



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE TURISMO

**“Percepción de los servicios de alojamiento y alimentación
que ofrece la Estación Experimental El Padmi, de la
Universidad Nacional de Loja, año 2023”**

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

AUTORA:

Victoria del Cisne Pineda Armijos

DIRECTOR:

Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo Mg.Sc.

Loja - Ecuador

2024

Certificación del director del Trabajo de Integración Curricular



Unl
Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Suarez Jaramillo Gladys Alejandra, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **PERCEPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN QUE OFRECE LA ESTACIÓN EXPERIMENTAL EL PADMI, DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, AÑO 2023**, perteneciente al estudiante **VICTORIA DEL CISNE PINEDA ARMIJOS**, con cédula de identidad N° **1150629581**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el Trabajo de Integración Curricular, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, a/ta señoría docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 28 de febrero de 2024

GLADYS
ALEXANDRA
SUAREZ
JARAMILLO
F) DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-000383

1/1
Educamos para Transformar

Autoría del Trabajo de Integración Curricular

Yo, **Victoria del Cisne Pineda Armijos**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y 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 mi Trabajo de Integración Curricular, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1150628681

Fecha: 25 de noviembre del 2024

Correo electrónico: victoria.pineda@unl.edu.ec

Teléfono celular: 0968470325

Carta de autorización del estudiante

Yo, **Victoria del Cisne Pineda Armijos** declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Percepción de los servicios de alojamiento y alimentación que ofrece la Estación Experimental El Padmi, de la Universidad Nacional de Loja, año 2023**, como requisito para optar 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 RI, 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 por la copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 25 días del mes de noviembre del 2024.

Firma:

Autora: Victoria del Cisne Pineda Armijos

Cédula de identidad: 1150628681

Dirección: Sucre y Gonzanamá

Correo electrónico: victoria.pineda@unl.edu.ec

Teléfono celular: 0968470325

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo
Mg.Sc.

Dedicatoria

El presente Trabajo de Integración Curricular le dedico a Dios, por darme salud y permitirme cumplir mis metas.

A mis queridos padres, por sus sacrificios y su constante apoyo, ya que ellos han sido el pilar fundamental en este trayecto, mi fortaleza, mi vida, por ser mis más grandes motivadores, gracias por su apoyo económico, moral, por sus consejos.

A mis hermanas, en especial a mi hermana Dalia, su apoyo constante ha sido mi roca en los momentos más difíciles y mi alegría en los momentos de triunfo, gracias por su comprensión y sus palabras de motivación.

Victoria del Cisne Pineda Armijos

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, a la carrera de Turismo, a toda la planta docente de la carrera por su inquebrantable dedicación, apoyo y sabiduría impartida durante la carrera universitaria.

A mi estimada tutora. Ing. Gladys Alexandra Suarez cuya orientación, apoyo, comentarios constructivos y su aliento constante han sido fundamentales en este proceso, gracias por brindarme su apoyo y por estar siempre dispuesta a ayudarme en lo que necesitaba para la realización del Trabajo de Integración Curricular.

Al Ing. Diego Loaiza por brindarme su tiempo y apoyarme con la información que necesité.

A mi mejor amiga Yessenia, gracias por acompañarme en las altas y bajas en el desarrollo de esta investigación, por su apoyo incondicional y sus palabras de motivación.

Victoria del Cisne Pineda Armijos

Índice de Contenidos

Portada.....	i
Certificación del director del Trabajo de Integración Curricular.....	ii
Autoría del Trabajo de Integración Curricular.....	iii
Carta de autorización del estudiante.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de Contenidos.....	vii
Índice de Figuras.....	x
Índice de Tablas.....	xi
Índice de Anexos.....	xiii
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
2.1 Abstract.....	3
3. Introducción.....	4
4. Marco teórico.....	6
4.1 Marco conceptual.....	6
4.1.1 Percepción.....	6
4.1.2 Servicio.....	7
4.1.3 Servicios turísticos.....	9
4.1.4 Cliente.....	10
4.1.5 Satisfacción.....	13
4.1.6 Quintas Experimentales.....	16
4.2 Marco referencial.....	16
4.2.1 Percepción del cliente sobre la calidad de servicio en los restaurantes de una cadena de resort en Latinoamérica y El Caribe.....	16
4.2.2 Percepción del cliente sobre la calidad del servicio que brinda el Hostal Becerra.....	17
4.2.3 Percepción del servicio de los consumidores del restaurante Casa de Piedra en la Calera.....	17
4.3 Marco Legal.....	18

4.3.1 Constitución del Ecuador	18
4.3.2 Ley de Turismo.....	18
4.3.3 Reglamento de Alojamiento Turístico.....	19
4.3.4 Reglamento de Alimentos y Bebidas.....	22
4.3.5 Plan Estratégico de Desarrollo Institucional.....	25
4.3.6 Modelo de Gestión de la Estación Experimental el Padmi.....	25
5. Metodología.....	28
5.1 Área de estudio.....	28
5.2 Métodos de investigación.....	28
5.3 Tipo de investigación	29
5.4 Enfoque de investigación	29
5.5 Técnicas de investigación	29
5.6 Población y muestra.	30
5.6.1 Población.....	30
5.6.2 Muestra	31
5.7 Metodología por objetivos.	32
6. Resultados.....	34
6.1 Percepción de los servicios de alojamiento y alimentación.....	34
6.1.1 Descripción de la Estación Experimental El Padmi.....	34
6.1.2 Estructura interna de la EEP	37
6.1.3 Evaluación del servicio de alojamiento y servicio de alimentos y bebidas.....	38
6.1.4 Resultados y análisis de las entrevistas	44
6.1.5 Resultados de las encuestas	51
6.1.6 Análisis de los factores externos “PESTEL”	69
6.1.7 Análisis FODA simple	82
6.2 Estrategias de mejoramiento para los servicios de alojamiento y alimentación.....	84
6.2.1 FODA estratégico	84
6.2.2 Lista de estrategias.....	89
6.2.3 Socialización y validación de estrategias.....	89

6.2.4 Estrategias de mejoramiento.....	90
6.2.5 Desarrollo de las estrategias propuestas.....	104
7. Discusión.....	130
8. Conclusiones.....	132
9. Recomendaciones.....	134
10. Bibliografía.....	135
11. Anexos.....	141

Índice de Figuras

Figura 1. Mapa de ubicación de la Estación Experimental El Padmi.....	28
Figura 2. Resultados por dimensión del servicio de alojamiento.	66
Figura 3. Resultados por dimensión del servicio de alimentación	68
Figura 4. Mapa básico de procesos – recepcionista.	123
Figura 5. Mapa básico de procesos – camarera.....	124
Figura 7. Mapa básico de procesos – botones	125
Figura 8. Mapa básico de procesos – cocinero	126
Figura 9. Mapa básico de procesos – ayudante de cocina	127
Figura 10. Mapa básico de procesos – mesero	128
Figura 6. Mapa básico de procesos – bodeguero.....	129

Índice de Tablas

Tabla 1. Ocupación de los servicios de alojamiento y alimentación	30
Tabla 2. Cantidad de ocupación de los servicios de alojamiento y alimentación	31
Tabla 3. Cantidad de encuestas a aplicar a estudiantes por paralelo.....	32
Tabla 4. Diagnóstico situacional de la Estación Experimental El Padmi.....	34
Tabla 5. Infraestructura de los servicios de alojamiento y alimentación.....	36
Tabla 6. Requisitos que cumple la EEP según el Reglamento Turístico de Alojamiento.....	38
Tabla 7. Requisitos que cumple la EEP según el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas.	42
Tabla 8. Nombres y funciones del personal responsable de la Estación	44
Tabla 9. Resultados de las entrevistas	45
Tabla 10. Perfil sociodemográfico de los clientes.....	51
Tabla 11. Resultados dimensión “Elementos tangibles”	53
Tabla 12. Resultados dimensión “Fiabilidad”.	54
Tabla 13. Resultados dimensión “Capacidad de respuesta”.....	56
Tabla 14. Resultados dimensión “Seguridad”	57
Tabla 15. Resultados dimensión “Empatía”.....	58
Tabla 16. Resultados dimensión “Elementos tangibles”.....	60
Tabla 17. Resultados dimensión “Fiabilidad”.	61
Tabla 18. Resultados dimensión “Capacidad de respuesta”.....	62
Tabla 19. Resultados dimensión “Seguridad”	63
Tabla 20. Resultados dimensión “Empatía”.....	64
Tabla 21. Resultados por dimensión del servicio de alojamiento.....	66
Tabla 22. Resultados por dimensión del servicio de alimentación.....	67
Tabla 23. Matriz FODA.....	82
Tabla 24. Matriz FODA estratégico.....	84
Tabla 25. Estrategia de mejoramiento – Alianzas estratégicas	90
Tabla 26. Estrategia de mejoramiento – Información de servicios.....	91
Tabla 27. Estrategia de mejoramiento – Fortalecimiento de la red social facebook y creación de otras redes sociales.	93
Tabla 28. Estrategia de mejoramiento – Infraestructura de alojamiento y alimentación.....	95
Tabla 29. Estrategia de mejoramiento – Materiales, utensilios, equipos y amenities.	96
Tabla 30. Estrategia de mejoramiento – Sistema de evaluación de calidad.	97
Tabla 31. Estrategia de mejoramiento – Contenido para una carta de menú	98
Tabla 32. Estrategia de mejoramiento – Implementación de productos turísticos.....	99
Tabla 33. Estrategia de mejoramiento – Capacitación al personal	100
Tabla 34. Estrategia de mejoramiento – Contratación de personal en turismo.	101

Tabla 35. Estrategia de mejoramiento – Mapa de procesos para el personal.....	102
Tabla 36. Materiales, equipos y amenities para el servicio de alojamiento.....	107
Tabla 37. Materiales, utensilios, equipos y mobiliario para el servicio de alimentación.....	108
Tabla 38. Formulario para evaluar la calidad del servicio de alojamiento de la EEP.....	111
Tabla 39. Formulario para evaluar la calidad del servicio de alimentación de la EEP.....	112
Tabla 40. Capacitaciones al personal de la Estación.....	115
Tabla 41. Personal necesario para los servicios de alojamiento y alimentación.....	118
Tabla 42. Perfil profesional y funciones – recepcionista.....	118
Tabla 43. Perfil profesional y funciones -camarera.....	119
Tabla 44. Perfil profesional y funciones – botones.....	119
Tabla 45. Perfil profesional y funciones – cocinero.....	120
Tabla 46. Perfil profesional y funciones – ayudante de cocina.....	121
Tabla 47. Perfil profesional y funciones – mesero.....	121
Tabla 48. Perfil profesional y funciones – bodeguero.....	122

Índice de Anexos

Anexo 1. Oficio de asignación de director del Trabajo de Integración Curricular	141
Anexo 2. Metodologías, métodos, técnicas e instrumentos utilizadas en el objetivo 1	142
Anexo 3. Metodologías, métodos, técnicas e instrumentos utilizados en el objetivo 2	143
Anexo 4. Ficha adaptada sobre la información de la Estación Experimental El Padmi	144
Anexo 5. Requisitos del Reglamento Turístico de Alojamiento del Ecuador	147
Anexo 6. Requisitos del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas del Ecuador	150
Anexo 7. Modelo de la entrevista	153
Anexo 8. Modelo de las encuestas basadas en el Modelo ServQual (adaptadas)	154
Anexo 9. Modelo matriz FODA general	157
Anexo 10. Modelo matriz FODA estratégico.....	157
Anexo 11. Matriz de estrategias.	158
Anexo 12. Presupuesto.....	159
Anexo 13. Certificado del abstract.....	160
Anexo 14. Evidencias fotográficas.....	161

1. Título

Percepción de los servicios de alojamiento y alimentación que ofrece la Estación Experimental El Padmi, de la Universidad Nacional de Loja, año 2023.

