatos	No. Solo se cuenta con la organización del departamento de turismo del Municipio de Loja, su oficina se encuentra en el coliseo de Malacatos.	
AC4	Bibliotecario del distrital de la parroquia Malacatos	Si. Atreves del Municipio de Loja que puso la ITUR en Malacatos, También la asociación "Eterna Primavera" de promotores turísticos, pero sin funcionamiento, solo hacen actividades para recaudar fondos para sí mismos.	

Tabla 14. Resultados de la pregunta 7, de las entrevistas a las autoridades de la parroquia Malacatos

¿Como apoyan a los empresarios de alojamiento?			
Sujeto informante	Detalle	Comentario del informante	Resumen conclusivo
AC1	Presidente del Gad parroquial de Malacatos	Atreves del marketing publicitario, como es en las páginas web, redes sociales, plataformas digitales, y por medio comunicación	Existe el apoyo por parte de las autoridades a través del marketing publicitario que se realiza en las páginas oficiales como es el Gad, el ITUR, y el distrito de Malacatos, esta publicidad se enfoca más en fechas festivas como son feriados, como carnaval, las fiestas de parroquialización, y las fiestas del patrono de Malacatos, en estas temporadas se crea el marketing publicitario. También han existido capacitaciones sobre la adecuada atención al cliente.
AC2	Secretaria del Gad parroquial de Malacatos	Publicidad en los servicios turísticos que se realizan en las fechas festivas, como son en febrero como es carnaval y en agosto las de las fiestas del patrono de Malacatos, y a su vez la parroquialización que se da acabo	
AC3	Jefe distrital de la parroquia Malacatos	Por parte del Municipio de Loja se dan capacitaciones sobre atención al cliente y la calidad brindada por parte de los establecimientos.	
AC4	Bibliotecario del distrital de la parroquia Malacatos	Por parte del Municipio de Loja se dan capacitaciones sobre atención al cliente y la calidad brindada por parte de los establecimientos.	

Después de haber realizado la entrevista a las autoridades de la parroquia de Malacatos, se dio a notar que ellos brindan el apoyo necesario en el sector turístico, ya que se pudo visualizar en su PDOT de dicha parroquia ya que cuenta con proyectos para promocionar el turismo local con la creación de un futuro proyecto “Paseo Turístico en el Malecón Malacatos”, con un presupuesto de \$4.300 mil dólares, pero no se ha puesto en marcha por temas económicos, lamentablemente esta gestión fue con el ex Alcalde Jorge Bailón, quedando únicamente en planes, pero al posesionarse la nueva alcaldesa se planteó nuevamente el proyecto y se obtuvo como respuesta que no existía la inversión necesaria para implementar este proyecto; también tenemos como resultados que las autoridades dan el total apoyo posible a los establecimientos turísticos que ofrecen servicios, a través de capacitaciones sobre la calidad turística, la adecuada atención al cliente, y en una cierta ocasión se dio por parte de los bomberos una charla de primeros auxilios, un punto notable que se tomó en cuenta fue que todo el sector rural en donde están los servicios turísticos de alojamiento, cuentan al 100% con los alcantarillados, agua potable y recolección de residuos, todo esto se ha organizado a través de las autoridades con los dueños de los establecimientos. Otro factor importante es sobre el apoyo en la publicidad turística que se realiza a través de las páginas web oficiales de la parroquia.

El apoyo que se ha dado es con el fin de mejorar la calidad del turismo en la parroquia para que Malacatos sea un destino Turístico, al lograr esto genera la economía local que es el principal objetivo en el sector ya que al existir movimiento turístico genera plazas de trabajo en los establecimientos, a su vez existe la demanda en los pequeños emprendimientos como son las tiendas el cual se pretende lograr el consumo de los productos existentes en los locales, otro punto importante es que al existir la demanda turística en el sector genera economía a los pequeños productores del lugar ya que se hace las compras de los cultivos como es el tomate, la yuca, el pepino, el maíz y la panela, para la elaboración de los platos a servirse en los establecimientos de alojamiento y restaurantes del lugar.

6.1.2. Análisis situacional de los establecimientos

Se presenta la ficha de las entrevistas de los empleadores y empleados para el análisis de la situación en los que se encuentran los servicios de alojamiento en la parroquia.

- a. Empleadores y empleados

Tabla 15. Resultados de las entrevistas a los empleadores como a los empleados en los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos

Informantes de las Hosterías	Preguntas	Comentario del informante	Resumen conclusivo
1. ¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento el establecimiento?	II1	6 años	Los establecimientos que brindan servicios de alojamiento, tienen un promedio de funcionamiento de mínimo 6 años y máximo 16 años
	II2	10 años	
	II3	8 años	
	II4	16 años	
2. ¿Cree usted que la infraestructura del establecimiento se encuentra en buenas condiciones?	II1	Si. Ya que nos preocupamos por la apariencia del lugar. Si. Ya que la imagen del establecimiento da motivos para hablar de la infraestructura.	Todos los entrevistados manifiestan el enfoque de mantener una adecuada infraestructura del establecimiento, que influye en la buena impresión al cliente, y en sentirse cómodos y seguros.
	II2		
	II3	Si. Ya que hasta el momento se ha hecho todo lo posible para mejorar la infraestructura del alojamiento.	
	II4	Si. Ya que se da un adecuado mantenimiento para conservar en adecuadas condiciones.	
3. ¿Cuenta con proyectos de mejoramiento ejecución o para ejecución?	II1	Si, en lo que se refiere a las decoraciones para eventos fotográficos, Crear carta de menú en Braille y en más idiomas.	Los entrevistados mencionaron que los establecimientos cuentan con proyectos de implementación en la infraestructura como es la implementación de un diseño moderno, creación de habitaciones, mejorar la infraestructura de las piscinas sal implantarse toboganes y juegos para niños.
	II2	Si, para ejecutarse esta la ampliación de la infraestructura en los salones de conferencia y crear una carta especial para personas discapacitadas.	
	II3	Si, se pretende implementar un tobogán, juegos para niños, un garaje más amplio y crear métodos de atención para personas con discapacidades.	
	II4	Si. Implementación de habitaciones.	

Informantes de las Hosterías	Preguntas	Comentario del informante	Resumen conclusivo
4. ¿Considera usted que los servicios brindados por su establecimiento satisfacen las necesidades de los clientes?	II1	Si, ya que la prioridad es dar el mejor servicio a los clientes.	Se mencionó que brindar una adecuada calidad de servicio es una de las prioridades más importantes al momento de dar este servicio, ya que el cliente es la prioridad, el cliente es quien genera la economía sin su vista no existe economía a los establecimientos, ellos generan los empleos, por ende, brindar un adecuado servicio es su objetivo.
	II2	Si, hasta el momento se ha tenido el lema que el cliente siempre es la prioridad ya que dependemos del cliente, para los ingresos económicos.	
	II3	Si, ya que siempre se pretende mejorar el servicio constantemente y se brinda capacitaciones de atención al cliente por parte de las autoridades del de la parroquia.	
	II4	Si. Ya que tenemos el apoyo de las autoridades y a la vez se ha empleado capacitaciones para los empleados.	
5. ¿Qué imagen esperar a los clientes de su alojamiento con sus servicio y atención?	II1	La mejor ya que la imagen es la presentación de la hostería es por ello que siempre se está mejorando y renovando el inmobiliario.	Brindar el mejor servicio al cliente es una prioridad ya que si el cliente se lleva una buena imagen regresara y así se fidelizar al cliente, esto genera que atraiga más turistas por recomendación del excelente servicio brindado, tener una adecuada imagen se refleja en la vestimenta como es tener una adecuado uniforme de trabajo, mantener una limpieza adecuada en el establecimiento y ser personas con valores.
	II2	Que se lleven una buena atención, para así poder fidelizar al cliente y mantener un cliente fijo.	
	II3	La mejor, por ello se da un adecuado mantenimiento a la infraestructura como son las piscinas, habitaciones, etc.	
	II4	Brindar el mejor servicio para satisfacer la necesidad del cliente.	
6. ¿Ha realizado un análisis de calidad del servicio que presta su establecimiento?	II1	Si, Atraves de una tesis por un estudiante de la UNL.	Varios de los entrevistados mencionaron que si han realizado un análisis de la calidad de servicio que prestan estos análisis se han hecho a través de tesis por parte de varias universidades de Loja, y ala ves también se han realizado por parte de los propietarios un análisis de la calidad.
	II2	Si, en tesis realizadas por estudiantes de algunas universidades de Loja.	
	II3	Si, Atraves del Ministerio del Turismo de Malacatos como es el ITUR, y en breve encuestas a los turistas.	
	II4	No.	

Informantes de las Hosterías	Preguntas	Comentario del informante	Resumen conclusivo
7. ¿Con que frecuencia los turistas visitan su establecimiento?	II1	Los visitantes son nacionales, como son de las provincias de Cuenca, Zamora, Quito y Guayaquil, cabe mencionar que también tienen turistas extranjeros. Los días jueves hasta el domingo y fechas festivas.	La afluencia de visitantes turistas se genera en masa desde los días viernes, sábado, domingo y los días festivos como son fechas de parroquialización, fiestas del patrono de Malacatos, los carnavales y fin de año, los visitantes que a menudo se tiene son locales como es de la ciudad de Loja, y de provincias como es de Cuenca, Guayaquil, Quito y turistas extranjeros de diferentes países.
	II2	Los visitantes son nacionales, como son de las provincias de Cuenca, Zamora, Quito y Guayaquil, cabe mencionar que también tienen turistas extranjeros, clientes fijos.	
	II3	Los fines de semana y en fechas festivas.	
	II4	Los fines de semanas y fechas festivas cómo es febrero, agosto. Los turistas son locales, como es de la ciudad de Loja, y nacionales de diferentes provincias.	
	Los fines de semana, los turistas son locales, nacionales y extranjeros.		
8. ¿Su establecimiento considera los aspectos de inclusividad (discapacidades)?	II1	Si, cuenta con una habitación para personas discapacitadas e incluso rampas en todo el establecimiento.	Los entrevistados de los establecimientos mencionaron que un factor importante al brindar un servicio es brindar una infraestructura adecuada para las personas con discapacidad para que ellos se sientan cómodos, e incluso manifestaron que tienen proyectos a crear una mejor infraestructura para personas no videntes, y personas en sillas de ruedas, como seria crear habitaciones adecuadas para ellos e indicaciones en Braille.
	II2	Si, ya que cuenta con una infraestructura adecuada para personas con discapacitadas, aunque aún no se cuenta con la carta Braille para personas ciegas.	
	II3	Si, ya que existen rampas para la movilidad para personas en sillas de ruedas.	
	II4	Si, existen rampas para que exista una mejor movilidad para las personas en sillas de ruedas y disfruten del establecimiento.	

Informantes de las Hosterías	Preguntas	Comentario del informante	Resumen conclusivo
9. ¿Tienen personal capacitado para la actividad turística? ¿En qué áreas?	II1	Si, ya que se ha recibido capacitaciones por parte del Municipio de Loja y por el Ministerio del Turismo, y por parte del cuerpo de bomberos.	Los empleadores y empleados del establecimiento mencionaron en forma general que están capacitados para dar una atención de calidad, brindar primeros auxilios y llevar una adecuada administración, algunos de estos cursos de capacitación son apoyados por las autoridades de la parroquia y otros lo han promocionado el MINTUR.
	II2	Si, personalmente se les brinda capacitaciones en todas las áreas como es en servicio del restaurante, en el área administrativa.	
	II3	Si, en atención al cliente, en eventos sociales y en el mantenimiento adecuado del establecimiento.	
	II4	Si en lo que refiere al servicio al cliente.	
10. ¿Cuáles son las temporadas altas y bajas?		Altas: Fin de años como es diciembre, en mayo, agosto y septiembre por ser fechas festivas de la parroquia, también fines de semana, contando desde el día jueves hasta el día domingo.	
		Bajas: Lo que corresponde a los demás meses.	
11. ¿Le genera beneficios económicos la actividad turística?	JI1	SI. el 20%	Los propietarios del establecimiento mencionan que sus ganancias son buenas ya que tiene un aproximado de entre 20% a 40% de ganancia neta.
	II2	SI. el 28	
	II3	SI. el 36	
	I		
12. ¿Existen planificaciones y apoyo en el sector turístico de los servicios de alojamiento por parte de las autoridades?	II4	SI. el 39	Los entrevistados mencionaron que, si se ha visto reflejada el apoyo por parte de las autoridades, como es el Ministerio del Turismo de Loja, y por parte del Gad de Malacatos, e incluso han recibido apoyo de capacitaciones por parte del Hotel Sonesta.
		Si, a través de capacitaciones realizadas por el Ministerio del Turismo de Loja, por parte de los bomberos, por parte del ITUR de Malacatos.	