2. Resumen

La evaluación de la percepción de servicios es esencial para el mejoramiento continuo; al comprender cómo los clientes perciben los servicios ofrecidos, se identifican debilidades y se implementan estrategias para mejorar la calidad. Por tal razón, para el desarrollo del presente trabajo investigativo se establecieron dos objetivos específicos: el primero, la descripción de las percepciones de los servicios de alojamiento y alimentación en la Estación Experimental El Padmi (EEP), con el fin de dar cumplimiento a este objetivo se adaptó la ficha del Ministerio de Turismo (MINTUR) para el levantamiento de Información de Empresas y, se completó con aspectos relevantes para la descripción de la Estación; además, se aplicó un check list en base a los reglamentos turísticos para los dos servicios; a continuación se aplicaron entrevistas a actores específicos; se evaluó la percepción de los servicios mediante una encuesta adaptada del modelo ServQual: la primera fase comprende el perfil sociodemográfico y la segunda contiene 22 preguntas; se realizó el análisis externo de PESTEL y el análisis FODA general. Como segundo objetivo, elaborar estrategias de mejoramiento para los dos servicios, se desarrolló el FODA estratégico y mediante la Matriz de Estrategias propuesta por el MINTUR se plantean acciones para el mejoramiento de los servicios objeto de estudio. Los resultados relevantes indican que la EEP cumple con el 38% de requisitos obligatorios en el servicio de alojamiento, y el 15% de requisitos obligatorios en el servicio de alimentación. En los dos servicios la dimensión seguridad es la más fortalecida, la menos fortalecida en el servicio de alojamiento es “fiabilidad” y en el servicio de alimentación “elementos tangibles”. Del FODA estratégico se obtuvieron 11 estrategias, de las cuales se desarrollaron 6, las mismas contribuirían directamente al mejoramiento de los dos servicios de alojamiento y alimentación de la EEP.

Palabras clave: servicio turístico, calidad de servicios, satisfacción del cliente, estrategias de mejora.

2.1 Abstract

Service perception assessment is essential for continuous improvement; by understanding how customers perceive the services offered, weaknesses are identified and strategies for quality improvement are implemented. For this reason, two specific objectives were established for the development of this research work: the first, the description of the perceptions of the lodging and food services at the El Padmi Experimental Station (EEP), in order to fulfill this objective, the Ministry of Tourism (MINTUR) form for the Survey of Business Information was adapted and completed with relevant aspects for the description of the Station; in addition, a check list was applied based on the tourism regulations for the two services; interviews were then applied to specific actors; the perception of the services was evaluated by means of a survey adapted from the ServQual model: the first phase comprises the sociodemographic profile and the second phase contains 22 questions; the external PESTEL analysis and the general SWOT analysis were carried out. As a second objective, to develop improvement strategies for the two services, the strategic SWOT was developed and, using the Strategy Matrix proposed by the MINTUR, actions were proposed for the improvement of the services under study. The relevant results indicate that the EEP complies with 38% of the mandatory requirements in the lodging service and 15% of the mandatory requirements in the food service. In the two services the security dimension is the most strengthened, the least strengthened in the lodging service is “reliability” and in the food service “tangible elements”. From the strategic SWOT, 11 strategies were obtained, of which 6 were developed, which would contribute directly to the improvement of the two lodging and food services of the EEP.

Key words: tourism service, service quality, customer satisfaction, improvement strategies.

3. Introducción

La percepción de servicios turísticos está encadenada con los elementos tangibles, como cumplimiento de promesa, actitud profesional y competencia, por lo que, para alcanzar la satisfacción del cliente es necesario que los establecimientos turísticos realicen siempre una evaluación en las cuales puedan medir sus competencias, empatía de los empleados, seguridad y oferta de productos o servicios (Salinas, Bustamante, & Iñiguez, 2019).

En este contexto, se destaca la necesidad imperante para las empresas de mejorar sus niveles de eficiencia y competitividad con el fin de ofrecer un servicio de calidad. Cuando una empresa logra cumplir y superar las expectativas del cliente, se consolida la “satisfacción del cliente”. Es por ello que el personal de la empresa debe ser capacitado y motivado con la finalidad de lograr una relación duradera y armoniosa con el cliente; pues la evaluación de satisfacción del cliente está condicionada al precio, la calidad y que tan útil le resulta (Meza, López & Salas (2021).

En tal sentido, la EEP, propiedad de la Universidad Nacional de Loja, se ubica en la provincia de Zamora Chinchipe, cantón Yantzaza, parroquia Los Encuentros, barrio el Padmi, es un espacio cuyo fin es el desarrollo de proyectos de vinculación con la sociedad e investigación, pero en la actualidad busca ampliar sus proyectos; sin embargo, se ha identificado problemas en los dos servicios, esto por: la falta del personal especializado en turismo, las malas condiciones de la infraestructura; además, en el servicio de alimentación se evidencia la carencia de un menú para los visitantes, así como también la escasez de mobiliario adecuado, y el área la cocina no cuenta con un espacio idóneo para brindar un servicio de calidad.

En cuanto al servicio de alojamiento se observan problemas significativos; tales como, la falta de limpieza, el deterioro del mobiliario, las condiciones deficientes en los servicios sanitarios y la falta de amenities. Estos inconvenientes reflejan una limitada capacidad de gestión en la Estación, la cual puede deberse a diversos factores, como restricciones presupuestarias, atención limitada en la mejora de las áreas de alojamiento y alimentación, o una administración inadecuada. La baja calidad en la prestación de estos servicios no solo afecta la percepción del visitante, sino que también resalta la necesidad urgente de implementar medidas correctivas y estratégicas para superar estos desafíos, mejorar la infraestructura, y elevar los estándares de satisfacción del cliente en la EEP.

La investigación realizada en la EEP influye positivamente en la gestión administrativa de los servicios que ofrece la Estación; puesto que, se conocerán las percepciones de los estudiantes (clientes) respecto a los servicios de alojamiento y alimentación; además y a partir de ello, las propuestas podrán implementarse de manera efectiva, para mejorar los dos servicios. Esta investigación se presenta como un paso crucial hacia el desarrollo futuro de actividades turísticas en la Estación. Los servicios de alojamiento y alimentación, alineados

con esta visión, se perfilan como básicos y fundamentales para enriquecer la experiencia turística que se busca desarrollar en la Estación.

En esta instancia de la presente investigación, el estudio realizado por Arrunategui & Souza (2018) cuya meta es evaluar y analizar la percepción de los clientes que consumen en restaurantes en cadenas de resorts en Latinoamérica y El Caribe, los resultados indican que la percepción sobre la calidad de servicio de los clientes que frecuentan los restaurantes de esta cadena de resorts es positiva. Sin embargo, hay carencias en el servicio que se deben mejorar al corto plazo para que los usuarios tomen dicha cadena como primera opción para sus momentos de ocio.

De igual manera, la investigación de Pérez (2018), la cual surge por la necesidad de analizar la percepción que tiene el cliente sobre la calidad del servicio que brinda el Hostal Becerra de la ciudad de Cajamarca, los resultados son favorables, ya que la percepción de los huéspedes del hostel Becerra es de buena y muy buena calidad y los más altos porcentajes fluctúan entre los indicadores de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Para dar cumplimiento al estudio se plantearon los siguientes objetivos; el primero se basa en describir las percepciones de los servicios de alojamiento y alimentación en la EEP, seguidamente se elaboran estrategias de mejoramiento para los servicios de alojamiento y alimentación en la EEP.

Los alcances de esta investigación están orientados en identificar las percepciones de los servicios de alojamiento y alimentación de la EEP, donde se proponen estrategias de mejora con el fin de elevar la calidad y eficiencia de los dos servicios e incrementar la satisfacción de los clientes. De igual manera, una limitación en el desarrollo de esta investigación fue la aplicación de entrevistas, dado que las personas entrevistadas eran autoridades y su disponibilidad de tiempo fue limitada.

4. Marco teórico

4.1 Marco conceptual

4.1.1 *Percepción.*

La percepción es la función psicológica vinculada con la tendencia innata al orden mental que se basa en un proceso de extracción y selección de información relevante para el individuo que percibe, encargado de generar un estado de claridad y lucidez consciente que permite el desempeño dentro del mayor grado de racionalidad y coherencia posibles con el mundo circundante. La percepción determina la entrada de información y garantiza que la información retornada del ambiente permita la formación de abstracciones (imágenes, juicios, categorías, conceptos), organizando la información del ambiente según moldes, filtros o categorías innatas que incluyen causa y efecto, tiempo y espacio (Durán & Bacigalupe, 2018).

4.1.1.1 Características generales de la percepción. Según García, Martínez et al., citado por Olmedo (2022) es importante tomar en cuenta las características generales de la percepción que, de acuerdo con lo planteado por diversos autores que han realizado investigaciones sobre la percepción, genera acciones o reacciones positivas o negativas, ante la variedad de estímulos que la persona percibe dentro y fuera de sí mismo, cuyo propósito es recopilar la información por todos los sentidos, procesarla y formar la idea de un solo objeto, las características generales de la percepción se detallan a continuación:

- Carácter subjetivo.
- Actitud como predisposición.
- Percepciones de oportunidades y participación.
- Actitudes hacia el turismo.
- Actitud de los residentes.
- Armonía de intereses de residentes y autoridades.
- Categorías básicas que inciden en la percepción de los impactos del turismo por parte de la comunidad.
- Beneficios económicos.
- La comunidad local determina su calidad de vida (desarrollo económico, ambiental, social y cultural)
- Identificación de razones de apoyo u oposición al desarrollo de proyectos turísticos.
- Heterogeneidad de las comunidades y jerarquización de las clases sociales.
- Dependencia económica (p.7).

4.1.1.2 Percepción del cliente. La palabra "percepción" proviene del latín perceptiōnis, que se define como las acciones y efectos de la percepción; y la sensación interior producida por las impresiones materiales creadas en nuestros sentidos, que conduce al conocimiento, una especie de pensamiento producido en las personas. Por medio de las experiencias que tiene los clientes, confieren características a los diferentes objetos, particularidades del espacio, generando evidencias de la realidad. (Sánchez, 2019).

4.1.1.3 Percepción de servicios turísticos. La percepción del turista se lo vincula directamente con la calidad de servicio brindado por parte de los prestadores de servicios turísticos, pues esto de una u otra manera conlleva también al incremento o mejoramiento de la calidad de vida de la población dentro del sector, y de igual manera a que la zona se convierta en un potencial turístico o destino turístico para miles de turistas no solo nacionales sino internacionales (Salinas, Bustamante, & Iñiguez, 2019).

4.1.2 Servicio.

Según Bon citado por Pilla (2022) "Servicio es un medio para entregar valor a los clientes, se facilita los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos en cada producto adquirido" (p.11).

4.1.2.1 Características del servicio. Existen cuatro características de fondo que son propias de los servicios según Óses citado por Reyes (2019)

- **Intangibilidad:** Los servicios no son objetos, más bien son resultados de un cierto proceso. No se pueden ver, degustar, sentir, oír ni oler antes de su adquisición. No hay forma de mostrarle a tu cliente una idea previa, ni enviarle una muestra, ni diferenciarte de la competencia por aspectos tangibles tales como: la comodidad, la atención, la tranquilidad, la rapidez, el buen servicio, no pueden demostrarse con facilidad. Si bien las experiencias previas y las de otros clientes permiten dar una idea del resultado esperado y crear una reputación, el servicio en sí solo se presta cuando se contrata. Incluso, en muchos casos, el mejor servicio es aquel que no se nota (por ejemplo, un proceso sin conflictos o la organización efectiva de un evento).

- **Inseparabilidad:** Muchos servicios se producen y consumen al mismo tiempo, incluso con participación del cliente en el proceso: escuela, banco, dentista, hotel, restaurante, transporte. Esto genera que la interacción entre el cliente y la empresa sea un evento crítico, un momento de verdad: si se prestó bien el servicio, pocas veces el cliente lo destaca, pero si se prestó inadecuadamente, no se puede anular esa experiencia y crear una nueva (frente a los productos, que sí se pueden devolver o reemplazar).