Con la información obtenida de las entrevistas se determina que existe una correlación entre autoridades, empleadores y empleados en lo que respecta al apoyo en el sector turístico, se ha brindado capacitaciones sobre atención al cliente, administración en los establecimientos, primeros auxilios, por parte de la autoridad competente en algunos establecimientos; todos los propietarios se enfocan en mejorar la infraestructura del establecimiento ya que consideran que influye en la presentación que se da a los turistas y esto a su vez les transmite comodidad y seguridad, por ende cumplen con los materiales suficientes para llevar un mantenimiento adecuado en lo que se refiere a la limpieza y la higiene. Se demuestra que es importante para ellos tener un personal capacitado para la atención al cliente para fidelizarlo.

Se determinó que los turistas que más utilizan los servicios de alojamiento son de la ciudad de Loja, y una gran masa de turistas de la ciudad de Cuenca, Guayaquil y Quito. Los empleadores y empleados tienen en cuenta el perfil de turista que llega ya que pueden ser turistas nacionales, pero al ser de diferentes provincias su cultura es muy diferente y adaptan su atención a ellos, para así brindar el mejor servicio, también se enfocan en demostrar valores personales y laborales.

6.2. Análisis de las percepciones de los turistas acerca de los servicios de alojamiento de la parroquia Malacatos

Como resultados del segundo objetivo y después de haber recopilado la información mediante el trabajo de campo a través de la observación directa, de la expectativa y la percepción que tienen los consumidores de los servicios de alojamiento que obtuvieron al momento de hacer uso de estos establecimientos.

6.2.1. Encuestas de las expectativas y percepciones de los turistas acerca de los servicios de alojamiento

Con las encuestas elaboradas se recopiló la información de los turistas, quienes hacen uso de los servicios de alojamiento, en las siguientes figuras podemos observar el perfil sociodemográfico de manera cuantitativa y cualitativa.

Representación de tablas de los resultados

Tabla 16. 1. Nacionalidad

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Ecuatoriano	217	98,6%
2	Extranjero	3	1,4%
Total		220	100%

Al observar el promedio de esta pregunta vemos que la mayoría de las personas encuestadas que visitan los servicios de alojamiento de la parroquia Malacatos son de

nacionalidad ecuatoriana, viéndose reflejada que existe un poco demanda turística de extranjeros.

Tabla 17. 2. Género

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Femenino	120	54,5%
2	Masculino	100	45,5%
Total		220	100%

La mayoría de las personas encuestadas son de sexo femenino, en lo que se determina que existe mayor demanda del servicio de alojamiento por parte de mujeres en la parroquia Malacatos.

Tabla 18. 3. Edad

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	De 18-25 años	56	25,5%
2	De 26-33 años	41	18,6%
3	De 34-41 años	38	17,3%
4	De 42-49 años	65	29,5%
5	De 50 años en adelante	200	9,1%
Total		220	100%

A lo que respecta esta pregunta las personas encuestadas corresponde a los rangos de edad de 42 a 49 años, por lo que se determina que las personas adultas son más propensas a consumir los servicios turísticos de alojamiento de la parroquia Malacatos, contribuyendo a la economía turística del lugar.

Tabla 19. 4. Ocupación

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Estudiante	51	23,2%
2	Profesional	107	48,6%
3	Libre ejercicio	43	19,5%
4	Otro	19	8,6%
Total		220	100%

Respecto a esta pregunta se determina que la gran parte de los encuestados corresponde de acuerdo a la ocupación son profesionales y estudiantes, en el cual se establece que la que la demanda de los servicios de alojamientos turísticos se debería enfocar satisfacer la demanda.

Tabla 20. 5. Lugar de residencia

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Loja	107	48,6%
2	El Oro	4	1,8%
3	Azuay	42	19,1%
4	Pichincha	19	7,7%
5	Zamora Chinchipe	17	6,8%
6	Guayas	15	5,0%
7	Morona Santiago	11	0,5%
8	Manabí	1	2,7%

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
9	Cotopaxi	6	0,9%
10	Sto. Dgo. De los Tsáchilas	2	0,9%
11	Tungurahua	2	1,8%
12	Galápagos	4	0,9%
13	Los Ríos	2	1,4%
14	Ucrania	3	0,9%
15	Madrid	2	0,5%
16	Colombia	1	0,5%
Total		220	100%

Respecto a esta pregunta se determina que la gran parte de los encuestados residen en la ciudad de Loja y Azuay quienes hacen el consumo del alojamiento.

Tabla 21. 6. *Con qué frecuencia visita un servicio de alojamiento*

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Semanal	2	0,9%
2	Mensual	12	5,5%
3	Anual	79	35,9%
4	ocasional	127	57,7%
Total		220	100%

Con respecto al análisis cualitativo podemos mencionar que, dentro de la encuesta realizada, se toma en cuenta la siguiente pregunta, la cual intenta determinar la frecuencia de visita a un servicio de alojamiento turístico, por lo que se considera las siguientes variables: ocasionalmente y anualmente visitan y hacen uso de los servicios de alojamiento de la parroquia Malacatos.

Tabla 22. 7. *A través de qué medios obtiene información de los servicios que ofertan los servicios de alojamiento*

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Semanal	2	0,9%
2	Mensual	12	5,5%
3	Anual	79	35,9%
4	ocasional	127	57,7%
Total		220	100%

Como se puede observar en el gráfico mayoritariamente las personas se informan de los servicios de alojamiento que se ofertan en la parroquia Malacatos, son por sus amigos, familiares y redes sociales esto nos permite dar a conocer que al brindar un buen servicio tendremos una mayor demanda de turistas que lleguen hace ruse de los servicios de alojamiento, también un punto importante es promocionar más en redes sociales la oferta turística.

6.2.2. Expectativas y percepciones de los turistas sobre los impactos positivos y negativos que hacen uso de los servicios de alojamientos de la parroquia Malacatos

6.2.3. Expectativa y percepción de los servicios de alojamiento

En lo que se refiere a los resultados sobre la expectativa y percepción de los servicios turísticos de alojamientos en la parroquia Malacatos, se evaluó en cinco ámbitos: los elementos tangibles, la empatía, la seguridad, la capacidad de respuesta y la fiabilidad, derivados de los servicios de alojamientos, empleando la técnica de la escala de Likert, donde las preguntas adquirieron los siguientes valores 1: Totalmente en desacuerdo, 2: Muy en desacuerdo, 3: En desacuerdo, 4: Moderadamente de acuerdo y 5: Totalmente de acuerdo.

Tabla 23. *Expectativa de los turistas hacia los servicios de alojamiento*

Ítems	Totalmente desacuerdo	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
El alojamiento cuenta con equipos de aspecto moderno.	0,45%	1,36%	2,27%	25,91%	70,00%
Las instalaciones físicas del alojamiento son atractivas.	0,45%	0,91%	0,45%	27,73%	70,45%
El personal del servicio tiene una apariencia limpia.	0,45%	0,45%	2,73%	24%	72,73%
Los materiales asociados con el servicio, (la carta, publicidad, etc.) son visualmente atractivos.	0,45%	0,45%	5,91%	30,91%	62,27%
El alojamiento presta atención individualizada a sus requerimientos.	0,45%	1,36%	3,18%	25,91%	69,09%
El alojamiento tiene empleados que, de atención personal, a cada uno de los clientes.	1,82%	4,09%	4,09%	27,27%	62,73%
El alojamiento se preocupa por sus intereses.	0,00%	1,36%	7,27%	28,18%	63,18%

Ítems	Totalmente desacuerdo	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
El personal de servicio atiende a sus necesidades específicas.	0,45%	0,45%	3,18%	30,45%	65,45%
El alojamiento tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	0,45%	0,45%	3,64%	29,09%	0,00%
El comportamiento del personal de servicio, infunde confianza en Ud.	0,45%	0,00%	3,18%	24,09%	72,27%
El cliente se siente seguro en las transacciones con el alojamiento.	0,91%	0,45%	3,64%	24,55%	70,45%
El personal de servicio, es cortés de manera constante con Uds	0,91%	0,45%	0,45%	27,73%	70,45%
El personal del alojamiento, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.	1,36%	0,91%	4,09%	32,27%	61,36%
El alojamiento mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.	0,91%	0,91%	4,09%	28,64%	65,45%
El personal de servicio, de la hostería da un servicio rápido a sus clientes.	0,91%	0,45%	4,55%	28,64%	65,45%
El personal de servicio, está dispuesto a ayudar a los clientes.	0,91%	0,45%	3,64%	28,64%	66,36%
El personal de servicio, responde correctamente las preguntas que se les hacen.	1,36%	0,91%	3,64%	30,91%	63,18%
Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	0,91%	1,36%	2,27%	22,73%	72,73%

Ítems	Totalmente desacuerdo	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Cuando tiene un problema, el personal de servicio demuestra interés en resolverlo.	0,45%	1,36%	3,18%	31,36%	63,64%
El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez.	0,91%	1,36%	3,64%	27,27%	66,82%
El alojamiento proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo	0,91%	1,82%	4,55%	28,64%	64,09%
El alojamiento insiste en registros libres de error.	0,91%	2,27%	4,55%	30,91%	61,36%

Tabla 24. *Expectativa de los turistas hacia los servicios de alojamiento (escala de Likert)*

Ítems	Valor de acuerdo a la problemática de la percepción en servicios de alojamiento
El alojamiento cuenta con equipos de aspecto moderno.	4,64
Las instalaciones físicas del alojamiento son atractivas.	4,67
El personal del servicio tiene una apariencia limpia.	4,68
Los materiales asociados con el servicio, (la carta, publicidad, etc.) son visualmente atractivos.	4,54
El alojamiento presta atención individualizada a sus requerimientos.	4,62
El alojamiento tiene empleados que, de atención personal, a cada uno de los clientes.	4,45
El alojamiento se preocupa por sus intereses.	4,53
El personal de servicio atiende a sus necesidades específicas.	4,60
El alojamiento tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	1,29
El comportamiento del personal de servicio, infunde confianza en Ud.	4,68
El cliente se siente seguro en las transacciones con el alojamiento.	4,63
El personal de servicio, es cortés de manera constante con Uds	4,66
El personal del alojamiento, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.	4,51
El alojamiento mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.	4,57
El personal de servicio, de la hostería da un servicio rápido a sus clientes.	4,57
El personal de servicio, está dispuesto a ayudar a los clientes.	4,59
El personal de servicio, responde correctamente las preguntas que se les hacen.	4,54
Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	4,65
Cuando tiene un problema, el personal de servicio demuestra interés en resolverlo.	4,56
El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez.	4,58
El alojamiento proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo	4,53
El alojamiento insiste en registros libres de error.	4,50

La expectativa que tienen los turistas antes de hacer uso de los servicios de alojamiento es alta ya que el 95,5 % de las preguntas obtienen un resultado en escala de Likert mayor a 4 salvo el caso de una pregunta referente a los horarios de atención cuya ejecutiva es muy baja valores de 1,29 significando que está totalmente en desacuerdo.

Tabla 25. *Percepción de los turistas hacia los servicios de alojamiento*

Ítems	Totalmente desacuerdo	Muy en desacuer do	En desacuer do	Moderadamen te de acuerdo	Totalmente de acuerdo
El alojamiento cuenta con equipos de aspecto moderno.	0,00%	3,18%	9,09%	50,91%	36,82%
Las instalaciones físicas del alojamiento son atractivas.	0,00%	2,27%	15,00%	60,45%	22,27%
El personal del servicio tiene una apariencia limpia.	0,45%	3,64%	15,91%	50,45%	29,55%
Los materiales asociados con el servicio, (la carta, publicidad, etc.) son visualmente atractivos.	0,45%	2,73%	15,00%	53,64%	28,18%
El alojamiento presta atención individualizada a sus requerimientos.	0,00%	3,64%	14,55%	58,18%	23,64%
El alojamiento tiene empleados que, de atención personal, a cada uno de los clientes.	6,82%	11,82%	38,18%	35,45%	7,73%
El alojamiento se preocupa por sus intereses.	0,45%	3,64%	24,55%	49,55%	21,82%
El personal de servicio atiende a sus necesidades específicas.	0,00%	2,73%	21,36%	49,09%	26,82%
El alojamiento tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	0,00%	4,55%	19,09%	52,27%	24,09%
El comportamiento del personal de servicio, infunde confianza en Ud.	0,00%	3,18%	10,91%	54,09%	31,82%
El cliente se siente seguro en las transacciones con el alojamiento.	0,45%	2,73%	11,82%	55,91%	29,09%

Ítems	Totalmente desacuerdo	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
El personal de servicio, es cortés de manera constante con Uds	0,45%	1,82%	15,45%	45,45%	36,82%
El personal del alojamiento, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.	1,82%	2,27%	17,27%	56,36%	22,27%
El alojamiento mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.	0,91%	2,27%	23,64%	50,45%	22,73%
El personal de servicio, de la hostería da un servicio rápido a sus clientes.	0,91%	3,64%	21,36%	55,91%	18,18%
El personal de servicio, está dispuesto a ayudar a los clientes.	0,00%	4,55%	20,45%	52,27%	22,73%
El personal de servicio, responde correctamente las preguntas que se les hacen.	1,36%	1,36%	22,73%	56,36%	18,18%
Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	0,00%	3,18%	17,27%	52,27%	27,27%
Cuando tiene un problema, el personal de servicio demuestra interés en resolverlo.	0,91%	2,27%	21,82%	51,36%	23,64%
El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez.	0,45%	3,18%	22,27%	53,18%	20,91%
El alojamiento proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo	0,91%	2,27%	19,55%	60,00%	17,27%
El alojamiento insiste en registros libres de error.	0,45%	3,64%	25,00%	50,45%	20,45%

Tabla 26. *Percepción de los turistas hacia los servicios de alojamiento (escala de Likert)*

Ítems	Valor de acuerdo a la problemática de la percepción en servicios de alojamiento
El alojamiento cuenta con equipos de aspecto moderno.	4,21
Las instalaciones físicas del alojamiento son atractivas.	4,03
El personal del servicio tiene una apariencia limpia.	4,05
Los materiales asociados con el servicio, (la carta, publicidad, etc.) son visualmente atractivos.	4,06
El alojamiento presta atención individualizada a sus requerimientos.	4,02
El alojamiento tiene empleados que, de atención personal, a cada uno de los clientes.	3,25
El alojamiento se preocupa por sus intereses.	3,89
El personal de servicio atiende a sus necesidades específicas.	4,00
El alojamiento tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	3,96
El comportamiento del personal de servicio, infunde confianza en Ud.	4,15
El cliente se siente seguro en las transacciones con el alojamiento.	4,10
El personal de servicio, es cortés de manera constante con Uds	4,16
El personal del alojamiento, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.	3,95
El alojamiento mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.	3,92
El personal de servicio, de la hostería da un servicio rápido a sus clientes.	3,87
El personal de servicio, está dispuesto a ayudar a los clientes.	3,93
El personal de servicio, responde correctamente las preguntas que se les hacen.	3,89
Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	4,04
Cuando tiene un problema, el personal de servicio demuestra interés en resolverlo.	3,95
El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez.	3,91
El alojamiento proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo	3,90
El alojamiento insiste en registros libres de error.	3,87

La percepción que recibieron los turistas al hacer uso de los servicios de alojamiento es del 59,09% estando en un parámetro de menor o igual a 4 de las preguntas que se aplicaron dando un resultado en escala de Likert, como podemos observar en las preguntas referentes sobre la adecuada atención al cliente, los horarios, los servicios, la capacidad de respuesta ante una situación y la fiabilidad que brindan, estos son los puntos en los cuales podemos notar que no tienen una buena percepción, ya que es más de un 50% lo que se percibe en una situación de mal servicio de alojamiento en los alojamientos turísticos.

Tabla 27. Expectativa vs percepción de los turistas hacia los servicios de alojamiento

p	Ítems	Expectativa	Percepción
1	El alojamiento cuenta con equipos de aspecto moderno.	4,64	4,21
2	Las instalaciones físicas del alojamiento son atractivas.	4,67	4,03
3	El personal del servicio tiene una apariencia limpia.	4,68	4,05
4	Los materiales asociados con el servicio, (la carta, publicidad, etc.) son visualmente atractivos.	4,54	4,06
5	El alojamiento presta atención individualizada a sus requerimientos.	4,62	4,02
6	El alojamiento tiene empleados que, de atención personal, a cada uno de los clientes.	4,45	3,25
7	El alojamiento se preocupa por sus intereses.	4,53	3,89
8	El personal de servicio atiende a sus necesidades específicas.	4,60	4,00
9	El alojamiento tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	1,29	3,96
10	El comportamiento del personal de servicio, infunde confianza en Ud.	4,68	4,15
11	El cliente se siente seguro en las transacciones con el alojamiento.	4,63	4,10
12	El personal de servicio, es cortés de manera constante con Uds	4,66	4,16
13	El personal del alojamiento, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.	4,51	3,95
14	El alojamiento mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.	4,57	3,92
15	El personal de servicio, de la hostería da un servicio rápido a sus clientes.	4,57	3,87
16	El personal de servicio, está dispuesto a ayudar a los clientes.	4,59	3,93
17	El personal de servicio, responde correctamente las preguntas que se les hacen.	4,54	3,89
18	Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	4,65	4,04
19	Cuando tiene un problema, el personal de servicio demuestra interés en resolverlo.	4,56	3,95
20	El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez.	4,58	3,91
21	El alojamiento proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo	4,53	3,90
22	El alojamiento insiste en registros libres de error.	4,50	3,87

Los valores menores a 4 de expectativa vs percepción da como resultado 13 aspectos en la escala de Likert menor o igual a 4 que necesitan un desarrollo de estrategias en los siguientes ámbitos:

Tabla 28. Aspectos a considerar para la propuesta

N	Aspecto
1	Atención personalizada al cliente
2	Atención acorde al interés del cliente
3	Atención a necesidades específicas
4	Mejorar los horarios atención
5	Falta de conocimiento a las preguntas realizadas
6	Información de los servicios de alojamiento
7	Pronta atención al cliente
8	Disposición para ayudar a los clientes
9	Capacidad de respuesta a los servicios requeridos
10	Interés para resolver un problema
11	Atención desde la primera vez
12	Cumplimiento del tiempo ofrecido para el servicio
13	Registros sin error

Estos son los aspectos los cuales muestran que tiene falencias en la atención del cliente, los mismo que serán tómanos en cuenta para la propuesta en el objetivo tres.

6.2.4. Matriz FODA

Con la información recolectada se elaboró la matriz de las fortalezas, debilidades de los servicios de alojamientos de la parroquia Malacatos, además de las oportunidades que se pueden aprovechar y las amenazas externas, en la cual se describen tanto los factores internos como externos.

Tabla 29. Matriz FODA, análisis de los factores internos

Fortalezas	Debilidades
F1. Existe una oferta de (9) servicios de alojamiento.	D1. Su atención de servicios no son 24/7
F2. Oferta de productos turísticos para los visitantes (cuy asado, fritada, tilapia etc.) platos típicos	D2. Escasez de promoción turística de los locales de alojamientos
F3. Los propietarios de las hosterías realizan actividades de servicio	D3. Los servicios adicionales (piscina, yacusi, restauración, internet etc.) de los locales se presentan desentendidos
F4. Los establecimientos cuentan con equipos modernos (administrativos) para la atención al cliente.	D4. Carencia de atención al cliente por parte de los propietarios del servicio de alojamiento en los hoteles.
F5. La infraestructura de los locales de alojamientos es atractiva para los clientes.	D5. Limitado personal de servicio para atender a las necesidades del cliente.
F6. Adecuada limpieza en los diferentes ambientes.	D6. Percepción sobre la capacidad de respuesta de un 3,92 en escala de Likert.
F7. Los servicios de los alojamientos se muestran con un índice de aceptación (nivel 4 más bajo)	D7. Limitado conocimiento por parte del personal de servicio respecto a la infraestructura o historia del alojamiento.
F8. Percepción de confianza al personal de servicio con un 4,15 en la escala de Likert.	D8. No se cumplen los tiempos establecidos ni la disposición para los servicios solicitados ya sean servicios adicionales.
F9. Los locales infunden seguridad en el momento de alojarse.	D9. Carencia del 3,89 de capacitación al personal para la atención al cliente por parte de los propietarios de los establecimientos.
F10. Percepción de seguridad en el establecimiento con un 85%.	D10. Despreocupación de un 3,87 de los servicios a ofrecer en los alojamientos.
F11. Existe una percepción adecuada de atención al cliente de un 78,63%.	D11. Un 25% de los alojamientos no realizan el registro de los huéspedes
	D12. Problemas de animales domésticos ajenos en los establecimientos.
	D13. Falta de guardianía en algunos establecimientos.

Tabla 30. Matriz FODA, análisis de los factores externos

Oportunidades	Amenazas
O1. Clima confortable para actividades turísticas	A1. Deterioro de las vías por falta de mantenimiento
O2. Apoyo de las autoridades a los servicios de alojamientos, a través de gestiones empresariales, como es de empresas turísticas.	A2. Pérdida de la cultura (artesanías, tejidos)
O3. Vías de acceso a la parroquia.	A3. Carencia de fuentes de empleo en diferentes actividades
O4. La arquitectura de la parroquia del centro es vernácula.	A4. La limitada promoción turística que se da a la parroquia.
O5. Las nuevas tendencias del turismo.	A5. Limitado desarrollo turístico de parroquia por parte del GAD Parroquial
O6. Cercanía a Vilcabamba (producto turístico mundial)	A6. Falta de apoyo económico por parte del estado hacia el Gd Municipal para eventos participativos en temas de turismo.
O7. Variedad de atractivos y manifestaciones culturales.	A7. Carencia de los servicios al momento de alojarse de las necesidades básicas.
O8. Capacitaciones de atención al cliente de empresas públicas y privadas.	A9. Demanda turística de alojamiento prefiere locales de otras parroquias.
O9. Implementación de un proyecto "Paseo Turístico Malecón Malacatos".	
O10. Generación de empleo a través del turismo.	

6.2.5. Matriz FODA (cruzada)

A través de haber realizado nuestra matriz FODA procedemos a elaborar la matriz estratégica del FO, DO, FA y DA, planteando posibles soluciones ante los aspectos negativos que se vieron reflejados mediante el trabajo de campo que se realizó sobre los servicios de alojamientos en la parroquia Malacatos.

Tabla 31. Matriz de estrategias (FODA cruzado)

Matriz de Estrategias (FODA Cruzado)	Fortalezas	Debilidades
	<p>F1. Existe una oferta de (9) servicios de alojamiento.</p> <p>F2. Oferta de productos turísticos para los visitantes (cuy asado, tilapia fritada, etc.) platos típicos</p> <p>F3. Los propietarios de las hosterías realizan actividades de servicio</p> <p>F4. El alojamiento cuenta con equipos modernos (administrativos) para la atención al cliente.</p> <p>F5. La infraestructura de los locales de alojamientos es atractiva para los clientes.</p> <p>F6. Adecuada limpieza en los diferentes ambientes.</p> <p>F7. Los servicios de los alojamientos se muestran con un índice de aceptación (nivel 4 más bajo)</p> <p>F8. Percepción de confianza al personal de servicio con un 4,15 en la escala de Likert.</p> <p>F9. Los locales infunden seguridad en el momento de alojarse.</p> <p>F10. Percepción de seguridad en el establecimiento con un 85%.</p> <p>F11. Existe una percepción adecuada de atención al cliente de un 78,63%.</p>	<p>D1. Su atención de servicios no son 24/7</p> <p>D2. Falta de promoción turística de los locales de alojamientos</p> <p>D3. Los servicios adicionales (piscina, yacusi, restauración, internet etc.) de los locales se presentan desentendidos</p> <p>D4. Carencia de atención al cliente por parte de los propietarios del servicio de alojamiento en los hoteles.</p> <p>D5. Limitado personal de servicio para atender a las necesidades del cliente.</p> <p>D6. Percepción sobre la capacidad de respuesta de un 3,92 en escala de Likert.</p> <p>D7. Limitado conocimiento por parte del personal de servicio respecto a la infraestructura o historia del alojamiento.</p> <p>D8. No se cumplen los tiempos establecidos ni la disposición para los servicios solicitados ya sean servicios adicionales.</p> <p>D9. Carencia del 3,89 de capacitación al personal para la atención al cliente por parte de los propietarios de los establecimientos.</p> <p>D10. Despreocupación de un 3,87 de los servicios a ofrecer.</p> <p>D11. En base al campo de fiabilidad se evidencia en un 25% en el alojamiento insiste en registros libres de error.</p> <p>D12. Problemas de animales domésticos ajenos en los establecimientos.</p> <p>D13. Falta de servicios de seguridad en algunos establecimientos.</p>

Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>O1. Clima confortable para actividades turísticas</p> <p>O2. Apoyo de las autoridades a los servicios de alojamientos, a través de gestiones empresariales, como es de empresas turísticas.</p> <p>O3. Vías de acceso a la parroquia.</p> <p>O4. La arquitectura de la parroquia del centro es vernácula.</p> <p>O5. Las nuevas tendencias del turismo.</p> <p>O6. Cercanía a Vilcabamba (producto turístico mundial)</p> <p>O7. Variedad de atractivos y manifestaciones culturales.</p> <p>O8. Capacitaciones de atención al cliente de empresas públicas y privadas.</p> <p>O9. Implementación de un proyecto “Paseo Turístico Malecón Malacatos”.</p> <p>O10. Generación de empleo a través del turismo.</p>	<p>Potenciar el servicio de alojamiento de hosterías y hoteles en la parroquia Malacatos. F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F10, F11, O2, O3, O4, O5, O7, O9.</p>	<p>Plantear el aumento de días de atención y nuevos horarios en las hosterías. D1, O1, O2, O9.</p> <p>Capacitar en temas turísticos (atención al cliente.) D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10, O2, O7</p> <p>Promocionar la parroquia como un destino turístico. D2, D3, D4, D8, D9, D12, D13, O1, O2, O3, O4, O6, O8, O9.</p>
<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>A1. Deterioro de las vías por falta de mantenimiento</p> <p>A2. Pérdida de la cultural local (artesanías, tejidos)</p> <p>A3. Carecía de fuentes de empleo en diferentes actividades</p> <p>A4. La limitada promoción turística que se da a la parroquia.</p> <p>A5. Limitado desarrollo turístico de parroquia por parte del GAD Parroquial</p> <p>A6. Falta de apoyo económico por parte de Prepuestos participativos del Gad Municipal en temas de turismo.</p> <p>A7. Carencia en servicios de las necesidades básicas.</p> <p>A8. Demanda turística de alojamiento prefiere locales de otras parroquias.</p> <p>A9. Demanda turística de alojamiento prefiere locales de otras parroquias.</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias FA</p> <p>Mejorar los servicios básicos en la parroquia. F1, F5, F7, F8, A1, A3, A5, A6, A7, A8.</p> <p>Fortalecer los micro emprendimientos basados en la artesanía local. F1, F5, F7, A2, A3, A5, A6.</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias DA</p> <p>Realizar gestiones ante el control de animales domésticos en los establecimientos. D12, D13, A8, A9.</p> <p>Promocionar los servicios de alojamientos de la parroquia Malacatos. D1, D2, D6, D7, D10, A1, A4, A5, A6, A7, A9.</p>

6.3. Desarrollo de estrategias para fortalecer los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos

Con el resultado de esta correlación se han obtenido 8 objetivos estratégicos que es determinante para el fortalecimiento de los servicios de alojamientos en la parroquia Malacatos, los cuales son los siguientes:

- Potenciar el servicio de alojamiento de hosterías y hoteles en la parroquia Malacatos.
- Plantear el aumento de días de atención y nuevos horarios en las hosterías.
- Capacitar en temas turísticos (atención al cliente.)
- Promocionar la parroquia como un destino turístico. Mejorar los servicios básicos en la parroquia.
- Fortalecer los micro emprendimientos basados en la artesanía local.
- Realizar gestiones ante el control de animales domésticos en los establecimientos.
- Promocionar los servicios de alojamientos de la parroquia Malacatos.