- **Heterogeneidad:** Cada prestación de servicios es una experiencia única, la alta variabilidad de los servicios es un problema para la estandarización. Aun con pautas y recursos similares, los resultados pueden ser muy variables de empleado a empleado, de cliente a cliente, de día a día. Esto dificulta poder asegurar una calidad uniforme, lo que puede ser una causa importante de insatisfacción del cliente.

- **Caducidad:** Los servicios no pueden almacenarse en un inventario, esperando que los clientes aparezcan. La caducidad es un rasgo también de algunos productos, pero en el caso de los servicios, es inmediata ya que no es posible acumularlos. Si no se usa cuando está disponible, la capacidad del servicio se pierde (ejemplo: habitaciones de hotel sin turistas, peluqueros sin clientes, taxis vacíos). El mayor problema son las fluctuaciones de la demanda. El desafío será realizar ajustes para equilibrar la oferta y la demanda (p.22-23).

4.1.2.2 Beneficios de brindar un buen servicio. Las empresas requieren elevar sus índices de eficiencia y competitividad para conseguir la preferencia de los clientes. En este sentido, brindar un buen servicio de calidad es una alternativa para que las empresas puedan obtener una ventaja única y sostenible respecto a sus competidores. Cuando una empresa cumple con las expectativas del cliente, se consolida la “satisfacción del cliente”

Por otro lado, cuando un cliente se encuentra satisfecho por el producto o servicio adquirido, tiende a repetir su comportamiento de compra, generando un estado de “lealtad del cliente”. Por tanto, la satisfacción y lealtad del cliente mantienen un vínculo fuerte. La lealtad del cliente constituye uno de los mejores indicadores para medir el éxito y rentabilidad de una empresa, ya que contribuye a reducir los costos de adquisición y maximizar el retorno de inversión, logrando así que inviertan más dinero, en los productos o servicio, hablar bien del negocio y sean usuarios avanzados de los productos o servicios que ofrece la empresa. Se considera que incrementar un 5 % la tasa de lealtad del cliente posibilita que las utilidades puedan aumentar entre 25 % a 45 %. Entonces, al compatibilizar con el cliente se obtiene su satisfacción y se elevan las utilidades para la empresa.

Al incrementar el nivel de la calidad en el servicio aumentará el indicador de satisfacción del cliente. Por tanto, al elevar ambos indicadores, la lealtad del cliente se incrementará y por consecuencia aumentarán las utilidades. El conocer los requerimientos del cliente le permite a la empresa anticiparse para cumplir sus expectativas en la entrega de un servicio o un producto; además es importante porque incrementan las ganancias, los compradores se fidelizan, permite alinear la oferta de valor con sus expectativas, mejorar su experiencia, tomar decisiones fundamentadas mejorando los productos o servicios y asegurarse de que están en línea con lo que los consumidores buscan (Silva, Macías, Tello, & Delgado, 2021).

4.1.2.3 Importancia de brindar un buen servicio. Para brindar un servicio de calidad al cliente, primero se debe saber las necesidades de los clientes y la perspectiva que éstos tienen acerca del establecimiento, al saber sobre sus preferencias podremos distinguir cual es el objetivo y que es lo que él busca, para así brindar un buen servicio, y que el cliente se sienta satisfecho. Para alcanzar la satisfacción del cliente es necesario que los establecimientos turísticos realicen siempre una evaluación en las cuales puedan medir sus competencias, empatía de los empleados, seguridad y oferta de productos gastronómicos. Por ello, la percepción de servicios está encadenada con los elementos tangibles, como cumplimiento de promesa, actitud profesional y competencia (Salinas, Bustamante, & Iñiguez, 2019).

4.1.3 Servicios turísticos.

Según los autores, Martínez, Toro, Oñate, & Gómez (2023). Definen a los servicios turísticos como, el conjunto de bienes materiales o inmateriales en un espacio geográfico determinado, para facilitar la estancia del visitante en dicho lugar y permitir que el mismo disfrute de un atractivo dentro de un área determinada. Además, los autores determinan cuatro tipos de servicios turísticos, los cuales se describen a continuación:

- **Alojamiento.** Es una entidad que brinda el servicio de hospedaje, es decir, sin servicio dedicado a permitir la pernoctación del turista. Esta actividad turística brinda una prestación de una habitación a cambio de una remuneración económica. (Martínez, Toro, Oñate, & Gómez, 2023). 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

- **Transporte:** Consideradas compañías que permiten la movilidad del turista, donde existe un conductor que cuenta con permisos legales para realizar esta actividad en vehículos legalmente habilitados por la autoridad competente. La movilidad puede ser marítima, aérea o terrestre.

- **Intermediarios:** Consideradas todas las empresas, entidades o personas que sirven como mediador entre el destino y el turista. Dentro de este, se encuentran las agencias de viajes.

- **Servicios complementarios:** Todo tipo de servicio que facilite la actividad turística en la zona, sin ser netamente relacionados con este ámbito. Consideradas como tal, las entidades de seguridad, bancarios, de salud, etc.

- **Infraestructura:** Considerado al conjunto restante de establecimientos y elementos que facilitan la estancia del turista en el destino. Además de la planta turística, comprende la viabilidad, comunicación y servicios básicos que son indispensables en el desarrollo de la vida.

- **Restauración:** También denominado alimentación y bebidas. Este establecimiento expende o suministra al turista con condumios. Dentro de esta planta turística, se encuentra en su clasificación las cafeterías, bares, discotecas, restaurantes, plazas de comida, foodtruck o establecimientos móviles y servicio de catering (Ministerio de Turismo, 2021).

4.1.3.1 Clasificación de los servicios turísticos. Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo - mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

- **Servicio de alimentos y bebidas.** Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento (Reglamento General de la Ley de Turismo, 2015).

- **Servicio de hospedaje.** 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 (Reglamento General de la Ley de Turismo, 2015).

4.1.4 Cliente.

Según Philip citado por Sandoval (2019), cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios (p.12).

4.1.4.1 Atención al cliente. La atención al cliente son los actos que hacen más agradable la experiencia de disfrutar de un producto o servicio como: amabilidad, buen trato, preocupación por el bienestar de cada uno de los clientes, entre otros. Estos aspectos pueden agregar o restar valor al servicio o al producto.

4.1.4.2 Tipología del cliente. Los tipos de cliente tienen la siguiente categorización:

- Cliente introvertido: Son personas reservadas, que no suelen comunicarse con facilidad, además que no suelen expresar sus deseos. Para ellos el personal de contacto debería tener paciencia, tiempo y mucha empatía.
- Cliente extrovertido: Son aquellas personas sociables, cordiales y conversadoras, generalmente les gusta destacar y llamar la atención. Se les debe dejar expresarse, pero sin que lleguen a incomodar a otros clientes.
- Cliente seguro de sí mismo: Este tipo de clientes son personas bien informadas. Saben lo que quieren y lo comunican con facilidad. Este tipo de clientes se requiere que sean tratados con profesionalismo, amabilidad y firmeza a la vez.
- Cliente inexperto: Personas poco conocedoras del destino, normalmente temerosas. Suelen ser mayores de edad o extranjeros que no conocen la realidad del país. Se les debe dar una atención personalizada y tratar con calma.
- Cliente nervioso: Personas excitables que pueden alterarse con facilidad, buscan expresar, aunque con dificultad. A estos clientes se requiere un trato muy calmado y profesional para que se puedan expresar mejor sus necesidades
- Cliente conflictivo: Clientes difíciles, piensan que siempre tienen la razón y que las demás personas son incompetentes. Son los clientes más complicados de tratar y requiere poner en práctica la escucha activa (Llamo, 2021).

4.1.4.3 Características de los clientes. Es muy importante conocer las características de los clientes ya que es la base para saber complacerlos y mantenerlos, puesto que al conocerlos se puede obtener retroalimentación crucial sobre sus necesidades y deseos, permitiendo mejorar los productos o servicios.

4.1.4.3.1 Según su nivel de fidelización. Según la fidelización de los clientes se clasifican de la siguiente manera:

- Cliente ocasional. - Clientes que compran por primera vez o lo hacen ocasionalmente, pero sin una frecuencia establecida.
- Cliente de compra regular. - Suele repetir la compra en el establecimiento, pero en ocasiones también consume en la competencia.
- Cliente de compra frecuente. - Siempre compra el tipo de productos/servicios que vendemos en nuestro establecimiento.
- Cliente – embajador. - Cumple las características del cliente de compra frecuente, pero, además, comparte con sus familiares o compañeros las bondades de nuestra marca. En otras palabras, es una especie de ‘fan’ del negocio.

4.1.4.3.2 Según su comportamiento. Los tipos de cliente según su comportamiento se clasifican en 10 grupos.

- Cliente amable. - Se muestra amistoso y te da la razón en casi todo, pero no tiene las cosas claras. No te confíes, es mejor que le enseñes pocos productos para no incrementar sus dudas.
- Cliente reflexivo. - Son personas que se muestran muy organizadas y a las que les gusta contar con información antes de hacer la compra. Hay que atenderlas con paciencia, mostrar tranquilidad y datos objetivos sobre el producto. Nunca hay que presionarle para que tome una decisión.
- Cliente entusiasta. - Le encanta hablar y puede que incluso te cuente parte de su vida. Además, sus conversaciones no tienen por qué girar en torno a la compra. Repite las ideas y le gusta escuchar a los dependientes. Trata de centrar la conversación en el producto e intenta ser conciso al hablar. Debes ser tú quien dirija el proceso de compra, no te muestres aburrido ante sus exposiciones.
- Cliente tímido. - Te darás cuenta con rapidez que estás ante un cliente tímido, ya que guarda las distancias y ni siquiera te mira a los ojos. Gánate su confianza, muéstrale todo lo que necesite y trata de guiar su compra. No le hagas sentir inseguro con miradas fijas o con preguntas personales, tampoco te acerques demasiado a él para que no se sienta intimidado.
- Cliente indeciso. - Es un cliente que manifiesta muchas dudas a lo largo de todo el proceso de compra. Recopila mucha información y por eso la compra puede alargarse en el tiempo. Hay que ser paciente y estar dispuesto a explicar muy bien el producto y a ofrecerle alternativas. No se debe agobiar a este tipo de cliente ni presionarlo.
- Cliente silencioso. - Como habla poco, escucha muy bien todo lo que se le dice. No deja ver lo que piensa y es difícil adivinar lo que necesita. Hay que ser amable, dar opciones y mostrar interés. Es bueno no interrumpirle y no pensar que no escucha por el hecho de que esté tanto tiempo en silencio.
- Cliente discutidor. - Se nota que tiene ganas de discutir y suele mostrarse soberbio en el trato. No hay que perder los nervios, pero hay que ser firme en todo momento. Hay que evitar discutir, pero tampoco debes mostrarte temeroso. No es bueno que cedas en todo, pero puedes plantearte hacerlo en algo.
- Cliente orgulloso. - Se trata de un tipo de cliente que cree saberlo todo. Quiere mantener el control y hace uso de su buena labia para conseguirlo. No se deja aconsejar y quiere que otros elogien el hecho de que parezca conocer a fondo el producto. Debes demostrar que tú también conoces el producto y explicar muy bien en qué consiste. Mantén la calma y escucha con atención. Trata de no corregirlo abiertamente.
- Cliente escéptico. - Le encanta resaltar lo malo del producto y obviar lo bueno. Es desconfiado y teme que quieras manipularlo para que compre tu producto y, por eso, se

muestra a la defensiva. Muestra datos objetivos, menciona tanto las ventajas como las desventajas. No te impacientes y ayúdale hasta que complete la venta.

- Cliente ocupado. - Te dejará claro desde el principio que no tiene tiempo y puede que esté haciendo otras cosas mientras compra, como hablar por teléfono. Suele ser caótico e impaciente. Intenta que el ambiente sea tranquilo y no intentes la venta si no te presta atención.

4.1.4.3.3 En función de su satisfacción. La clasificación del cliente en función de su satisfacción es importante porque mejora la percepción del cliente ante la competencia, es decir atrae a clientes que no logran decidirse entre una u otra opción, la calificación se detalla a continuación:

- Clientes complacidos. - Son los que muestran un mayor grado de satisfacción. Este tipo de clientes no encuentra ningún 'pero' a la marca y no se plantea acudir a la competencia. Normalmente, son clientes-embajador, porque suelen hablar bien a sus conocidos sobre la empresa.