6.3.1. Matriz de capacitación

Al haber obtenido como resultado los 8 objetivos estratégicos, que se dio a notar en la matriz foda cruzada y en base al tercer objetivo planteado de la presente investigación, se opta por el desarrollo en el objetivo estratégico la realización de talleres de capacitación a los servicios de alojamiento ya que se evidencio debilidades al momento de recibir los servicios turísticos, esto se lo cumplirá en base a la tabla 32, que se plasma en la propuesta acerca del fortalecimiento de los servicios de alojamientos en la parroquia Malacatos.

Tabla 32. Matriz de capacitación para los servicios de alojamientos y autoridades

TEMA: Capacitación para los servicios de alojamientos		
OBJETIVO		
Promover el buen servicio de atención al cliente en los servicios de alojamientos turísticos de la parroquia Malacatos.		
CONTENIDOS	METODOLOGÍAS	DURACIÓN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atención al cliente <ol style="list-style-type: none"> 1.1. El cliente 1.2. La importancia del cliente 1.3. Técnicas de comunicación verbal y no verbal 1.4. La importancia de percibir las necesidades del cliente 2. La calidad y proceso del servicio al cliente <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Concepto de calidad de servicio 2.2. La importancia de la calidad de servicio 2.3. Claves para la atención al cliente con calidad 2.4. Técnicas de atención al cliente en el proceso del servicio. 3. Pasos para una excelente atención al cliente <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Reconocimiento del tipo de cliente 3.2. El adecuado manejo de conflictos y objeciones 3.3. Imagen del empleado 3.4. Atención personalizada y amable. 4. Vinculación con nuestros clientes <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Importancia del tiempo con los clientes. 4.2. Tiempos asignados para atención al cliente. 4.3. De la teoría a la práctica (dramatización) 	<ul style="list-style-type: none"> • Método acción, reflexión. • Participación individual • Participación grupal • Lluvia de ideas • Talleres grupales • Dramatización • Análisis de casos 	<p>20h</p> <hr/> <p>MODALIDAD DE ESTUDIO</p> <hr/> <p>Presencial</p>
POBLACIÓN OBJETIVO	REQUISITOS DEL PARTICIPANTE	
<ul style="list-style-type: none"> • Propietarios de los alojamientos, empleados de los establecimientos. • Autoridades del Gad Parroquial de Malacatos. • Clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Espíritu y visión de aprender la adecuada atención al cliente • Tener mínimo 18 años. • Pertenecer al sector donde se desarrolla la capacitación • Predisposición para el aprendizaje • Disponibilidad de tiempo 	

	ACADÉMICO	PROFESIONAL	PERSONAL	HABILIDADES
PRFIL DEL CAPACITADOR	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en el ámbito • Título de tercer nivel en áreas afines 	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 3 años de experiencia • Disponibilidad para trabajar in situ. • Dominio del área de capacitación • Estar vinculado a temas de atención al cliente, hospitalidad y cultura turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dominio de procesos pedagógicos • Tener buena presencia. • Poseer buena comunicación oral y escrita. • Responsabilidad y puntualidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación Efectiva. • Empatía. • Manejo de grupos. • Liderazgo • Resolución de problemas

6.3.2. Presupuesto de la capacitación

Tabla 33. Presupuesto de la capacitación

Subactividad por componente	Ítems considerados/ Subactividad/ características	Detalle Técnico	Encargado/ Ejecutor/ Materiales	PRESUPUESTO				CRONOGRAMA VALORADO DE TRABAJO	
				Unidad de medida	Valor Unitario	Cantidad Total	Valor Total	en semanas	
								2022-2023	TOTAL
PROYECTO: Promover el buen servicio de atención al cliente en los servicios de alojamientos turísticos de la parroquia Malacatos.							1 semana		
Taller de capacitación en temas de atención al cliente							\$ 462,00	\$ 462,00	\$ 462,00
Taller de temas en atención al cliente	Taller para las autoridades, empleadores y personal de servicio de alojamientos	Capacitador para 14 personas, alquiler de equipos y compra de refrigerios, (Taller de 20 horas, 4 horas diarias presencial por 5 días)	Pago a capacitador 250 USD los 5 días, alquiler de equipos 10 USD diarios un infocus, y compra de refrigerios a \$1.50, por persona se entrega material por un valor de 3 dólares a cada integrante.	Global	\$ 462,00	1	\$ 462,00	\$ 462,00	\$ 462,00

El presupuesto de \$ 462.00 está basado en los precios estipulados en el mercado más el costo del material necesario, mismo que se ve reflejado en la tabla y está justificado en la posible capacitación para 14 personas, dado que existen 6 servicios de alojamientos que brinda el servicio de hospedaje en la Parroquia de Malacatos, asistirán 2 personas por establecimientos a su vez participaran 2 autoridades del lugar, la capacitación estará enfocada en temas sobre la adecuada atención al cliente, ya que al momento de haber realizado nuestros objetivos 1 y 2, se observó como problemáticas la mala atención al cliente, por falta de capacitaciones, una de las problemas más frecuentes que se vio reflejado es el desinterés de los empleados que tienen hacia las necesidades del cliente y el servicio es tardío al momento de solicitarlo.

Al final de la capacitación se realizará una dramatización hecha por los mismos participantes, teniendo como objetivo principal poner en práctica lo aprendido en el taller.

7. Discusión

El trabajo de investigación parte de un diagnóstico de la parroquia Malacatos, a través de la revisión bibliográfica, la aplicación de entrevistas a las autoridades del GAD, a los empleadores y empleados, cuya información revela que existen en la parroquia establecimientos de alojamiento que apoyan el desarrollo del turismo, los cuales tienen el apoyo de las autoridades para su funcionamiento, al aplicar las fichas del Mintur para evaluar los establecimientos se determinó que existe adecuada accesibilidad para el ingreso de turistas, satisfaciendo a si las necesidades que tienen los clientes hacia los servicios brindados por los alojamientos de la parroquia, corroborando lo manifestado por Bernaola (2017) al mencionar que es el conjunto de prestaciones de servicios, satisfaciendo los deseos o expectativas del turista que debe cumplir los servicios turísticos, y a su vez como se menciona los autores (Boullon, 1997; Caccamo & Solonandrasana, 2001). La aplicación de las entrevistas es una de las herramientas imprescindibles para obtener dicha información, como menciona en su estudio investigativo (Bassan & Rodríguez, 2020). Que ayudó a complementar y enriquecer la información de forma cualitativa así el estudio.

El Modelo de Servpef permitió el estudio de las expectativas y las percepciones que tuvieron los clientes al momento recibir el servicio de alojamiento, mediante las 22 preguntas de cinco dimensiones: elementos tangibles, empatía, seguridad, capacidad de respuesta, y fiabilidad, el cual nos dio como resultados que la empatía y la capacidad de respuesta son las dimensiones que tienen mayor debilidad al momento de haber hecho uso de los servicios de alojamientos es por ello que se corrobora con el trabajo investigativo de (David Fernando Castillo Jara, 2020) la importancia del uso del modelo para medir la calidad del servicio, a través del elemento tangible podemos percibir la infraestructura del establecimiento, como son las instalaciones, los equipos, su publicidad, etc. En cuanto a la empatía, está caracterizado en diagnosticar la percepción de servicio que brinda los empleados y trabajadores; mientras que, con respecto a la seguridad, se entiende mediante las expresiones, pero también, con las personas de seguridad que mantienen los establecimientos para vigilar y cuidar ante alguna situación sospechosa, pensando en que los clientes se sientan seguros y cómodos. Por último, la capacidad de respuesta está basada en preguntas que se realizan, sobre historia de la entidad, en base a los servicios que ofrecen, al igual que en la fiabilidad, es decir, al referirse que no exista parámetros de error en el lugar, asegurándose de brindar buenos resultados, tal como lo menciona Ramos et al. (2020) en su estudio.

Las estrategias se definen como una orientación al mirar a un futuro al ser una solución a un problema en este caso en los establecimientos, que plantea objetivos, metas para lograr una acción positiva (Contreras, 2013); en base a ello, se toma en cuenta la estrategia de capacitación que pretende que las actividades de atención al cliente mejoren las percepciones

del establecimiento, proporcionando la satisfacción del cliente como lo manifiesta, Monge et al. (2019) la atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones con orientación a satisfacer las necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitiva, a si también como nos dice Casanova (2019), el cliente es el protagonista principal y el factor más importante en el juego de los negocios.

La metodología aplicada ayudo a obtener los resultados estimados, cabe mencionar que la metodología aplicada se debería complementar con la herramienta SPSS y el método de Alfa de Cronbach que nos ayuda a medir los resultados que arrojan las tablas en base a la calidad, en la cual se puede reafirmar en el estudio de la aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio, por Ibarra y Casas (2015).

8. Conclusiones

La situación actual de los establecimientos que prestan sus servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos del cantón Loja no han tenido cambios en su infraestructura; asimismo, mediante las entrevistas a las autoridades, gerentes y empleados de los establecimientos se pudo determinar que si existe el apoyo por parte de las autoridades hacia los servicios de alojamiento turísticos de dichos lugares, pero no como se lo espera, además, se obtuvo que los establecimientos trabajan bajo las normativas legales del trabajador, establecidas por el código del trabajo del Ecuador, por lo que es evidente que, la mayoría de negocios prestan las condiciones básicas, tanto en seguridad, distracción, relajación y demás para todos los turistas que visitan la parroquia.

En cuanto a las percepciones de los turistas acerca de los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos se comprobó que, de las 5 dimensiones analizadas, 3 tienen puntos negativos que son la empatía, la capacidad de respuesta y la fiabilidad, todo esto viéndose reflejado en la falta de capacitación en la adecuada atención al cliente. En cambio, como puntos positivos fueron dos, la seguridad y los elementos tangibles. Por tanto, es evidente que se debe mejorar la atención al cliente, sobre todo en las dimensiones más bajas que se puntúan, con el fin de posibilitar un ascenso de los turistas.

Se concluye que al desarrollar estrategias fortalecerá los servicios de alojamiento en los establecimientos de la parroquia Malacatos, para ello, las estrategias y acciones se enfocan en mejorar la calidad de los servicios en los establecimientos, además, de potenciar el servicio de alojamiento de hosterías y hoteles, realizar capacitaciones en temas turísticos (atención al cliente), promocionar la parroquia como un destino turístico, fortalecer los micro emprendimientos basados en la artesanía local y realizar gestiones ante el control de animales domésticos en los en dichos locales.

Asimismo, se concluye de modo general que, es latente la falta de apoyo de las autoridades (a pesar que en las entrevistas realizadas a las autoridades dice lo contrario) como son por parte de la Coordinación Zonal 7 y del Ministerio de Turismo para la promoción y difusión del lugar, problemas con el mantenimiento interno, falta de seguridad, carencia de información de los servicios a brindar, los servicios tardíos, horarios de atención inflexibles, esto dando como resultados la inconformidad y disminución de turistas en los establecimientos en el último tramo.

9. Recomendaciones

Se recomienda que, los establecimientos de alojamiento constantemente deben mejorar sus instalaciones para garantizar el turismo en la localidad, así como aunar esfuerzos entre propietarios y autoridades que les permita ir por la línea de contribuir a la economía del lugar mediante el turismo.