- Clientes satisfechos. - Sus expectativas están cubiertas, por lo que no buscarán el irse a la competencia. Sin embargo, las personas que entran en esta categoría de tipos de clientes sí pueden irse si se encuentran con una oferta mejor, por lo que vale la pena intentar fidelizarlos con ofertas recurrentes para eliminar esta tentación.

- Clientes indiferentes. - Como su nombre indica, no tienen una postura definida. Son muy volátiles, por lo que pueden cambiar fácilmente de marca (aunque es muy probable que sigan siendo clientes ocasionales).

- Clientes insatisfechos. - Son clientes que no ven sus expectativas cumplidas y que quieren desistir de la relación comercial. Revertir la situación puede ser muy difícil, pero a veces puede lograrse con una disculpa y una buena oferta.

- Clientes rehenes. - Los clientes rehenes a veces se agrupan bajo la categoría de clientes insatisfechos. Son aquellos que no están conformes con el servicio y que desean cambiar de proveedor, pero que no lo hacen porque no encuentran alternativas accesibles o porque no pueden (por los costes del cambio, el timing, las cláusulas del contrato, etc.) (BeeDIGITAL, 2020).

4.1.5 Satisfacción.

Es aquella evaluación que realiza el cliente frente al servicio que recibió con el cumplimiento de sus expectativas y necesidades, y que se caracteriza por ser altamente subjetiva y modificable en el tiempo (Malpartida, Granada, & Salas, 2021). Puesto que las personas se sienten satisfechas cuando cumplen un deseo o la resolución de una necesidad, asociándose a un cierto estado de bienestar o plenitud.

4.1.5.1 Satisfacción del cliente. La satisfacción es aquella evaluación que realiza el cliente frente al servicio que recibió con el cumplimiento de sus expectativas y necesidades, y que se caracteriza por ser altamente subjetiva y modificable en el tiempo; además, la satisfacción es un sentimiento que prosigue al consumo (dado que dicha experiencia le permitirá confirmar sus expectativas) (Meza, Lopez, & Salas, 2022). Es importante mencionar que las emociones de los clientes pueden afectar sus percepciones de la satisfacción de los productos y servicios, ya que se basan en la experiencia que el cliente tuvo sobre el servicio, emociones positivas como felicidad, placer, euforia.

4.1.5.2 Importancia de la satisfacción del cliente. La evaluación de la satisfacción del cliente está condicionada al precio, calidad y que tan útil le resulta según Zeithaml, (1988), citado por Meza, López & Salas (2021) ya que brindar buena atención genera una experiencia positiva al cliente puesto que ha sido motivo de preocupación para las organizaciones durante las últimas décadas, por ello el personal de la empresa debe ser capacitado y motivado con la finalidad de lograr una relación duradera y armoniosa con el cliente; ya que un resultado positivo de este aspecto ayuda a generar ventaja competitiva frente a la competencia

4.1.5.3 Factores que inciden en la satisfacción del cliente. La satisfacción del cliente está influida por características específicas del producto o servicio, las percepciones de la calidad del producto y servicio, y el precio. Además, factores personales como el estado de ánimo o estado emocional del cliente y factores situacionales como las opiniones de los familiares también influirán en la satisfacción (Bendig, Manfugás, Cabelleira, & Fernández, 2019).

Los servicios o productos ofertados son medidos en base a los logros fundamentados en un sistema de gestión de calidad ISO 9001, debido a que genera un proceso sistematizado que contribuye al cumplimiento de expectativas y necesidades. Uno de los factores con mayor presencia en cada uno de los estudios es la percepción, debido a que es el proceso mediante el cual las personas eligen, organizan e interpretan la información para componer un panorama más sensato del mundo, lo que hace que sea uno de los factores psicológicos con mayor relevancia en cuanto a la decisión de compra y comportamiento del cliente.

La satisfacción del cliente al ser un parámetro tan relevante dentro de la prestación de servicio o venta de productos que es ampliamente investigada y evaluada en todas las empresas sin importar su campo de acción, donde hace referencia a que la calidad del servicio es fundamental para satisfacer las necesidades de los clientes, ya que de esta forma se genera la fidelización de los mismos. La satisfacción al cliente es un objetivo muy importante puesto que muestra si lo que hace la empresa está siendo aceptado en el mercado o no,

además, que el mantenerse por un largo periodo se debe a la capacidad para mantener la fidelización y lealtad del cliente (Martín, 2021).

4.1.5.4 Cómo medir la satisfacción del cliente. El modelo ServQual mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas. De esta forma, contrasta esa medición con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones. El Modelo ServQual nos ayuda a obtener un resultado sobre la satisfacción del cliente en cuando a la calidad de los servicios que recibe, mediante este modelo también podemos conocer los parámetros en los cuales la empresa se encuentra teniendo debilidad y ayudar al mejoramiento de estrategias mediante una propuesta para incrementar la afluencia de clientes al lugar ofreciendo servicios de calidad. El Modelo ServQual fue elaborado por Parasuraman, Ziethaml, & Berry y se basa en cinco dimensiones o elementos para así lograr medir la calidad de los servicios, los mismos se describen a continuación:

- Elementos Tangibles: toma en cuenta la infraestructura, instalaciones físicas, el personal, equipos, publicidad.
- Fiabilidad: se basa en el servicio que reciben de acuerdo con el cuidado que tengan en cumplir con lo que se establece previo a la llegada de los clientes, ser fiables y brindar confianza.
- Capacidad de respuesta: esta dimensión está directamente relacionada con el tiempo de espera al poder hacer uso de un servicio, debe tener la capacidad de resolver inquietudes.
- Seguridad: se relaciona directamente con la tranquilidad del tiene el cliente que la persona que se encuentra asesorándole al hacer uso de un servicio se encuentra capacitada.
- Empatía: esta dimensión se la debe relacionar de manera individual ya que el cliente recibe atención personalizada y tiene la creencia de que toda inquietud podrá ser resuelta. (Miranda, Romero, Chiriboga, Tapia, & Fuentes, 2021).

4.1.5.5 Niveles de satisfacción del consumidor. Una vez adquirido el producto o servicio los clientes perciben los siguientes niveles de satisfacción.

- Contentamiento: el consumidor percibe los beneficios aportados por el buen servicio y mantiene el nivel de satisfacción.
- Placer: el consumidor además de tener su problema resuelto y sus necesidades satisfechas obtiene placer en el consumo.
- Encantamiento: cuando los resultados de la comparación superan las expectativas y el consumidor queda extremadamente satisfecho.
- Alivio: cuando el consumidor deja de estar satisfecho (Meza, López, & Salas, 2021).

4.1.6 Quintas Experimentales.

Según Segarra & Loaiza (2023) “Las Quintas Experimentales son unidades académicas y administrativas, sus funciones están dirigidas a atender los requerimientos institucionales de apoyo a la docencia, investigación, extensión y actividades económicas generadoras de ingresos propios para sustentar su funcionamiento y el de la facultad” (p.10).

4.2 Marco referencial.

4.2.1 Percepción del cliente sobre la calidad de servicio en los restaurantes de una cadena de resort en Latinoamérica y El Caribe.

Autores: Carolina Andrea Arrunategui Zevallos, Victor Alfredo Sousa Zorrilla.

La meta de la presente investigación fue evaluar y analizar la percepción de los clientes que consumen en restaurantes en cadenas de resorts en Latinoamérica y El Caribe. Se investigó dicha cadena de resort que opera en 9 países, estos son México, Haití, Jamaica, Panamá, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Ecuador y Perú con más de 15 hoteles en Latinoamérica y el Caribe con más de 25 años en el mercado.

Por lo que los autores plantean como objetivo general “Evaluar la percepción del cliente sobre la calidad del servicio en los restaurantes de una cadena de resorts de Latinoamérica y el Caribe a través de una encuesta con el modelo SERVQUAL” y sus cinco objetivos específicos para el cumplimiento de este son: “Determinar la percepción del cliente sobre los elementos tangibles y equipamiento utilizados en el restaurante de esta cadena de resorts”, “Determinar la percepción del cliente sobre la capacidad de brindar un servicio ideal por parte del personal”, “Determinar la percepción del cliente sobre la confianza que transmite el personal al momento de brindar el servicio”, “Determinar la percepción del cliente sobre la disposición y voluntad de servir por parte del personal”, “Determinar la percepción del cliente sobre el servicio personalizado en los restaurantes de esta cadena de resorts”.

Para poder desarrollar de manera adecuada el significado de lo mencionado, analizarlo y seguidamente realizar, mediante correo electrónico, 200 encuestas bajo el modelo SERVQUAL, donde fueron respondidas 109, a los usuarios que asistieron a esta cadena resorts en Latinoamérica y el caribe. Posteriormente, se analizó los resultados obtenidos en las encuestas según las dimensiones de dicha herramienta mediante estadística descriptiva. Por lo tanto, algunos datos que arrojó la investigación fueron porcentajes, media, mediana, desviación estándar, máximo y mínimo. Se concluyó que la percepción sobre la calidad de servicio de los clientes que frecuentan los restaurantes de esta cadena de resorts es positiva. Sin embargo, hay carencias en el servicio que se deben mejorar al corto plazo para que los

usuarios tomen dicha cadena como primera opción para sus momentos de ocio (Arrunátegui & Sousa, 2018).

4.2.2 *Percepción del cliente sobre la calidad del servicio que brinda el Hostal Becerra.*

Autor: Bach. Daniel Pérez Olortegui

La tesis realizada en Cajamarca – Perú, en el año 2018, surge de la necesidad de realizar una investigación que permita medir los estándares de calidad de los servicios que brinda un establecimiento de hospedaje de tipo hostel.

La investigación tiene como objetivo general “Analizar la percepción que tiene el cliente sobre la calidad del servicio que brinda el Hostal Becerra de la ciudad de Cajamarca”, el cual ayudará al cumplimiento de los objetivos específicos, “Determinar la percepción del cliente acerca de las características en torno a la tangibilidad de los servicios que brinda el Hostal Becerra”, “Identificar la percepción del cliente acerca de las características en torno a la fiabilidad o confiabilidad de los servicios que brinda el Hostal Becerra”, “ Analizar la percepción del cliente acerca de las características en torno a la capacidad de respuesta del personal del Hostal Becerra”, “Determinar la percepción del cliente acerca de las características en torno a la seguridad de los servicios que brinda el Hostal Becerra”, “Analizar la percepción del cliente acerca de las características en torno a la empatía de los servicios que brinda el Hostal Becerra”.

En la metodología se empleó una herramienta que recogió datos con los que se pudo medir la percepción de los encuestados y así poder obtener los datos y la información necesarios para la elaboración de este trabajo.

El estudio tuvo una población de 2901 huéspedes del hostel Becerra en el 2016; la muestra fue probabilística y la constituyeron 339 seleccionados al azar a quienes se les aplicó el cuestionario, el mismo se basó en los indicadores proporcionados por el modelo SERVQUAL, los resultados muestran resultados favorables, ya que la percepción de los huéspedes del hostel Becerra es de buena y muy buena calidad y los más altos porcentajes fluctúan entre los indicadores de acuerdo y totalmente de acuerdo (Perez, 2018).

4.2.3 *Percepción del servicio de los consumidores del restaurante Casa de Piedra en la Calera.*

Autores: David Andrés Suarez

La presente investigación se realizó en Colombia- La Calera en el restaurante “Casa de Piedra”, el estudio surge puesto que en el último año se ha observado una fluctuación en las ventas, situación que ha conllevado a explorar dentro de este contexto para conocer las percepciones de los consumidores y con base a sus opiniones poder establecer las causas

de la problemática presente. Para ello se ha propuesto como objetivo general “Describir mediante la recolección de información la percepción que se tiene del servicio, atención y variables que construyan una experiencia diferente para los consumidores del restaurante Casa de Piedra”, así mismo se ha propuesto objetivos específicos: “Analizar y definir el concepto de la percepción de los consumidores del restaurante de acuerdo con la calidad del producto”, “Caracterizar la percepción de los consumidores respecto a las instalaciones del restaurante”, “Evaluar la percepción de los consumidores con respecto a la atención recibida en el restaurante por parte del personal”

El estudio metodológicamente se caracteriza por ser un estudio con enfoque cuantitativo, elaborado bajo un diseño de campo con alcance descriptivo-analítico. La muestra estuvo constituida por 52 personas a quienes se les aplicó un instrumento tipo encuesta diseñada bajo el modelo de expectativas ServQual con escalas tipo Likert. Los resultados alcanzados ponen en evidencia que el restaurante cuenta con la aceptación del público, motivado a que cuenta con buenas instalaciones, atención de primera y productos de primera calidad. En líneas generales, se concluye que existe una percepción de parte de la cartera de cliente, no obstante, existe algunos aspectos que es necesario atender para fortalecer el negocio y estar a la altura de los competidores más cercanos (Suarez, 2020).

4.3 Marco Legal.

4.3.1 Constitución del Ecuador.

El artículo 13 trata sobre los derechos de las personas y colectividades, las cuales tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El artículo 53 se refiere a las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

4.3.2 Ley de Turismo.

Según lo expedido por la Ley de Turismo, publicada el 27 de diciembre de 2002, estipula que para poder ejercer la actividad turística se deben cumplir requisitos ya sea para personas naturales o jurídicas.

El artículo. 5 menciona que, se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones

El artículo 8 hace referencia, para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

El artículo 9 apunta que, el Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley.

El artículo 10 indica que, El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley.
- b. Dar publicidad a su categoría.
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento.
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra.
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas (Ley de Turismo, 2002).

4.3.3 Reglamento de Alojamiento Turístico.

DE LA CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO.

Se define a los hoteles como: Establecimiento de alojamiento 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, deberá contar con mínimo 5 habitaciones.

Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. - Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

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

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.

Para el servicio de hotel apartamento se deberá ofrecer el servicio de hospedaje en apartamentos que integren una unidad para este uso exclusivo. 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.

g) 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.

Art. 13. Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico.

Las categorías asignadas de los establecimientos de alojamiento turístico según su clasificación son:

- Hotel 2 estrellas a 5 estrellas
- Hostal 1 estrella a 3 estrellas
- Hostería
- Hacienda Turística 3 estrellas a 5 estrellas
- Lodge Resort 4 estrellas a 5 estrellas
- Refugio Categoría única
- Campamento turístico Categoría única
- Casa de huéspedes Categoría única (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2015).

4.3.4 Reglamento de Alimentos y Bebidas.

El objeto del presente reglamento es regular, clasificar, categorizar, controlar y establecer los requisitos para el ejercicio de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional.

DE LA CLASIFICACIÓN, REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN Y SISTEMA DE PUNTUACIÓN.

- Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en: Cafetería, Bar, Restaurante, Discoteca, Establecimiento móvil, Plazas de comida, Servicio de Catering.

a) Cafetería: Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

b) Bar: Establecimiento donde se consumen bebidas alcohólicas y no alcohólicas, alimentos ligeros como bocaditos, picadas, sándwich, entre otros similares, cuya estructura debe tener una barra o mostrador donde se servirán las bebidas y todo aquello que ordenen los consumidores, para el consumo dentro del establecimiento. No podrá contar con área de baile.

c) Restaurante: Establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio.

Esta tipología incluye los establecimientos con especialidad de comida rápida

d) Discoteca: Establecimiento para escuchar música grabada y/o en vivo, bailar y consumir bebidas alcohólicas y no alcohólicas, que cuenta con pista de baile.

e) Establecimiento móvil: Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos preparados, pudiendo ser fríos y/o calientes y bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Este tipo de establecimiento se caracteriza por prestar servicios itinerantes de alimentos y bebidas. Para el expendio de bebidas alcohólicas en establecimientos móviles que se encuentren en la vía pública deberán solicitar al Gobierno Autónomo Descentralizado competente la autorización correspondiente.

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas que ostenten esta clasificación, obtendrán la categoría única, siempre que cumplan con los requisitos determinados en el (Anexo F), que es parte integrante del presente reglamento. El establecimiento móvil deberá acogerse a lo que el Gobierno Autónomo Descentralizado metropolitano o municipal competente, determine para el efecto. Previo a la obtención de Registro de Turismo el establecimiento móvil deberá comprobar que cumple con la normativa local pertinente y cuente con el permiso de uso de suelo.

En el caso, en que el establecimiento móvil requiera de un sitio fijo para parquear su vehículo, el Gobierno Autónomo Descentralizado metropolitano o municipal competente, determinará el mecanismo pertinente.

Para efectos de aplicación del presente reglamento, los establecimientos de alimentos y bebidas que se encuentren en las plazas de comida, serán considerados igualmente como establecimientos móviles, por lo que se regularán bajo los requisitos establecidos en el (Anexo F).

f) Plazas de comida: Son consideradas como los sitios que agrupan diversos establecimientos turísticos de alimentos y bebidas y que no se encuentran dentro de un centro comercial. Para la regulación y control de estas plazas de comida se tomará en cuenta el cumplimiento obligatorio de los requisitos determinados en el (Anexo G) que es parte integrante del presente reglamento, mismos que deberán ser aplicables en las áreas comunes de las plazas.

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas que ostenten esta clasificación, obtendrán la categoría única, asimismo, cada uno de los establecimientos que conforman la plaza de comida obtendrá su Registro de Turismo como establecimiento móvil.

a. Servicio de Catering: Es la prestación externa del suministro de comida preparada y puede abastecer de todo lo necesario para la organización de cualquier evento, banquete, fiesta o similares; y, es en general la prestación de servicios de preparación de comidas para ser vendidas o servidas en puntos de consumo separados del lugar donde se elaboran (no comprende el servicio a domicilio de un restaurante, cafetería o establecimiento de alojamiento).

En el servicio puede o no incluir bebida, la mantelería, los cubiertos, el servicio de cocineros, meseros y personal de limpieza posterior al evento, Cuando el servicio de catering sea prestado por un establecimiento de alojamiento o de alimentos y bebidas, con registro y licencia de funcionamiento vigente, no se requiere de otro registro o licencia, ni pago adicional.

El artículo 18 se refiere a la categorización de los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas, los cuales se categorizarán mediante un sistema de puntuación, obtenida de acuerdo al cumplimiento de requisitos establecidos en este reglamento. Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán de la siguiente manera:

1. Las cafeterías se categorizarán en: (2) dos tazas y (1) una taza, siendo (2) dos tazas la mayor categoría y (1) una taza la menor categoría;
2. Los restaurantes se categorizarán en: (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1) un tenedor, siendo (5) cinco tenedores la mayor categoría y un (1) tenedor la menor categoría;
3. Los bares y discotecas se categorizarán en: (3) tres, (2) dos y (1) una copa siendo (3) tres copas la mayor categoría y (1) una copa la menor categoría; y,
4. Los establecimientos móviles, plazas de comida y servicio de catering se categorizarán como categoría única (Reglamento de Alimentos y Bebidas, 2018).

4.3.5 Plan Estratégico de Desarrollo Institucional.

La herramienta de planificación estratégica sobre el contexto de la Universidad Nacional de Loja PEDI, describe a las estaciones Experimentales: Estación Experimental Zapotepamba, Estación Experimental El Padmi, y Estación Experimental El Oro extensión Zaruma, como escenarios externos de aprendizajes académicos y de investigación (Plan Estratégico de Desarrollo Institucional, 2019).

4.3.6 Modelo de Gestión de la Estación Experimental el Padmi.

De acuerdo al Modelo de Gestión elaborado por, Segarra & Loaiza (2023), la Estación Experimental El Padmi, cumple con tres ejes básicos impulsados por la universidad como son investigación, capacitación técnica y vinculación con la colectividad, cuenta con la infraestructura física para el desarrollo de estos ejes.

Recepción de pasantes: Para la recepción de pasantes e investigadores deberán contar con un docente responsable que desempeñará el papel de mentor y acompañante durante el periodo de pasantía. El mentor se encargará de diseñar el horario y el plan de trabajo efectivo para el pasante.

Obligaciones del docente técnico para la guianza:

- Acatar las disposiciones del administrador.
- Arribar a la Estación en forma puntual.
- Salir a la hora estipulada en el horario.
- Llevar el uniforme completo de la institución a la cual pertenecen, incluida la identificación.
- Mantener una buena presentación personal.
- Mantener una excelente relación profesional con todo el personal de la Estación.

Obligaciones del personal de la EEP: El personal encargado para el manejo de la Estación, desempeñaran tareas importantes como la guianza para atender a los visitantes, limpieza de la quinta y sus instalaciones y la vigilancia de la quinta para supervisar la seguridad. Cabe recalcar, que para la limpieza los bienes arqueológicos de la sala de exposiciones los trabajadores de la institución bajo ninguna circunstancia la realizarán, ya que esta tarea corresponde al restaurador designado por INPC Zona 7.

Proceso de atención a los visitantes.

El proceso de atención a los visitantes a la Estación llevará cinco fases.

- **Preparación de la visita:** Se trata de una fase clave, pues el visitante puede completar su proceso de toma de decisión. En esta fase, el potencial visitante se puede poner en contacto con el administrador a través de distintos medios que debemos dominar: redes sociales del destino, teléfono (llamadas o vía WhatsApp), e-mail, página web, etc.

- **Fase de entrada y bienvenida:** Consiste en el momento de acceso a la Estación por parte de los visitantes. Debemos ofrecer tiempo al turista para que se sitúe, sin agobiarlo nada más entrar, pero evitando que se pueda sentir ignorado. Un contacto visual directo y una sonrisa natural nos permitirán brindarle una bienvenida cálida.

- **Fase de desarrollo del servicio:** Llega el momento en que un informador o guía puede marcar la diferencia y ofrecer un servicio adaptado a las características y necesidades exactas del visitante que tiene delante. Todo un ejercicio de microsegmentación durante el cual damos forma a una experiencia única, como único es el visitante que tenemos ante nosotros. Para ello es clave escucharle activamente y comprender sus necesidades.

- **Fase de despedida:** Atendido el visitante, hemos de agradecerle con sinceridad su visita al centro de exposiciones y desearle que disfrute de su estancia. De forma sincera y con contacto visual directo, le invitaremos a volver al centro para resolver cualquier cuestión que estime oportuna. Puede ser el momento de ofrecerle alguna encuesta de satisfacción, si fuera necesaria.

- **Fase de seguimiento:** Se trata de la fase final, que se llevará a cabo tiempo después de la salida del visitante, cuando obtendremos la opinión de su visita. Es el momento de monitorizar la información que, sobre la visita, habremos obtenido a través de diferentes medios, principalmente el registro de estadísticas y las opiniones recibidas por e-mail, redes sociales, hoja de quejas y/o sugerencias, encuestas físicas u online, y otros. Puede servirnos para detectar problemas o incidencias que no habíamos tenido en cuenta, a fin de mejorar nuestro servicio de forma continua.

Funciones y responsabilidades del administrador de la EEP

- Responsable de planificar las actividades que realiza el personal académico de la UNL.

- Realizar el seguimiento y verificación del buen estado de conservación de los bienes, instalaciones y equipo de la Quinta Experimental.

- Gestionar y administrar los recursos entregados por la UNL.

- Organizar horarios de actividades, de visitas; y, desarrollo y seguimiento de medios electrónicos de forma permanente.

- Validar el cumplimiento de las horas prácticas de los estudiantes de la UNL que participen en la Quinta Experimental.

- Verificar que el personal técnico y trabajadores de la Quinta Experimental cumpla con lo establecido en su contrato.
- Coordinar y realizar el seguimiento del protocolo del plan de contingencia y emergencia con Seguridad y Salud Ocupacional de la UNL.