Además, se recomienda mejorar totalmente la atención al cliente, sobre todo, tomando en consideración las dimensiones más bajas que son la empatía, la capacidad de respuesta y la fiabilidad, puesto que, de hacerlo, seguramente se verá incrementado el turismo en el sector. Por ello, es imprescindible aunar fuerzas entre dueños y autoridades locales.

Adicional, se recomienda que, se debe empezar las estrategias de mejoramiento de la calidad de servicio en los alojamientos, tomando en cuenta las capacitaciones al personal, técnicas de comunicación verbal y no verbal, la importancia de percibir las necesidades del cliente, claves para la atención al cliente con calidad, manejo adecuado de conflictos y objeciones, la imagen del empleado, la atención personalizada, entre más temas necesarios y neurálgicos para elevar el turismo en la localidad.

Una vez más se refuerza la idea de unir fuerzas entre propietarios, directivos, funcionarios del cantón Loja y autoridades parroquiales para organizar estrategias innovadoras conjuntas que posibiliten aumentar la afluencia del turismo en Malacatos. Por ello, se recomienda a la parte competente brindar los cursos y talleres para mejorar el servicio y la calidad de atención del viajero.

10. Bibliografía

- Aledo, A., Mazón, T., & Mantecón, A. (2007). La insostenibilidad del turismo residencial.
- Angamarca, G., Díaz, Y., & Martínez, C. (2019). La calidad percibida por el cliente del servicio hotelero. una revisión bibliográfica. *Ciencias Sociales Y Económicas*, 3(2), 100-133.
- Arias-Aragones, F., Caraballo-Payares, A., & Matos-Navas, R. (2012). El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global. *Clío América*, 6(11), 72-98.
- Bassan, C., & Rodríguez, A. (2020). Estudio de percepción del turismo por parte de los residentes de la localidad de barreal, departamento de calingasta (san juan). *Revista De Turismo E Identidad*, 1(1), 217-251.
- Benavides, D., & Calva, C. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico y recreacional en la parroquia 7 de julio del cantón shushufindi de la provincia de sucumbíos*. <https://bit.ly/3XTbBm4>
- Blog Definición. (2021). *Concepto, definición alojamiento*. <https://bit.ly/3kKmfV>
- Camelo, J., & Ceballos, L. (2012). *Desarrollo, sustentabilidad y turismo: Una visión multidisciplinaria*. <https://bit.ly/3Y2VeTK>
- Campodónico, R., & Chalar, L. (2013). El turismo como construcción social: Un enfoque epistemo-metodológico. *Anuario Turismo Y Sociedad*, (14), 3.
- Casanova, Y. (2019). *Formatos de inventarios turísticos*. <https://bit.ly/3HAwtJh>
- Cedeño, J., & Ormaza, A. (2022). Evaluación y clasificación del alojamiento turístico para la satisfacción del cliente: Caso puerto lópez.
- Chavez, J. (2018). *¿Qué es el turismo cultural? concepto y características*. <https://bit.ly/3WBSuAB>
- Contreras, E. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*, (35), 152-181.
- Entorno Turístico. (2021). *¿Qué es el turismo?* <https://bit.ly/3kMaJkO>

- Expósito, M. (2009). *Conceptos básicos de los servicios y productos turísticos*. <https://bit.ly/3RbpyJB>
- GAD Malacatos. (2021). *Malacatos, datos generales y geográficos*. <https://bit.ly/3DisQoI>
- Gobernación de la Provincia de Loja. (2021). *Gobernación de loja presenta nuevas autoridades del ejecutivo en territorio*. <https://bit.ly/3WKPRYi>
- Gutiérrez, F. (2022). *Análisis FODA cruzado*. <https://bit.ly/3WBqMiF>
- Ibarra, L., & Casas, E. (2015). Aplicación del modelo servperf en los centros de atención telcel, hermosillo: Una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría Y Administración*, 60(1), 229-260.
- Manzanilla, S. (2022). *Análisis FODA: Qué es y cómo aplicarlo en tu empresa*. <https://bit.ly/3Jj4miZ>
- Martínez, V. (2017). El turismo de naturaleza: Un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(785), 396.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Reglamento de alojamiento turístico*. <https://bit.ly/2HxS4Va>
- Monge, M., Cevallos, T., García, R., & Monge, G. (2019). Calidad del servicio de alojamiento y percepción del cliente mediante el modelo servqual, en establecimientos de la ciudad de puyo. *Ciencia Digital*, 3(4), 263-287.
- Mora, C. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *REMark-Revista Brasileira De Marketing*, 10(2), 146-162.
- Narváez, M., & Castillo, D. (2020). *Análisis de la calidad del servicio que presta la hostería las lagunas de la parroquia malacatos, cantón loja, provincia loja*. <https://bit.ly/3WAHoqI>
- OEA. (2018). *La OEA y la OMT presentan informe "el turismo y los objetivos de desarrollo sostenible: Buenas prácticas en las américas"*. <https://bit.ly/3RdpV6M>
- Organización Mundial del Turismo. (2011). *Introducción al turismo*.
- OSTELEA Tourism Management School. (2020). *Turismo cultural: Qué es, tipos y ejemplos*. <https://bit.ly/3XCWLjE>

- Padilla, O. (1991). El turismo: Fenómeno social. <https://bit.ly/3XIBPYr>
- Pasquotto, M., de Oliveira, D., Barbosa, M., de Souza, M., & Romero, Á. (2019). La percepción del turista sobre los atributos de los hospedajes en brasil: Un análisis en base a los comentarios online. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 28(4), 882-902.
- Ramón, J. (2012). Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: El caso de ibiza. *Universita De Les Illes Balears*, <https://bit.ly/3wyWodX>
- Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L., & Cherre, I. (2020). El modelo servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Revista Universidad Y Sociedad*, 12(2), 417-423.
- Revista Educativa Cursos Online Web. (2016). *Clases de servicio*. <https://bit.ly/3HwAPRD>
- Sánchez, L. (2019). *¿Qué es un presupuesto?* <https://empredepyme.net/que-es-un-presupuesto.html>
- Secretaría de Turismo de México. (2017). *Turismo*. <https://bit.ly/3Y0MsFP>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial, parroquia malacatos, cantón loja, provincia de loja*. <https://bit.ly/3JfGtZK>
- Turismo de la República de Colombia. (2017). *Turismo de naturaleza y ecoturismo ¿Cuál es la diferencia? minsterio de comercio, industaria y turismo*. <https://bit.ly/407xvUj>
- Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, (8), 47-53.
- World Tourism Organization. (2018). *La OMT y la CET publican un informe sobre turismo de salud*. <https://bit.ly/3wyaL2d>
- World Tourism Organization. (2020). *Ética, cultura y responsabilidad social*. <https://bit.ly/3Djvo6h>

11. Anexos

Anexo 1. Oficio de designación de director del Trabajo de Integración Curricular



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Carrera de Administración Turística
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA

Presentada el día de hoy, 10 de mayo de 2022, a las 16h00. Lo certifica, la Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.

ENA REGINA
PELAEZ SORIA

Firmado digitalmente
por ENA REGINA PELAEZ
SORIA
Fecha: 2022.05.12
12:10:37 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc
**SECRETARIA ABOGADA DE LA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 10 de mayo de 2022, a las 16h05. Atendiendo la petición que antecede, de conformidad a lo establecido en el **Art. 228 Dirección del trabajo de integración curricular o de titulación**, del Reglamento de Régimen Académico de la UN vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto, se designa **al Ing. Rubén Darío Román Aguirre, Mg. Sc.**, Docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, como **DIRECTOR/A del Trabajo de Integración Curricular o Titulación**, titulado: **"ESTUDIO DE LAS PERCEPCIONES DE LOS TURISTAS ACERCA DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN LOJA"**, de autoría de ell/la Sr/Srta. **CAHUATIJO SERRANO EMILY ANDREA**. Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 antes mencionado. Usted en su calidad de director del trabajo de integración curricular o de titulación *"será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de integración curricular o de titulación"*. **NOTIFÍQUESE para que surta efecto legal.**

CESAR
AUGUSTO
NEIRA

Firmado digitalmente por
CESAR AUGUSTO
NEIRA
Fecha: 2022.05.12
12:10:37 -05'00'

Cesar Augusto Neira Hinojosa, Mg. Sc.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO

Loja, 10 de mayo de 2022, a las 16h10. Notifiqué con el decreto que antecede **al Ing. Rubén Darío Román Aguirre, Mg. Sc.**, para constancia suscriben:

RUBEN DARIO
ROMAN
AGUIRRE

Firmado digitalmente
por RUBEN DARIO
ROMAN AGUIRRE
Fecha: 2022.05.13
09:59:55 -05'00'

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, Mg. Sc.
ASESOR/A DEL PROYECTO

ENA REGINA
PELAEZ
SORIA

Firmado digitalmente por
ENA REGINA
PELAEZ SORIA
Fecha: 2022.05.12
12:10:46 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
SECRETARIA ABOGADA

Elaborado por: Soledad Medina G.
C.C.Archivo

Anexo 2. Oficio de Aprobación del Trabajo de Integración Curricular



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

SECRETARIA GENERAL
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CERTIFICACION DE APROBACION DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR O DE TITULACIÓN

Conforme lo establecido en el Art. 231 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja vigente, que textualmente en su parte pertinente dice: **"Aprobación de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación.** La Unidad de Integración Curricular o de Titulación, está conformada por la asignatura denominada trabajo o unidad de integración curricular. A la culminación de las labores académicas de la asignatura denominada Trabajo o Unidad de Integración Curricular o de Titulación, el director del trabajo de integración curricular o de titulación, emitirá el certificado individual de culminación, con el cual el docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación calificará la aprobación del trabajo de integración curricular o de titulación el que, junto con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determinará la acreditación o no de la Unidad. En el certificado dejará sentada la razón de las posibles variaciones o modificaciones menores que se han realizado por ser indispensables para asegurar el buen desarrollo de la investigación...". En mi calidad de director del trabajo de integración curricular **CERTIFICO:**

Que, el señor estudiante CAHUATILLO SERRANO EMILY ANDREA con C.C. N° 1753021847 ha culminado a satisfacción el trabajo de titulación denominado **"Estudio de las percepciones de los turistas acerca de los servicios de alojamientos de la parroquia Malacatos cantón Loja"**, ya que cumple con un porcentaje de **100%** . Por lo manifestado dejo sentada razón de que en dicho trabajo **no han existido** cambios menores o mayores.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el señor/a docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación; proceda a la calificación y aprobación del mismo; y, conjuntamente con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determine la acreditación o no de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación, del mencionado estudiante.

Loja, 15 de agosto de 2022

RUBEN DARIO ROMAN AGUIRRE
Firmado digitalmente
por RUBEN DARIO
ROMAN AGUIRRE
Fecha: 2022.08.16
16:18:03 -05'00'

F) _____
Ing. Rubén Darío Román Aguirre MAE
DIRECTOR DE TRABAJO DE I. CURRICULAR

C.C. Srta Emily Cahuatillos.
Expediente De Estudiante
Archivo

Anexo 3. Decreto de Tribunal del Trabajo de Integración Curricular



FACULTAD, JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA TURISMO

Memorando Nro.: UNL-FJSA-CTUR-2023-055
Loja, 09 de febrero de 2023

PARA: Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva, Mg. Sc.
Ing. Alex Javier Quito Ramón, Mg. Sc.
Ing. Luis Raúl Coronel Curimilma, Mg. Sc.

INTEGRANTES DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACION Y CALIFICACION DEL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR

Srta. Emily Andrea Cahuatijo Serrano
ASPIRANTE A LICENCIADA EN TURISMO

ASUNTO: Notificación de designación de tribunal

En cumplimiento al último inciso del Art. 232, segundo inciso y siguientes del Art. 236 y el primer inciso del Art. 238 del Reglamento de Régimen Académico de la UNL que disponen: **Art. 232.- Registro de la calificación de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación.- (...)** La Universidad Nacional de Loja emitirá el respectivo título, cuando el estudiante apruebe todos los requisitos académicos y administrativos establecidos en el presente Reglamento y demás normativos o resoluciones, lo que constará en el acta consolidada de finalización de estudios; **Art. 236.- Sustentación del trabajo de integración curricular o de titulación.- (...)** El Director/a de carrera o programa designará a los integrantes del tribunal de sustentación y calificación del trabajo de integración curricular o de titulación, de entre los profesores de la carrera o programa, de la Facultad o de la Universidad afines al tema del trabajo. El tribunal estará integrado por tres miembros docentes: el Presidente y dos profesores miembros. (...) El presidente del tribunal será la autoridad de mayor jerarquía o el profesor más antiguo de acuerdo con el escalafón (...). **Art. 238.- Difusión de los resultados de la investigación formativa de tercer y cuarto nivel.-** El director del trabajo de integración curricular o de la titulación y el aspirante, mediante una comunicación suscrita por ambas, remitirán al Director/a de carrera, un artículo derivado de la investigación, previo a la sustentación pública, el mismo que podrá ser publicado por la Facultad o la Unidad de Educación a Distancia (...)

Y en atención a la petición de fecha **08 de febrero de 2023**; realizada por la ESTUDIANTE **EMILY ANDREA CAHUATIJIO SERRANO**, con número de cédula **1753021847**; cuyo tema presentado es: **"ESTUDIO DE LAS PERCEPCIONES DE LOS TURISTAS SOBRE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN LOJA"**; y, conforme al sorteo realizado se **DESIGNA** el **TRIBUNAL DE SUSTENTACION Y CALIFICACION DEL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR**, con los siguientes integrantes:

Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva, Mg. Sc.
Ing. Alex Javier Quito Ramón, Mg. Sc.
Ing. Luis Raúl Coronel Curimilma, Mg. Sc.

Presidenta
Miembro Docente
Miembro Docente

Particular que comunico para los fines legales correspondientes;

Atentamente,

RUBEN DARIO ROMAN AGUIRRE
Firmado digitalmente por RUBEN DARIO ROMAN AGUIRRE Fecha: 2023.02.09 16:42:09 -0500

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, MAE.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO DE LA UNL

RDRA/semg
C.c. Archivo

72 - 545187
Universidad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa"
asilla Letra "S" La Argelia. Loja - Ecuador

Anexo 4. Certificado de traducción del resumen del Trabajo de Integración Curricular

Loja, 28 de febrero de 2023

CERTIFICACIÓN DE TRADUCCIÓN

Doctora.

Erika Lucía González Carrión, Ph.D.

Docente de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja

CERTIFICO:

En mi calidad de traductora del idioma Inglés, con capacidades que pueden ser probadas a través de las traducciones realizadas para revistas de alto impacto como: Comunicar(Q1): <https://bit.ly/3v0JggL> así como a través de la Certificación de conocimiento del Inglés, nivel B2, que la traducción del Resumen (Abstract) del Trabajo de Titulación denominado: **“ESTUDIO DE LAS PERCEPCIONES DE LOS TURISTAS SOBRE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN LOJA”**; de la autoría de la señorita estudiante: **Emily Andrea Cahuatijo Serrano**, con CI: 1753021847, es correcta y completa, según las normas internacionales de traducción de textos.

Es cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada, señorita **Emily Andrea Cahuatijo Serrano**, hacer uso legal del presente, según estime conveniente.

Atentamente,



Dra. Erika González Carrión. PhD.
Docente de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación
Universidad Nacional de Loja

Anexo 5. Catastro del Mintur, establecimientos de alojamiento

INVENTARIO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO							
Nro.	Nombre del Establecimiento	Teléfono principal	Propietario/a	Horarios de atención	Tipo de establecimiento	Número de PAX	Ubicación
1							
2							
3							
4							
5							
6							

Anexo 6. Modelo de entrevista para las autoridades del GAD



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE TURISMO

ENTREVISTA – AUTORIDADES

Tema:

Estudio de las percepciones de los turistas acerca los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos, cantón Loja.

Fecha:

DD/MM/AA

Nombre del establecimiento:

DATOS PERSONALES

Nombre de la autoridad:

Edad:

Sexo:

Nivel de educación:

Cargos:

Profesión:

PREGUNTAS

1. ¿Dentro de la planificación del PDOT de la parroquia Malacatos han considerado como prioridad el desarrollo del turismo? Si - No ¿Por qué?
2. ¿Cree usted que los establecimientos de alojamiento benefician al crecimiento social, económico y turístico de la Parroquia? Si - No ¿Por qué?
3. ¿Considera que la calidad de los servicios de alojamiento actuales apoya el desarrollo del turismo en la parroquia? Si - No ¿Por qué?
4. Con respecto a las actividades en los servicios de alojamiento ¿Considera usted que genera fuentes de ingreso a los residentes locales? Si - No ¿Por qué?
5. ¿Como apoya a los servicios de alojamiento con respecto a las necesidades básicas de? Alcantarillado, Agua potables y la recolección de residuos
6. ¿Existe una organización para apoyar al Turismo?
7. ¿Como apoyan a los empresarios de alojamiento?

Anexo 7. Modelo de entrevista al gerente general



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE TURISMO**

ENTREVISTA – GERENTE GENERAL DEL ESTABLECIMIENTO

Tema: Estudio de las percepciones de los turistas acerca los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos, cantón Loja.

Fecha:
DD/MM/AA

Nombre del establecimiento:

DATOS PERSONALES

Nombre del propietario:

Edad:

Sexo:

Nivel de educación:

Cargos:

Profesión:

PREGUNTAS

1. ¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento el establecimiento?
 2. ¿Cree usted que la infraestructura del establecimiento se encuentra en buenas condiciones?
 3. ¿Cuenta con proyectos de mejoramiento en ejecución o para ejecutarse?
 4. ¿Considera usted que los servicios brindados por su establecimiento satisfacen las necesidades de los clientes?
 5. ¿Qué imagen espera dar a los clientes de su alojamiento con sus servicio y atención?
 6. ¿Ha realizado un análisis de calidad del servicio que presta su establecimiento?
 7. ¿Con que frecuencia los turistas visitan su establecimiento?
 8. ¿Su establecimiento considera los aspectos de inclusividad (discapacidades)?
 9. ¿Tienen personal capacitado para la actividad turística? ¿En qué áreas?
 10. ¿Cuáles son las temporadas altas y bajas?
 11. ¿Le genera beneficios económicos la actividad turística?
 12. ¿Existen planificaciones y apoyo en el sector turístico de los servicios de alojamiento por parte de las autoridades?
-

Anexo 8. Modelo de entrevista al personal de servicio



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE TURISMO

ENTREVISTA – PERSONAL DE SERVICIO

Tema: Estudio de las percepciones de los turistas acerca los servicios de alojamiento en la parroquia Malacatos, cantón Loja.

Fecha:
DD/MM/AA

Nombre del establecimiento:

DATOS PERSONALES

Nombre del propietario:

Edad:

Sexo:

Nivel de educación:

Cargos:

Profesión:

PREGUNTAS

1. Cree que existe algún aspecto negativo del alojamiento, en cuanto al servicio en:
Elementos intangibles
¿Con respecto a la apariencia en su infraestructura?
¿Con respecto al servicio brindado?
Empatía
¿Ofrecen una atención personalizada al cliente?
¿Se preocupan por mejorar el servicio?
Seguridad
¿Brinda seguridad al cliente?
¿Transmite seguridad a través de su vestimenta de trabajo?
Capacidad de respuesta
¿Informan detalladamente las actividades del servicio que ofrecen?
¿Atienden con rapidez ante los inconvenientes que presenten los clientes?
Fiabilidad
¿Cumplen con las necesidades del cliente?
¿Proveen un servicio adecuado a los clientes?
2. ¿Cuáles son los inconvenientes que presentan los turistas al momento de adquirir los servicios de alojamiento?
3. ¿Cuenta con los equipamientos adecuados para el mantenimiento interno del establecimiento?
4. ¿Qué considera usted que se mejore o implemente dentro del establecimiento?
5. ¿Recibe capacitación permanente para la actividad turística?
6. ¿Qué tipo de turistas se hospedan con mayor frecuencia en el establecimiento?
7. ¿Cuáles son los servicios que se consume con mayor frecuencia?
8. ¿Labora bajo la normativa de trabajo vigente?

FICHA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

	Nombre del establecimiento:	Teléfono:
		Fax:
	Dirección:	
	Nombre del propietario:	
	Nombre del director:	
	Cadena o asociación	Si Nombre:
	Hotelera:	No
	Año de construcción:	
	Año de última remodelación:	
	Características físicas del establecimiento	
Tipo de Establecimiento	Hotel	Categoría:
	Auto Hotel	5 estrellas
	Motel Turístico	4 estrellas
	Hotel tiempo compartido	
	Pensión	3 estrellas
	Casa de Huéspedes	
	Alberge	2 estrellas
	Campamento	
	Vivienda Vacacional	1 estrellas
Estancia Vacacional		
Número de Habitaciones	Otro:	Otro:
	Individuales	
	Dobles	Nro. de
	Triples	baños
	Suits	
Equipamientos y Servicios Generales	Otro:	
	Restaurante	Piscinas
	Bar	Sala de banquetes
	Discoteca	Sala de reuniones
	Parking	Instalaciones deportivas
	Jardines	Otro:
Servicio de Restaurante	Categoría:	Observaciones:
	Capacidad del local:	
	Tipo de cocina:	
	Especialidades:	
Servicio de Habitaciones	Teléfono	Caja fuerte
	TV radio	Aire acondicionado
	Minibar	Otro:
	Moderna	Observaciones:
Tipo de Construcción	Antigua	
	Arquitectura tradicional	
	Edificio de valor singular	
	Otro:	
	Valoración del conjunto	
La puntuación puede ser:	Valor del 1 al 5	5 4 3 2 1
5 Excelente	Estado de conservación	
4 Muy buena	Fachada	
	Decoración interior	

3	Bueno	Mobiliario	
2	Regular	Jardines y zonas libres	
1	Malo	Limpieza	
Características funcionales de la empresa			
	Número de Empleados	Dirección general: Recepción: Camareros Servicios de habitaciones: Mantenimiento: Cocina: Otro:	
	Periodo de Funcionamiento	Todo el año Temporada alta Periodos concretos	Señalar meses del Año
	Media de ocupación anual	Especificar: ____%	Observaciones:
	Precio de Habitaciones	Individuales Triples Triples Otro:	
	Estancia media de huéspedes	1 noche 2 noches 3 0 6 noches 7 o más noches	Observaciones:
	Procedencia de huéspedes	Extranjeros Nacionales Locales (de la región)	Observaciones:
	Gasto medio por persona	Especificar: \$_____	Observaciones:
	Tipo de promoción	Publicidad en prensa Folletos Ferias de turismo Asociaciones: Otro:	Observaciones:
	Proyecto de Ampliación	Si No	¿De qué tipo?

Nota. Formatos de inventarios turísticos.(Yesenia Casanova, 2019)

Anexo 10. Ficha resumen de los servicios de alojamiento

FICHA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO



Nombre del establecimiento: Hostería el Remanso
Teléfono: 0997535280
Fax: 98
Dirección: VIA LANDANGUI TAXICHE
Nombre del propietario: Víctor Manuel Rueda
Nombre del director: Manuel José Ochoa
Cadena o asociación Hotelera: **Si** **Nombre:** No X
Año de construcción: 2014
Año de última remodelación: 2018

Características físicas del establecimiento

Tipo de Establecimiento	Hotel	Categoría:	
	Auto Hotel	5 estrellas	
	Motel Turístico	4 estrellas	
	Hotel tiempo compartido		
	Pensión	X 3 estrellas	
	Casa de Huéspedes		
	Alberge	2 estrellas	
	Campamento		
	Vivienda Vacacional	1 estrellas	
	X Estancia Vacacional		
Número de Habitaciones	Otro:	Otro:	
	X Individuales		5
	X Dobles		3
	X Triples	Nro. de baños	2
	X Suits		0
	Otro: Múltiple (+5pax)		2
Equipamientos y Servicios Generales	X Restaurante	X Piscinas	
	X Bar	X Sala de banquetes	
	Discoteca	X Sala de reuniones	
	X Parking	X Instalaciones deportivas	
	X Jardines	Otro: Sauna, turco, Hidromasaje	
Servicio de Restaurante	Categoría:	3 tenedores	Observaciones:
	Capacidad del local:	200	Los platos a la carta son preparados en ese momento
	Tipo de cocina:	Cocina tradicional, recreativa.	
	Especialidades:	Pescados y Mariscos	
Servicio de Habitaciones	X Teléfono	Caja fuerte	
	X TV radio	X Aire acondicionado	
	Minibar	Otro: Baño privado	
	X Moderna	Observaciones:	
Tipo de Construcción	Antigua	Su infraestructura es cómoda generando seguridad y tranquilidad al cliente	
	Arquitectura tradicional		
	Edificio de valor singular		
	Otro: Acogedora		

Valoración del conjunto

La puntuación puede ser: Valor del 1 al 5 5 4 3 2 1

		Estado de conservación	X	
5	Excelente	Fachada		X
4	Muy buena	Decoración interior	X	
3	Buena	Mobiliario		X
2	Regular	Jardines y zonas libres	X	
1	Malo	Limpieza		X
Características funcionales de la empresa				
		Dirección general:	1	
		Recepción:	1	
		Camareros	4	
	Número de Empleados	Servicios de habitaciones:	2	
		Mantenimiento:	1	
		Cocina:	6	
		Otro:		
	Periodo de Funcionamiento	Todo el año	X	Señalar meses del Año
		Temporada alta		Todos los meses del año
		Periodos concretos		
Observaciones:				
	Media de ocupación anual	Especificar: 90%		Normalmente se llena el aforo entre los días viernes, sábado, domingo y los días festivos.
		Individuales		35\$
	Precio de Habitaciones	Doble		72\$
		Triples		25\$ por persona
		Otro: Familiar 5 camas		20\$ por persona
		X 1 noche		Observaciones:
	Estancia media de huéspedes	X 2 noches		
		X 3 0 6 noches		
		7 o más noches		
		X Extranjeros		Observaciones:
	Procedencia de huéspedes	X Nacionales		Los turistas que mayormente llegan son cuencanos, quiteños y guayaquileños.
		X Locales (de la región)		
Observaciones:				
	Gasto medio por persona	Especificar: \$20 dólares		Su gasto depende al servicio que adquieren
		X Publicidad en prensa		Observaciones:
		Folletos		
	Tipo de promoción	X Ferias de turismo		Su promoción turística se basa más en páginas oficiales como son las redes sociales.
		Asociaciones:		
		Otro: Páginas web, redes sociales		
	Proyecto de Ampliación	X Si		¿De qué tipo?
		No		Un tobogán, juegos de mesa y juegos para niños