Funciones y responsabilidades de los técnicos docentes

- Responsable de planificar las actividades que realiza el personal académico de la UNL.
- Realizar el seguimiento y verificación del buen estado de conservación de los bienes, instalaciones y equipo de la Quinta Experimental.
- Organizar horarios de actividades, de visitas; y, desarrollo y seguimiento de medios electrónicos de forma permanente.
- Llevar un control y registro de las asistencias de los estudiantes.
- Cumplir con las acciones delegadas por parte del administrador.
- Desarrollar y brindar la capacitación técnica al estudiantes y egresados.

Funciones y responsabilidades del personal de seguridad

- Verificar que los visitantes porten sus documentos de identificación y no porten objetos no autorizados.
- Resguardar las instalaciones, mobiliario y equipamiento de la Quinta Experimental.
- Conocer y aplicar los protocolos del plan de contingencia y emergencia.
- Apoyar en la ejecución de los planes de contingencia para el personal y visitantes.
- Verificar el funcionamiento adecuado de las seguridades.

Funciones y responsabilidades de los trabajadores

- Ejecutar las directrices para la adecuada mantenimiento y limpieza del Quinta Experimental.
- Cumplir con las acciones delegadas por parte del administrador.

Funciones y responsabilidades de los pasantes

- Asistir a las capacitaciones y prácticas de vinculación.
- Atender las inquietudes y brindar información acerca de la exposición.
- Asistir puntualmente a los turnos asignados y completar el turno de trabajo.
- Velar por el mantenimiento y cuidado de los elementos pertenecientes a la Estación (Segarra & Loaiza, 2023).

5. Metodología

5.1 Área de estudio.

La Estación está ubicada al sur de la Región Amazónica, en el Barrio El Padmi, parroquia Los Encuentros, cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe. Posee una extensión de 103,5 ha., ubicada a una altitud entre 775 y 1150 m.s.n.m, con coordenadas geográficas de latitud 95°85'80,8" Norte y longitud 76°47'41" Este. La distancia vial desde la ciudad de Zamora es 68 km y desde la ciudad de Loja es de 128 km. De acuerdo a la clasificación de Sierra el tipo de vegetación corresponde a bosque siempre verde de tierras bajas. Los límites de la Estación Experimental El Padmi son: al norte con las propiedades de los señores Hugo Jiménez y Riquelme Tinizaray; al sur con la quebrada del Padmi; al este con el Murallón; al oeste con el Rio Zamora.

En la figura 1 se muestra el mapa de ubicación de la Estación Experimental el Padmi, facilitado por el Ingeniero Diego Loiza, el mapa contiene su respectiva leyenda, rosa de los vientos, escala y se especifica el área de infraestructura de los servicios de alojamiento y alimentación.

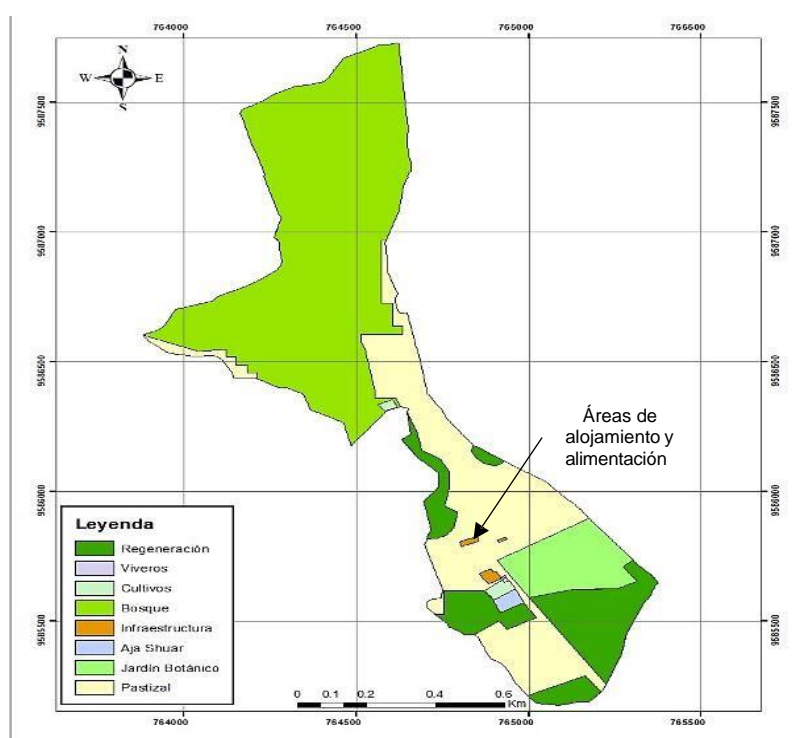


Figura 1. Mapa de ubicación de la Estación Experimental El Padmi.

5.2 Métodos de investigación.

Los métodos utilizados que ayudaron a recopilar, analizar y entender la información para el desarrollo del TIC se describen a continuación:

Método descriptivo: Este método permitió reunir antecedentes y características importantes de la EEP; así mismo, facilitó la descripción sobre las percepciones que tienen los estudiantes sobre los servicios de alimentación y hospedaje que brinda la EEP.

Método analítico: Por medio de este método, se realizó un diagnóstico acerca de la información del sitio, con el fin de conocer la situación actual; así mismo, se lo utilizó para analizar los datos tabulados de las encuestas aplicadas a los estudiantes que han recibido los servicios de alojamiento y alimentación de la EEP para conocer las falencias y plantear estrategias de mejora.

Método comparativo: El método comparativo se lo utilizó para determinar cuál es el servicio que es percibido con mayor satisfacción o menos satisfacción según las percepciones de los estudiantes encuestados.

Método deductivo: Mediante este método se pudo realizar las conclusiones de la investigación, luego de haberla realizado.

5.3 Tipo de investigación.

La investigación es de tipo descriptiva, puesto que se resaltó las características específicas de la investigación sobre la descripción de las percepciones reales de los servicios de alojamiento y alimentación de la EEP, mediante la aplicación de encuestas a través del modelo ServQual.

5.4 Enfoque de investigación.

En la investigación se aplicó el enfoque mixto, ya que combina el enfoque cualitativo y cuantitativo. El enfoque cualitativo, se lo usó para recopilar datos mediante las entrevistas a las personas relacionadas con la investigación y la Estación. El enfoque cuantitativo se empleó para la obtención de datos luego de aplicar la técnica de la encuesta a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja que ocupan los servicios de alimentación y hospedaje, este mismo método cuantitativo permitió la tabulación, análisis y obtención de resultados finales que permitieron plantear estrategias para el mejoramiento de los servicios.

5.5 Técnicas de investigación.

Para el desarrollo del presente TIC se utilizaron las siguientes técnicas, que a continuación se describen:

Revisión bibliográfica: La revisión bibliográfica contribuyó a la búsqueda de información de documentos que contenían información pertinente y relación directa con el objeto de estudio como son: tesis similares al tema de investigación, artículos científicos, leyes

y reglamentos que regulan la actividad turística de los establecimientos de alojamiento y alimentación, documentación institucional.

Observación directa: Mediante la observación directa se analizó la situación actual en cuanto a los servicios de alojamiento y alimentación que ofrece la EEP, permitiendo así la identificación de la problemática actual de los dos servicios.

Técnica de encuesta: Las encuestas aplicadas a los estudiantes que han recibido servicios de alojamiento y alimentación contribuyeron para recaudar información sobre las percepciones sobre los dos servicios, la aplicación de la encuesta fue fundamental ya que permitió obtener información exacta para plantear las estrategias de mejoramiento.

Técnica de entrevista: Las entrevistas fueron dirigidas a personas relacionadas con el tema de investigación (coordinador de las Estaciones Experimentales de la UNL, administrador de la EEP y decano responsable de la EEP), permitiendo conocer sus opiniones y sugerencias acerca de los dos servicios.

Matriz FODA: La matriz FODA facilitó la evaluación de los factores internos (fortalezas y debilidades), como externos (oportunidades y amenazas) de la EEP, posibilitando así la elaboración de estrategias.

5.6 Población y muestra.

5.6.1 Población.

De acuerdo a la entrevista realizada al Ingeniero Diego Loaiza administrador de la EEP, se obtuvo información de las carreras de la UNL que han visitado la Estación y han recibido servicios de alimentación y alojamiento. Para conocer la población exacta de estudiantes por carrera se preguntó qué paralelos de cada carrera han ido a la Estación, tomando como referencia el número de estudiantes matriculados en el periodo académico (abril 2023–septiembre 2023).

Según la entrevista realizada al administrador Diego Loaiza, la ocupación de los servicios de alojamiento y alimentación se describen a continuación:

Tabla 1. Ocupación de los servicios de alojamiento y alimentación.

Facultad Agropecuaria y de Recursos Naturales Renovables (FARNR)	Facultad Jurídica Social y Administrativa (FJSA)
Carrera de Medicina Veterinaria y Zootecnia	Carrera de Turismo
Carrera de Ingeniería Agrícola	
Carrera de Ingeniería Forestal	
Carrera de Ingeniería Agronómica	
Carrera de Ingeniería Ambiental	

Conforme a la indagación realizada a los paralelos de las carreras de la FARNR y de la carrera de Turismo, la cantidad de ocupación de los servicios de alojamiento y alimentación de la EEP seguidamente se detallan.

Tabla 2. Cantidad de ocupación de los servicios de alojamiento y alimentación.

Carreras	Paralelos	Número de estudiantes
Medicina Veterinaria y Zootecnia	8 ^{vo}	20
Agronomía	5 ^{to} , 6 ^{to} , 8 ^{vo} , 9 ^{no}	91
Forestal	7 ^{mo} , 9 ^{no}	48
Agrícola	9 ^{no}	15
Ambiental	9 ^{no}	22
Turismo	5 ^{to} , 8 ^{vo}	52
Total		248

5.6.2 Muestra.

Se aplicó la fórmula para el cálculo de la muestra de poblaciones finitas, la misma se muestra a continuación:

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

Dónde:

N: tamaño de la muestra (248) población finita.

Z: nivel de confianza (0,95) (Z= 1,96)

p: probabilidad de éxito o proporción esperada (0,50)

q: probabilidad de fracaso (0,50)

d: probabilidad, error máximo admisible en términos de proporción (0,05%)

Reemplazando valores:

$$n = \frac{248 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (248 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{238,1792}{0,6175 + 0,9604}$$

$$n = \frac{238,1792}{1,5779}$$

$$n = 150 \text{ encuestas}$$

Tomando en cuenta el número total de encuestas y el total de estudiantes matriculados de cada paralelo, se aplicó la regla de 3 simple, esto para conocer cuántas encuestas se debe aplicar a estudiantes por paralelo de cada carrera, la misma se detalla a continuación:

Tabla 3. Cantidad de encuestas a aplicar a estudiantes por paralelo.

Carreras	N° de encuestas por paralelo
Medicina Veterinaria y Zootecnia (8 ^{vo})	12
Agronomía (5 ^{to} , 6 ^{to} , 8 ^{vo} , 9 ^{no})	55
Forestal (7 ^{mo} , 9 ^{no})	29
Agrícola (9 ^{no})	9
Ambiental (9 ^{no})	13
Turismo (5 ^{to} , 8 ^{vo})	32
Total	150

5.7 Metodología por objetivos.

Objetivo 1: Describir las percepciones de los servicios de alojamiento y alimentación en la Estación Experimental El Padmi.

Para desarrollar el primer objetivo y analizar la parte interna de la EEP se realizó el diagnóstico a través de revisión bibliográfica complementando con la observación directa, para lo cual se elaboró una ficha de diagnóstico; además, para complementar la información se adaptó la ficha creada por el Ministerio de Turismo sobre el Levantamiento de Información de Empresas Turísticas ([ver anexo 4](#)), se tomó en cuenta las secciones; información general de la empresa, producto que oferta, gestión empresarial; sin embargo, se adaptaron algunos puntos de las secciones antes mencionadas y se omitió la sección de información para ofertantes de actividades como son la descripción de transportación, operación turística y los servicios turísticos de alojamiento y alimentación. Posteriormente, se realizó un check list ([ver anexo 5](#)) ([ver anexo 6](#)) en base a tres criterios de valoración, cumple, cumple parcialmente o no cumple, tomando como base los requisitos generales obligatorios establecidos por el Ministerio de Turismo en el Reglamento Turístico para establecimientos de Alojamiento del año 2018 y el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, año 2015. A continuación, se aplicaron entrevistas ([ver anexo 7](#)) a actores involucrados, al administrador de la Estación Ing. Diego Loaiza, al coordinador de las Estaciones Experimentales de la UNL Ing. Eduardo Rengel y al Decano de la FARNR responsable de la Estación Ing. Roosevelt Armijos, lo cual permitió conocer cómo se desarrolla la gestión administrativa de la Estación y su punto de vista acerca de los dos servicios. Posterior a ello, se realizó un análisis general de las percepciones de los estudiantes en cuanto a los servicios de alojamiento y alimentación en la EEP por medio de la

técnica de la encuesta ([ver anexo 8](#)), para ello se adaptó el modelo ServQual, la misma permite medir las percepciones de los encuestados, la encuesta contiene 2 partes; la primera permite obtener datos sobre el perfil de los clientes y la segunda evalúa la percepción de los clientes, a través de cinco dimensiones con 22 preguntas agrupadas en; elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, con una escala de Likert, siendo 1 la calificación más baja y 5 la calificación más alta. Se llevó a cabo la tabulación en el programa estadístico SPSS para la interpretación y análisis. Seguidamente, se realizó el análisis PESTEL, el cual ayudó a analizar los factores externos para identificar las oportunidades y amenazas mediante el estudio bibliográfico del entorno económico, político, social, tecnológico, ecológico y legal, los mismos que influyen en la toma de decisiones y afectarían al servicio de alojamiento y alimentación de la EEP. Para concluir el primer objetivo, a partir del diagnóstico interno y externo se desarrolló el análisis FODA general ([ver anexo 9](#)).

Objetivo 2: *Elaborar estrategias de mejoramiento para los servicios de alojamiento y alimentación en la Estación Experimental El Padmi.*

Para el desarrollo del segundo objetivo, con base al FODA general realizado en el primer objetivo se desarrolló el FODA cruzado ([ver anexo 10](#)), con el cual se obtuvieron estrategias de fuerzas y oportunidades; estrategias de debilidades y oportunidades; estrategias de fuerzas y amenazas; y estrategias de debilidades y amenazas. Para conocer que estrategias son factibles se las socializó con los actores involucrados con la Estación como son el administrador de la Estación, y el coordinador de las Quintas Experimentales de la UNL. Una vez seleccionadas las estrategias viables se adaptó la ficha de estrategias del Ministerio de Turismo año 2018 “Procedimiento para elaborar el Plan de Mejoras” ([ver anexo11](#)), la herramienta está enfocada al diagnóstico de situaciones problemáticas de la empresa y su medida de corrección, la ficha contiene los problemas identificados, responsable, solución, recursos necesarios y fecha de cumplimiento.

6. Resultados

6.1 Percepción de los servicios de alojamiento y alimentación.

Los resultados del TIC de acuerdo a la metodología establecida, se presentan a continuación:

6.1.1 Descripción de la Estación Experimental El Padmi.

La Estación Experimental El Padmi fue creada con la finalidad de que se desarrollen proyectos de vinculación e investigación, bajo la responsabilidad del Centro de Estudios y Desarrollo de la Amazonía (CEDAMAZ), en la actualidad con el apoyo de instituciones públicas y privadas han adecuado una nueva infraestructura física de alojamiento (hotel) y la creación de un centro de exposiciones de interpretación de la cultura Mayo Chinchipe.

Los ejes básicos de la Estación Experimental son:

- Investigación.
- Capacitación técnica.
- Vinculación con la colectividad.

Cuenta con la infraestructura física para el desarrollo de estos ejes, pues posee cabañas para hombres y mujeres, viviendas para investigadores, edificio administrativo y de alojamiento para docentes; servicios de piscina, hidromasaje, servicios de alimentación y servicios básicos individuales. Actualmente la Estación tiene una Sala de Exposición de Piezas Arqueológicas y el Centro de Información "Arutam Wakam".

Por medio de una entrevista al Ing. Diego Loaiza y mediante revisión bibliográfica del Modelo de Gestión de la EEP, se obtuvieron datos sobre la información general como; la ubicación, datos climatológicos, datos administrativos, recursos turísticos, programas de investigación y otros servicios que ofrece la Estación, la misma se detalla a continuación:

Tabla 4. Diagnóstico situacional de la Estación Experimental El Padmi.

INFORMACIÓN GENERAL DE LA ESTACIÓN EXPERIMENTAL EL PADMI	
UBICACIÓN	
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Yanzatza
Parroquia: Los Encuentros	Barrio: El Padmi
Extensión: 103,5 ha	Coordenadas geográficas: Latitud 9 586.042; longitud 765.113
DATOS CLIMATOLÓGICOS	
Altitud: 775 y 1150 msnm	Temperatura: 23°C
Tipo de vegetación: Bosque siempre verde de tierras bajas y bosque siempreverde piemontano.	Clima: Trópico subhúmedo y tropical húmedo

DATOS ADMINISTRATIVOS

Coordinador de las Estaciones Experimentales de la UNL	Ing. Eduardo Rengel Santín
Decano de la FARNR de la UNL responsable de la EEP	Dr. Jorky Roosevelt Armijos
Administrador de la EEP	Ing. Diego Loaiza
Técnico de investigación	Ing. Erick Guailas Médico veterinario Darwin Chuquirima
Empleados	Sr. Daniel Vera Sr. Oswaldo Guayas Sr. Juan Cabrera Sr. Bolívar Mena
Guardias	Sr. Javier Paladines Sr. Gonzalo Tibi

RECURSO TURÍSTICO

Nombre	Característica
Petroglifo el Padmi	Se encuentran dentro de La Quinta Experimental el Padmi a 800 metros de la misma. En los petroglifos se encuentran tallados grabaciones que aún no han sido interpretadas pues no se conoce su historia

PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN

Programa	Línea de investigación
Acuicultura	La Estación tiene un reservorio de agua, invernadero, laboratorio y, 7 piscinas de tilapias de las cuales 4 se encuentran en uso, divididas en especies reproductoras, de engorde y alevines. Las larvas son recolectadas y transferidas a otros estanques para que crezcan a alevines y luego cultivarlos hasta adultos.
Apicultura	Los principales productos obtenidos de las abejas son: miel, polen, propóleos, jalea real, cera, apitoxina (veneno de abejas), material biológico (reinas, núcleos, larvas) y miel de abejas nativas (angelitas o meliponas).
Porcicultura	Los dos tipos de razas de cerdo que hay en la Estación son, la Pietrain y Blanco Belga, las cuales se caracterizan por una fuerte musculatura de tercio posterior, del tipo de grupa de potro.
Ovinocultura	Cuenta con la raza Katahdin, son resistentes, adaptables. No tienen lana por lo que no necesitan esquila. Son de tamaño mediano y eficiente.
Pecuaria	El ganado que posee la Estación tiene una genética de leche y doble propósito.
Avicultura	Crianza de gallinas criollas. Evaluación de la aves nativas y mejoradas, mejoramiento genético.
Jardín Botánico	Investigación, conservación, educación ambiental y esparcimiento. Tiene variedad de flora como arboles maderables, árboles frutales, plantas ornamentales, orquideario, plantas medicinales entre otras. Además, tiene varias áreas en las cuales se encuentran cultivos nativos de la zona, su extensión es de alrededor de 4 ha. Su implementación se dio en el año 2005 con especies forestales, frutales medicinales, ornamentales y otras especies nativas de la provincia de Zamora Chinchipe.
Bosque protector	Conservar el agua, el suelo, la flora y la fauna silvestre, germoplasma
Cultivos de ciclo corto	Variedades de semillas nativas e introducidas, conservación de los saberes y prácticas ancestrales del AJA Shuar.
Cultivos frutales	Variedades de semillas nativas e introducidas, germoplasma.

OTROS SERVICIOS	
Piscina e hidromasaje	La estación El Padmi tiene una piscina e hidromasaje, para el disfrute de los estudiantes y visitantes.
Centro de exposición de piezas arqueológicas “Espíritus de nuestros antepasados en quichua “Arutam Wakam”	La Universidad Nacional de Loja y la empresa minera Lundin Gold, firmaron un convenio en Marco de Cooperación Interinstitucional con la Estación y con el objetivo de establecer lazos de cooperación en beneficio de las comunidades del área de influencia cercana al Proyecto Minero. En el centro se muestra cómo es la infraestructura de la compañía minera; así mismo se exponen piezas de diferentes tipos como cerámica y material lítico y exposiciones sobre el procesamiento del oro.

La siguiente información sobre la infraestructura de los servicios de alojamiento y alimentación se obtuvieron de la entrevista realizada al Ingeniero Diego Loaiza, las características de los servicios se describen seguidamente:

Tabla 5. Infraestructura de los servicios de alojamiento y alimentación.

INFRAESTRUCTURA	
SERVICIO DE ALOJAMIENTO	
Cabañas de alojamiento para estudiantes	
Medida del área de alojamiento	2,5x3,5 m ²
Medida de las camas	Plaza y media (105 cm de ancho por 190 cm de largo)
Medida de los closets	1 metro
Bloques	2 bloques, (1 para mujeres, 1 para hombres)
Cabañas	7 habitaciones para mujeres (2 camas en cada habitación), 7 habitaciones para hombres (2 camas en cada habitación)
Capacidad total	28 personas
Cabañas para personal administrativo	
Bloques	1 bloque
Cabañas	8 habitaciones administrativas
Capacidad total	8 personas (un armario, y un sofá en cada una de ellas, baterías sanitarias individuales, mini sala y espacio para cocina)
Servicio de alojamiento (Hotel)	
Bloques	1 bloque
Habitaciones	10 habitaciones
Capacidad total	23 personas (baño privado, 1 recepción)
Medida de las habitaciones	3,7x4,20 m ²
Medida de las camas	Plaza y media (105 cm de ancho por 190 cm de largo)
Medida de los closets	3 metros
SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	
Medida del área de cocina	7x2 1/2
Medida del área de alimentación	14x7 m ²
Capacidad total del área de alimentación	30 personas
Número de mesas	2 mesas grandes (3x1.5m) y 2 pequeñas (1.80x1m)
Número de sillas	30 sillas

6.1.2 Estructura interna de la EEP

Conforme al Modelo de Gestión para la EEP elaborado por Segarra & Loaiza (2023), la Estación cuenta con una cultura organizacional cómo: misión, visión, políticas y valores, los cuales se explican a continuación.

- **Misión:** La misión de la EEP es la formación académica; la generación y aplicación de conocimientos científicos, tecnológicos y técnicos, que aporten al desarrollo integral del entorno y al avance de la ciencia; y, la producción de servicios especializados.

- **Visión:** La EEP al 2030 lidera y desarrolla, con pertinencia, responsabilidad social y de manera articulada: la Docencia con alto nivel académico científico; la investigación por dominios científicos, tecnológicos e innovación; y, la vinculación con la sociedad, a través de proyectos de transferencia de conocimientos en correspondencia con los requerimientos de su entorno social; en el marco de un modelo de gestión innovador.

- **Políticas:** Las políticas de la EEP que contribuirán al fortalecimiento de los procesos y, de la articulación de las funciones sustantivas, son:

Se fortalecerá la articulación de la investigación con la docencia y la vinculación con la sociedad, como medio para generar impacto en la producción y oferta de servicios de la EEP y el aporte a la solución integral de los problemas del entorno.

Se promoverá el desarrollo de capacidades con el propósito de que los procesos de la EEP se articulen e implementen de conformidad a su planificación.

Se promoverá, con preferencia en la zona de impacto de la EEP, la Vinculación con la Sociedad procurando con pertinencia y responsabilidad social, mediante la difusión de los conocimientos producidos para beneficio y aprovechamiento de la sociedad de su entorno más inmediato.

Se optimizará y modernizará la infraestructura física y tecnológica y de escenarios de aprendizaje, investigación y vinculación del entorno de actuación de la EEP, como base para el mejoramiento de la calidad de sus productos y servicios.