Nota. Formatos de inventarios turísticos.(Yesenia Casanova, 2019)

FICHA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO



Nombre del establecimiento: Hotel Villa Colonial **Teléfono:** 0989985952
Dirección: JUSTINIANO ESTUPINAN S/N
 JUAN PIO MONTUFAR
Nombre del propietario: Jaramillo Celi Luz Esperanza
Nombre del director: Rodrigo Mejía
Cadena o asociación: **Si** **Nombre:**
Hotelera: **No** X
Año de construcción: 2019
Año de última remodelación: 2019

Características físicas del establecimiento

Tipo de Establecimiento	X Hotel	Categoría:	
	Auto Hotel		5 estrellas
	Motel Turístico		
	Hotel tiempo compartido		4 estrellas
	Pensión		
	Casa de Huéspedes		3 estrellas
	Alberge		
	Campamento	X	2 estrellas
	Vivienda Vacacional		
	X Estancia Vacacional		1 estrellas
	Otro:	Otro:	
Número de Habitaciones	X Individuales		7
	X Dobles		7
	X Triples	Nro. de	6
	X Cuádruple	baños	4
	Otro:		
Equipamientos y Servicios Generales	X Restaurante	X Piscinas	
	Bar	X Sala de banquetes	
	Discoteca	X Sala de reuniones	
	X Parking	Instalaciones deportivas	
	X Jardines	Otro: Sauna, turco, Hidromasaje	
Servicio de Restaurante	Categoría:	Observaciones:	
	Capacidad del local:		
	Tipo de cocina:		
	Especialidades:		
Servicio de Habitaciones	X Teléfono	Caja fuerte	
	X TV radio	X Aire acondicionado	
	Minibar	Otro: Baño privado	
	X Moderna	Observaciones:	
Tipo de Construcción	Antigua	Su infraestructura es cómoda	
	Arquitectura tradicional	generando seguridad y	
	Edificio de valor singular	tranquilidad al cliente	
	Otro: Acogedora		

Valoración del conjunto

La puntuación puede ser:	Valor del 1 al 5	5	4	3	2	1
5 Excelente	Estado de conservación	X				
	Fachada		X			

4	Muy buena	Decoración interior	X	
3	Buena	Mobiliario		X
2	Regular	Jardines y zonas libres		X
1	Malo	Limpieza		X
Características funcionales de la empresa				
		Dirección general:	1	
		Recepción:	1	
		Camareros	1	
Número de Empleados		Servicios de habitaciones:	0	
		Mantenimiento:	1	
		Cocina:	0	
		Otro:		
Periodo de Funcionamiento		Todo el año	X	Señalar meses del Año
		Temporada alta		Todos los meses del año
		Periodos concretos		
Observaciones:				
Media de ocupación anual		Especificar: 60%		Normalmente se el aforo entre el 50% los días sábado, domingo y los días festivos.
		Individuales		15\$
Precio de Habitaciones		Doble		30\$
		Triples		15\$ por persona
		Otro: Familiar 4 camas		15\$ por persona
		X 1 noche		Observaciones:
Estancia media de huéspedes		X 2 noches		
		X 3 0 6 noches		
		7 o más noches		
		X Extranjeros		Observaciones:
Procedencia de huéspedes		X Nacionales		Los turistas que mayormente llegan son cuencanos, quiteños y guayaquileños.
		X Locales (de la región)		
Gasto medio por persona		Especificar: \$20 dólares		Observaciones:
		X Publicidad en prensa		Observaciones:
		Folletos		
Tipo de promoción		X Ferias de turismo		Su promoción turística se basa más en páginas oficiales como son las redes sociales.
		Asociaciones:		
		Otro: Páginas web, redes sociales		
Proyecto de Ampliación		Si		¿De qué tipo?
		X No		

Nota. Formatos de inventarios turísticos.(Yesenia Casanova, 2019)

FICHA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO



Nombre del establecimiento: Hostería Las Lagunas
Teléfono: 0982992498
Fax: 98
Dirección: VIA A VILCABAMBA SN SIN INTERSECCION
Nombre del propietario: Delgado Morocho Hernán Hipólito
Nombre del director: Alexander Saez
Cadena o asociación: **Si** **Nombre:**
Hotelera: **No** X
Año de construcción: 2006
Año de última remodelación: 2019

Características físicas del establecimiento

	Hotel		Categoría:
	Auto Hotel		5 estrellas
	Motel Turístico		4 estrellas
	Hotel tiempo compartido		4 estrellas
Tipo de Establecimiento	Pensión	X	3 estrellas
	Casa de Huéspedes		3 estrellas
	Alberge		2 estrellas
	Campamento		2 estrellas
	Vivienda Vacacional		1 estrellas
	X Estancia Vacacional		1 estrellas
	Otro:		Otro:
	X Individuales		5
	X Dobles		3
Número de Habitaciones	X Triples	Nro. de	2
	X Suits	baños	0
	Otro: Múltiple (+5pax)		2
	X Restaurante	X	Piscinas
	X Bar	X	Sala de banquetes
Equipamientos y Servicios Generales	X Discoteca	X	Sala de reuniones
	X Parking	X	Instalaciones deportivas
			Sauna, turco,
	X Jardines	Otro:	Hidromasaje, Karaoke, paseo en senderos
	Categoría:	3 tenedores	Observaciones:
Servicio de Restaurante	Capacidad del local:	200	Los platos a la carta son preparados en ese momento
	Tipo de cocina:	Cocina tradicional, recreativa.	
	Especialidades:	Pescados y Mariscos	
	X Teléfono		Caja fuerte
Servicio de Habitaciones	X TV radio	X	Aire acondicionado
	X Minibar	Otro:	Baño privado
	X Moderna		Observaciones:
	X Antigua		Su infraestructura es cómoda generando seguridad y tranquilidad al cliente, los detalles a la antigua hacen recordad unos 20 años atrás.
Tipo de Construcción	Arquitectura tradicional		
	Edificio de valor singular		
	Otro: Acogedora		

		Valoración del conjunto					
		Valor del 1 al 5	5	4	3	2	1
La puntuación puede ser:		Estado de conservación	X				
5	Excelente	Fachada	X				
4	Muy buena	Decoración interior	X				
3	Bueno	Mobiliario	X				
2	Regular	Jardines y zonas libres	X				
1	Malo	Limpieza	X				
Características funcionales de la empresa							
		Dirección general:	1				
		Recepción:	1				
		Camareros	8				
Número de Empleados		Servicios de habitaciones:	4				
		Mantenimiento:	1				
		Cocina:	8				
		Otro:					
Periodo de Funcionamiento		Todo el año	X	Señalar meses del Año			
		Temporada alta		Todos los meses del año			
		Periodos concretos					
Observaciones:							
Media de ocupación anual		Especificar: 99%		Normalmente se llena el aforo entre los días jueves, viernes, sábado, domingo y los días festivos.			
		Individuales	30\$				
		Doble	50\$				
		Triples	70\$				
Precio de Habitaciones		Familiar					
		Otro: dependiendo de camas	25\$ por persona				
Observaciones:							
Estancia media de huéspedes	X	1 noche		Las personas que se hospedan son personas de ciudades lejanas o extranjeros.			
	X	2 noches					
	X	3 0 6 noches					
		7 o más noches					
		X	Extranjeros	Observaciones:			
		X	Nacionales	Los turistas que mayormente llegan son de la ciudad de Loja, Cuenca, Quito, Guayaquil, a su vez turistas extranjeros de países europeos como Francia y de USA.			
Procedencia de huéspedes	X	Locales (de la región)					
Observaciones:							
Gasto medio por persona		Especificar: \$20 dólares		Su gasto depende al servicio que adquieren			
Observaciones:							
		X	Publicidad en prensa				
			Folletos				
		X	Ferias de turismo	Su promoción turística se basa más en páginas oficiales de la hostería y a su vez en las redes sociales.			
			Asociaciones:				
		Otro:	Páginas web, redes sociales				
		X	Si	¿De qué tipo?			

Proyecto de Ampliación	No	Crear más habitaciones, el mejoramiento de la infraestructura.
-------------------------------	----	--

Nota. Formatos de inventarios turísticos.(Yesenia Casanova, 2019)

FICHA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO



Nombre del establecimiento: Hostería Cabañas del Sol
Teléfono: 0985724163
Fax: 14
Dirección: KM 24 1/2 VÍA A MALACATOS-LOJA
Nombre del propietario: Llivigañay Pardo Sara Margoth
Nombre del director: Almicar Ivan Rodriguez
Cadena o asociación: Si **Nombre:**
Hoteleria: No X
Año de construcción: 2012
Año de última remodelación: 2017

Características físicas del establecimiento

Tipo de Establecimiento	Hotel Auto Hotel Motel Turístico Hotel tiempo compartido Pensión Casa de Huéspedes Alberge Campamento Vivienda Vacacional <input checked="" type="checkbox"/> Estancia Vacacional	Categoría:	5 estrellas 4 estrellas 3 estrellas 2 estrellas 1 estrellas
Número de Habitaciones	<input checked="" type="checkbox"/> Individuales <input checked="" type="checkbox"/> Dobles Triples Suits	Otro:	4 2 Nro. de baños 2
Equipamientos y Servicios Generales	<input checked="" type="checkbox"/> Piscina <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante <input checked="" type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Discoteca <input checked="" type="checkbox"/> Parking <input checked="" type="checkbox"/> Jardines	Otro:	Piscinas Sala de banquetes Sala de reuniones Instalaciones deportivas Sauna, turco, Hidromasaje
Servicio de Restaurante	Categoría: 1 tenedor Capacidad del local: 50 Tipo de cocina: Cocina tradicional Especialidades:	Observaciones:	Se sirve desayunos, almuerzos, la cena, estos son elaborados al día.
Servicio de Habitaciones	<input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> TV radio <input checked="" type="checkbox"/> Minibar Moderna	Otro:	Caja fuerte <input checked="" type="checkbox"/> Aire acondicionado Baño privado Observaciones:

Tipo de Construcción	X	Antigua	Su infraestructura es cómoda	
	X	Arquitectura tradicional Edificio de valor singular	generando seguridad y tranquilidad al cliente, a su vez lleva una infraestructura rustica	
	Otro:	Rustica		
Valoración del conjunto				
La puntuación puede ser:	Valor del 1 al 5		5 4 3 2 1	
	5	Excelente	Estado de conservación	X
	4	Muy buena	Fachada	X
	3	Buena	Decoración interior	X
	2	Regular	Mobiliario	X
	1	Mala	Jardines y zonas libres	X
			Limpieza	X
Características funcionales de la empresa				
Número de Empleados	Dirección general:		1	
	Recepción:		1	
	Camareros		1	
	Servicios de habitaciones:		0	
	Mantenimiento:		1	
	Cocina:		1	
Periodo de Funcionamiento	Otro:			
	Todo el año	X	Señalar meses del Año	
	Temporada alta		Todos los meses del año	
Periodos concretos				
Observaciones:				
Media de ocupación anual	Especificar: 80%		Normalmente se mantiene el aforo de un 50% entre los días viernes, sábado, domingo y los días festivos.	
Precio de Habitaciones	Individuales		30\$	
	Doble		40\$	
	Triples		40\$	
Estancia media de huéspedes	Otro:			
	X	1 noche	Observaciones:	
	X	2 noches		
	X	3 0 6 noches		
X	7 o más noches			
Procedencia de huéspedes	X	Extranjeros	Observaciones: Los turistas que mayormente llegan son cuencanos, quiteños y guayaquileños.	
	X	Nacionales		
	X	Locales (de la región)		
Gasto medio por persona	Especificar: \$20 dólares		Observaciones: Su gasto depende al servicio que adquieren	
Tipo de promoción	X	Publicidad en prensa Folletos	Observaciones: Su promoción turística se basa más en páginas oficiales como son las redes sociales.	
	X	Ferias de turismo Asociaciones:		
	Otro:	Páginas web, redes sociales		
	X	Si	¿De qué tipo?	

Proyecto de Ampliación	No	Un tobogán, juegos de mesa y juegos para niños
-------------------------------	----	--

Nota. Formatos de inventarios turísticos.(Yesenia Casanova, 2019)

FICHA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO




Nombre del establecimiento: Hostería Quinta Esperanza
Teléfono: 0982164760
Fax: 22
Dirección: A Cincuenta Metros Del Asilo De Ancianos Del Barrio Ceibopamba
Nombre del propietario: Martinez Luzuriaga Victor Hugo
Nombre del director: Martinez Luzuriaga Victor Hugo
Cadena o asociación: Si **Nombre:**
Hoteleria: No X
Año de construcción: 2017
Año de última remodelación: 2017

Características físicas del establecimiento

Tipo de Establecimiento	Hotel Auto Hotel Motel Turístico Hotel tiempo compartido Pensión Casa de Huéspedes Alberge Campamento Vivienda Vacacional <input checked="" type="checkbox"/> Estancia Vacacional	Categoría: 5 estrellas 4 estrellas 3 estrellas 2 estrellas 1 estrellas
Número de Habitaciones	<input checked="" type="checkbox"/> Individuales <input checked="" type="checkbox"/> Dobles <input checked="" type="checkbox"/> Triples <input checked="" type="checkbox"/> Suits Otro: Cabañas	Otro: Nro. de baños 5 2 1 1 4
Equipamientos y Servicios Generales	<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante <input checked="" type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Discoteca <input checked="" type="checkbox"/> Parking <input checked="" type="checkbox"/> Jardines	Otro: Piscinas Sala de banquetes Sala de reuniones Instalaciones deportivas Sauna, turco, Hidromasaje
Servicio de Restaurante	Categoría: Capacidad del local: Tipo de cocina: Especialidades:	Observaciones:
Servicio de Habitaciones	<input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> TV radio Minibar Moderna	Caja fuerte <input checked="" type="checkbox"/> Aire acondicionado Otro: Baño privado
Tipo de Construcción	Antigua <input checked="" type="checkbox"/> Arquitectura tradicional Edificio de valor singular	Observaciones: La infraestructura necesita unos pequeños arreglos

		Otro:	Acogedora					
		Valoración del conjunto						
		Valor del 1 al 5		5	4	3	2	1
La puntuación puede ser:		Estado de conservación			X			
5	Excelente	Fachada			X			
4	Muy buena	Decoración interior			X			
3	Buena	Mobiliario			X			
2	Regular	Jardines y zonas libres		X				
1	Malo	Limpieza			X			
		Características funcionales de la empresa						
		Dirección general:						
		Recepción:		1				
		Camareros		1				
Número de Empleados		Servicios de habitaciones:		2				
		Mantenimiento:		1				
		Cocina:						
		Otro:						
		Todo el año		Señalar meses del Año				
Periodo de Funcionamiento		Temporada alta		Fines de semana, feriados y a través de reservaciones.				
		Periodos concretos		X				
		Observaciones:						
Media de ocupación anual		Especificar: 50%		Normalmente se tiene un 50% el aforo entre los días viernes, sábado, domingo y los días festivos.				
		Individuales		25\$				
		Doble		30\$				
Precio de Habitaciones		Triples		15\$ por persona				
		Junior Suits		40\$				
		Otro: Cabañas		15\$ por persona				
		X 1 noche		Observaciones:				
Estancia media de huéspedes		X 2 noches		Para hospedarse tiene que hacerse con anticipación mínimo de 24 horas porque ya están reservado, para eventos.				
		3 0 6 noches						
		7 o más noches						
		Extranjeros		Observaciones:				
Procedencia de huéspedes		X Nacionales		Los turistas que mayormente llegan son locales de la ciudad de Loja, que realizan recepciones.				
		X Locales (de la región)						
		Observaciones:						
Gasto medio por persona		Especificar: \$30 dólares		Su gasto depende al servicio que adquieren				
		X Publicidad en prensa		Observaciones:				
		Folletos						
		Ferias de turismo						
Tipo de promoción		X Asociaciones:		Su promoción turística se basa en las redes sociales.				
		Otro: Páginas web, redes sociales						
Proyecto de Ampliación		X Si		¿De qué tipo?				
		No		Mejorar la infraestructura				

Nota. Formatos de inventarios turísticos. (Yesenia Casanova, 2019)

FICHA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO				
	Nombre del establecimiento:	Teléfono:	072673425	
	Hostal Vallto Malacatos	Fax:	40	
	Dirección:	PIO MONTUFAR SN ALEJANDRO BRAVO Chamba Gonzalez Carlos		
	Nombre del propietario:	Jeovanny		
	Nombre del director:	Judith Zalarar		
	Cadena o asociación Hotelera:	Si	X	Nombre:
	Año de construcción:	No	VALLTO	
	Año de última remodelación:			
	Características físicas del establecimiento			
	Tipo de Establecimiento	Hotel	Categoría:	
Auto Hotel		5 estrellas		
Motel Turístico		4 estrellas		
Hotel tiempo compartido				
Pensión		3 estrellas		
Casa de Huéspedes				
Alberge		2 estrellas		
Campamento				
Vivienda Vacacional		X	1 estrellas	
Estancia Vacacional				
Número de Habitaciones	Otro: Hostal	Otro:		
	X Individuales		9	
	X Dobles		4	
	X Triples	Nro. de	1	
	Suits	baños	0	
	Otro: Piscinas		2	
Equipamientos y Servicios Generales	Restaurante	X	Piscinas	
	X Bar		Sala de banquetes	
	Discoteca	X	Sala de reuniones	
	X Parking	X	Instalaciones deportivas	
	X Jardines	Otro:	Sauna, turco, Hidromasaje	
	Observaciones:			
Servicio de Restaurante	Categoría:	No ofrece		
	Capacidad del local:	servicio de		
	Tipo de cocina:	restaurante		
Servicio de Habitaciones	Especialidades:	Caja fuerte		
	X Teléfono	X	Aire acondicionado	
	X TV radio	Otro:	Baño privado	
	Minibar	Observaciones:		
Tipo de Construcción	Moderna			
	X Antigua	Su infraestructura debería mejorar a un diseño más moderno		
	Arquitectura tradicional			
Edificio de valor singular				
Otro:				

		Valoración del conjunto					
		Valor del 1 al 5	5	4	3	2	1
La puntuación puede ser:		Estado de conservación		X			
5	Excelente	Fachada		X			
4	Muy buena	Decoración interior		X			
3	Buena	Mobiliario		X			
2	Regular	Jardines y zonas libres		X			
1	Malo	Limpieza		X			
Características funcionales de la empresa							
		Dirección general:	1				
		Recepción:	1				
		Camareros	0				
Número de Empleados		Servicios de habitaciones:	1				
		Mantenimiento:	1				
		Cocina:	0				
		Otro:					
Periodo de Funcionamiento		Todo el año	X				Señalar meses del Año
		Temporada alta					Todos los meses del año
		Periodos concretos					
Observaciones:							
Media de ocupación anual		Especificar: 30%					Normalmente no hay muchas personas que se hospeden, solo en fechas festivas se tiene algo de clientela un 60%.
		Individuales					10\$
Precio de Habitaciones		Doble					20\$
		Triples					10\$ por persona
		Otro:					
		X 1 noche					
Estancia media de huéspedes		X 2 noches					Observaciones:
		X 3 0 6 noches					Cuando existen fechas festivas se alojan por varios días los turistas.
		X 7 o más noches					
		X Extranjeros					Observaciones:
Procedencia de huéspedes		X Nacionales					Los turistas que mayormente llegan son cuencanos, quiteños y guayaquileños y unos que otros extranjeros.
		X Locales (de la región)					Observaciones:
Gasto medio por persona		Especificar: \$15 dólares					Su gasto depende al servicio que adquieren
		X Publicidad en prensa					Observaciones:
		Folletos					
Tipo de promoción		X Ferias de turismo					Su promoción turística se basa más en páginas oficiales como son las redes sociales.
		X Asociaciones:					
		Otro: Páginas web, redes sociales					
Proyecto de Ampliación		X Si					¿De qué tipo?
		No					Mejorar la infraestructura de la piscina, un garaje.

Nota. Formatos de inventarios turísticos.(Yesenia Casanova, 2019)

Anexo 11. Modelo de encuesta

ENCUESTA DE EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA MALACATOS

Estimado turista, con el objetivo de mejorar los servicios de alojamiento en la Parroquia de Malacatos, solicito unos minutos de su valioso tiempo, en contestar las siguientes preguntas.

Datos Generales

1. **Nacionalidad**

Ecuatoriano () Extranjero ()

2. **Género:** Masculino () Femenino ()

3. **Edad:**

De 18-25 ()

De 26-33 ()

De 34-41 ()

De 42-49 ()

De 50 en adelante ()

4. **Ocupación:**

Estudiante ()

Profesional () Libre

ejercicio () Otro ()

5. **Lugar de residencia:** _____

6. **¿Con qué frecuencia visita un servicio de alojamiento?**

Semanal () Mensual () Anual () Otro ()

7. **¿A través de que medios obtiene información de los servicios que oferta la hostería?**

Radio () Televisión () Prensa local () Redes sociales () Familiares () Otro ()

Indican lo que usted espera del alojamiento y lo que usted recibió. Sr Turista a continuación coloque una X de acuerdo al valor 5 donde representa que está totalmente de acuerdo, 2 muy en desacuerdo, 3 en desacuerdo, 2 moderadamente de acuerdo y 1 totalmente en desacuerdo.

Afirmaciones	Expectativa (lo que espera de la hostería)				
	1	2	3	4	5
El alojamiento cuenta con equipos de aspecto moderno.					
Las instalaciones físicas del alojamiento son atractivas					
El personal del servicio tiene una apariencia limpia.					
Los materiales asociados con el servicio, (la carta, publicidad, etc.) son visualmente atractivos.					
El alojamiento presta atención individualizada a sus requerimientos.					
El alojamiento tiene empleados que, de atención personal, a cada uno de los					

clientes.					
El alojamiento se preocupa por sus intereses.					
El personal de servicio atiende a sus necesidades específicas.					
El alojamiento tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.					
El comportamiento del personal de servicio, infunde confianza en Ud.					
El cliente se siente seguro en las transacciones con el alojamiento.					
El personal de servicio, es cortés de manera constante con Uds.					
El personal del alojamiento, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.					
El alojamiento mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.					
El personal de servicio, de la hostería da un servicio rápido a sus clientes.					
El personal de servicio, está dispuesto a ayudar a los clientes.					
El personal de servicio, responde correctamente las preguntas que se les hacen.					
Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.					
Cuando tiene un problema, el personal de servicio demuestra interés en resolverlo					
El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez.					
El alojamiento proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo					
El alojamiento insiste en registros libres de error.					

Afirmaciones	Perspectiva (lo que espera de la hostería)				
	1	2	3	4	5
El alojamiento cuenta con equipos de aspecto moderno.					
Las instalaciones físicas del alojamiento son atractivas					
El personal del servicio tiene una apariencia limpia.					
Los materiales asociados con el servicio, (la carta, publicidad, etc.) son visualmente atractivos.					
El alojamiento presta atención individualizada a sus requerimientos.					
El alojamiento tiene empleados que, de atención personal, a cada uno de los clientes.					
El alojamiento se preocupa por sus intereses.					
El personal de servicio atiende a sus necesidades específicas.					
El alojamiento tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.					

El comportamiento del personal de servicio, infunde confianza en Ud.					
El cliente se siente seguro en las transacciones con el alojamiento.					
El personal de servicio, es cortés de manera constante con Uds.					
El personal del alojamiento, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.					
El alojamiento mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.					
El personal de servicio, de la hostería da un servicio rápido a sus clientes.					
El personal de servicio, está dispuesto a ayudar a los clientes.					
El personal de servicio, responde correctamente las preguntas que se les hacen.					
Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.					
Cuando tiene un problema, el personal de servicio demuestra interés en resolverlo					
El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez.					
El alojamiento proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo					
El alojamiento insiste en registros libres de error.					

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 12. Matriz FODA

MATRIZ FODA		
Análisis de los Factores Internos		
Fortalezas		Debilidades
Análisis de los Factores Externos		
Oportunidades		Amenazas

Anexo 13. Matriz de estrategias (FODA cruzado)

MATRIZ DE ESTRATEGIAS (FODA CRUZADO)	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA

Anexo 14. Matriz de capacitación

TEMA:				
OBJETIVO				
CONTENIDOS		METODOLOGÍAS		DURACIÓN
				MODALIDAD DE ESTUDIO
POBLACIÓN OBJETIVO		REQUISITOS DEL PARTICIPANTE		
PRFIL DEL CAPACITADOR	ACADÉMICO	PROFESIONAL	PERSONAL	HABILIDADES

Anexo 15. Presupuesto para la capacitación

Sub actividades por componente	Ítems considerados/ Subactividad/ características	Detalle Técnico	Encargado/ Ejecutor/ Materiales	PRESUPUESTO			CRONOGRAMA VALORADO DE TRABAJO		
				Unidad de medida	Valor Unitario	Cantidad Total	Valor Total	en semanas	TOTAL
								2022-2023	
PROYECTO:							1		
Taller de capacitación en temas de atención al cliente							semana		
Taller de temas en atención al cliente									

Anexo 16. Realización de la entrevista aplicada a la autoridad (presidente del GAD Malacatos)



Anexo 17. Realización de las entrevistas aplicadas a los administrativos: dueños y empleados de los establecimientos





Anexo 18. Aplicación de las encuestas hacia los huéspedes en los servicios de alojamientos