- **Valores:** El accionar de la gestión de la EEP se sustenta en los siguientes valores:

Responsabilidad: Es la virtud de las personas naturales o jurídicas no sólo de tomar una serie de decisiones de manera consciente, sino también de asumir las consecuencias que tengan las citadas decisiones y de responder de las mismas ante quien corresponda en cada momento.

Honestidad: Se refiere a la cualidad con la cual se designa a aquella persona natural o jurídica que se muestra, tanto en su obrar como en su manera de pensar, como justa, recta e íntegra.

Solidaridad: Sentimiento de unidad basado en metas o intereses comunes.

Transparencia: Se refiere a la actitud y decisión de las personas naturales o jurídicas en promover acciones para dar a conocer su conducta positiva frente a las responsabilidades; en términos de gestión pública, implica transparentar y democratizar el libre acceso a la información, acompañado de procesos técnicos para la rendición de cuentas a los usuarios y a la ciudadanía en general, consiguiendo con ello credibilidad, confianza y reconocimiento social (p.12-13).

6.1.3 Evaluación del servicio de alojamiento y servicio de alimentos y bebidas.

Si bien la EEP no está registrada como un establecimiento para brindar servicios turísticos de alojamiento y alimentación, al ser parte de una universidad y recibir estudiantes a los cuales les brindan los servicios, deben cumplir con requerimientos necesarios.

En la tabla 6 se muestran los requisitos según el Reglamento Turístico de Alojamiento para un establecimiento que no se encuentra determinado como categoría única y el cumplimiento de en la EEP.

Tabla 6. Requisitos que cumple la EEP según el Reglamento Turístico de Alojamiento.

ANEXO A. REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGÍAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORÍA ÚNICA				
Nro.	Requisitos	Cumple	Cumple parcialmente	No cumple
CONDICIONES MÍNIMAS				
1.	Instalaciones de infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento.		x	
2.	Limpieza e higiene.		x	
REQUISITOS GENERALES				
3.	Contar con sistema de iluminación de emergencia.			x
4.	Identificar y señalizar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras.		x	
5.	Exhibir en cada habitación y piso, un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente.			x
6.	Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes.		x	
7.	Contar, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento.			x
8.	En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento.			x
9.	Equipar con contenedores de desechos, ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos.		x	
10.	Identificar y señalizar las áreas asignadas para fumadores, en caso de existir.			x
11.	Identificar las áreas con facilidades para personas con discapacidad.		x	
12.	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones,			

	cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal.			x
13.	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal.			x
14.	Identificar y señalizar el número de piso.		x	
15.	Identificar y señalizar las habitaciones por piso.		x	x
16.	Identificar y señalizar las áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios.			x
17.	Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción.			x
18.	Contar con personal uniformado (con distintivo o atuendo).			x
19.	Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped.			x
20.	Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo.			x
21.	Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.			x
22.	Equipar al menos un área común con cámara de seguridad. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo.	x		
23.	Contar con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata.	x		
24.	Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos.			x
25.	Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con instalaciones eléctricas cuyo voltaje sea de 110V y 220V, debidamente señalizado.	x		
INFRAESTRUCTURA				
26.	Acceso al establecimiento y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deberán contar con personal entrenado que permita dar el servicio. Los nuevos establecimientos se sujetarán a la normativa de accesibilidad universal vigente.		x	
27.	Contar con sistemas de protección contra insectos.			x
28.	Contar con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento.		x	
29.	Contar con iluminación y ventilación natural en habitaciones, se prohíben ventanas interiores. *		x	
30.	Contar con ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores, con especial énfasis en cuartos de baño y aseo, bodegas, y áreas de preparación de alimentos (siempre que el establecimiento brinde el servicio de alimentación).		x	
31.	Contar con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento.	x		
32.	Contar con materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño y aseo, bodegas,			x

	áreas con uso de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuviera estas últimas).		
33.	Contar con elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuvieran estas últimas).		x
34.	Destinar áreas para uso común y/o múltiple para huéspedes.		x
35.	En caso de contar con áreas para fumadores se deberá cumplir los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco.		x
36.	Contar con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos.	x	
37.	Contar con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros).		x
38.	Contar con bodegas y/o compartimentos específicos para almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros.		x
39.	Contar con bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento, separadas y sin contacto directo con materiales inflamables o alimentos.		x
SERVICIOS			
40.	Proveer del servicio de agua las veinticuatro horas.	x	
41.	Servicio de custodia de equipaje.		x
42.	Servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio.		x
43.	Botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento.		x
44.	Servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas.		x
45.	Proveer el servicio diario de limpieza.		x
46.	Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente		x
AREAS DE CLIENTES			
CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES			
47.	Identificar y señalizar por género los cuartos de baño y aseo en áreas comunes.	x	
48.	La dimensión de los cuartos de baño y aseo estará determinada por la capacidad del servicio a prestar.		x
Equipamiento e insumos	49.	Inodoro con asiento y tapa.	x
	50.	Lavamanos con grifería con sistema temporizado.	x
	51.	Espejo sobre el lavamanos.	x
	52.	Tomacorriente.	x
	53.	Basurero con funda y tapa.	x
	54.	Dispensador de jabón líquido.	x
	55.	Jabón líquido biodegradable.	x
	56.	Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo;	x
	57.	Papel higiénico.	x

	58.	Dispensador de desinfectante de manos dentro o fuera del cuarto de baño y aseo;		x
	59.	Gel desinfectante de manos		x
	60.	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso;		x
	61.	Cartilla de control de limpieza		x
HABITACIONES				
	62.	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso.	x	
	63.	Las dimensiones de cama(s) se aplicarán según lo establecido en el presente Reglamento.	x	
	64.	Las habitaciones matrimoniales deberán tener como mínimo una cama de 2 plazas y media. *	x	
		Circulación entre camas: 0.50 m - Distancia entre los costados de 2 camas. Ninguna habitación podrá tener un lado menor a 2.7 m.		x
		Circulación entre cama y pared frontal o lateral: 0.60 m - Distancia entre el costado de una cama y la pared. Ninguna habitación podrá tener un lado menor a 2.7 m.		x
65.	Dimensiones mínimas de circulación: todas las camas deben permitir su acceso lateralmente.	Circulación entre cama y clóset - puerta corrediza: 0.70 m - Distancia entre el costado de una cama y el closet. Ninguna habitación podrá tener un lado menor a 2.7 m.		x
		Circulación entre cama y clóset - puerta abatible: 0.80 m - Distancia entre el costado de una cama y el closet. Ninguna habitación podrá tener un lado menor a 2.7 m.		x
		Circulación entre el pie de la cama y la pared: Distancia entre el pie de la cama y la pared. Ninguna habitación podrá tener un lado menor a 2.7 m.		x
	66.	Colchón	x	
	67.	Protector de colchón.		x
	68.	Sábanas.	x	
	69.	Cobija (s).	x	
	70.	Cubrecama, edredón o plumón duvet.	x	
	71.	Almohadas por plaza.	x	
	72.	Protector de almohadas.	x	
	73.	Al menos un ventilador o mesa de noche.		x
	74.	Basurero.	x	
	75.	Cobija extra a petición del huésped.	x	
	76.	Al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes.	x	
	77.	Teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico.		x
	78.	Informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso		x

	(check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación.	
79.	Contar con agua para consumo en la habitación.	x

En la tabla siguiente se detallan los requerimientos mínimos que debe cumplir un establecimiento de alimentos y bebidas – restaurante, según el Reglamento de Alimentos y Bebidas, y el cumplimiento en la Estación.

Tabla 7. Requisitos que cumple la EEP según el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas.

ANEXO D. REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS - RESTAURANTES				
Nº.	Requisitos	Cumple	Cumple parcialmente	No cumple
1.	Tener acceso universal el establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o servicio personalizado que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades emitido por la autoridad competente.		x	
2.	Contar con manejo de desperdicios en contenedores con tapa, identificados por tipo de desperdicio.		x	
3.	Contar con sistema de iluminación de emergencia			x
4.	Identificar y señalar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras según las disposiciones de la autoridad competente.		x	
Debe contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos:				
5.	a. Dispensador de jabón con este elemento disponible.		x	
6.	b. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible.			x
7.	c. Dispensador de desinfectante con este elemento disponible.			x
8.	Contar con suministro de agua permanente en el establecimiento.	x		
9.	Contar con alarma de incendios y/o detector de humo.	x		
10.	Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso (no se permite el uso de madera, no oxidadas), deben ser de material de fácil limpieza.		x	
11.	La vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso			x
12.	Exhibir en un lugar visible al consumidor el aforo permitido en el establecimiento.			x
13.	Contar con sumideros en áreas de preparación de alimentos.		x	
14.	Contar con un equipo que garantice la extracción de humos y olores de la zona de cocción			x
15.	Contar con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente.		x	

	Nota: se exceptúa para los establecimientos que compartan baños		
16.	Contar con menú de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos, exhibidos al público y legibles.		x
17.	Contar con personal uniformado de servicio: no uso de joyas, uso de uniforme limpio, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas.	x	
18.	Personal que manipula alimentos: no uso de joyas, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas, uniforme limpio y sin maquillaje.	x	
19.	El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello.	x	
20.	Contar con un botiquín de primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido en este reglamento.		x
21.	Debe mostrar registros visibles de limpieza diaria de baños y/o baterías sanitarias.		x
22.	Los horarios de atención del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.		x
23.	Contar con bodega (s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje.	x	
24.	Contar con vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas condiciones.	x	
25.	Contar con un registro documental de control de plagas.	x	
26.	Contar con pisos o elementos antideslizantes en el área de producción.		x
27.	Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias, y protegidas contra ingreso de roedores, animales y personas ajenas al servicio.	x	
28.	Contar con trampa de grasa en el área de producción y área de lavado de vajilla.		x
29.	El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta debe contar con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad.		x
30.	Contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.		x
31.	Exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.		x
32.	Focos y lámparas de techo en áreas de producción deben aislarse con protectores en caso de rotura.		x
33.	Las superficies donde se preparan los alimentos son de materiales de fácil limpieza y lavables, resistentes a la corrosión, sin daños evidentes.	x	
34.	Contar con salida(s) de emergencia identificadas y habilitadas.		x
35.	Debe contar con suministro continuo de energía eléctrica.	x	
36.	Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores.	x	
37.	El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.	x	
38.	El personal de cocina conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.	x	
39.	Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.		x

6.1.4 Resultados y análisis de las entrevistas.

Para conocer cómo es la administración y comprender la situación actual de los servicios de alojamiento y alimentación de la EEP, se realizaron entrevistas a 3 personas que están relacionadas con la Estación.

6.1.4.1 Resultados de las entrevistas. Se detallan los nombres y las funciones que desempeñan las personas a las cuales se les aplicó la entrevista.

Tabla 8. Nombres y funciones del personal responsable de la Estación.

N°	Nombre	Función
E1	Ing. Diego Loaiza Andrade	Administrador de la EEP
E2	Dr. Jorky Roosevelt Armijos	Decano responsable de la EEP
E3	Ing. Eduardo Rengel Santín	Coordinador de las Estaciones Experimentales de la UNL

Entrevista 1(E1); Entrevista 2 (E2); Entrevista 3 (E3)

La técnica de la entrevista realizada a personas involucradas con la EEP se llevaron a cabo con el fin de conocer cuál es la situación actual de la Estación, sobre si se evalúa la calidad de los dos servicios, sus fortalezas, debilidades; igualmente, qué tipo de clientes tiene la Estación, cuáles son los criterios acerca del desarrollo TIC en la Estación; así mismo, saber cuál es la visión que tienen con la EEP en un futuro, en cuanto a brindar solo servicios de alojamiento y alimentación a personas que visiten la Estación por motivos académicos o ampliar como servicios turísticos disponibles al público en general.

La entrevista realizada es de tipo estructurada, puesto que se realizaron las mismas preguntas a personas diferentes con el fin de conocer los criterios con respecto al tema de investigación. Las entrevistas se realizaron mediante una cita programada a través de vía telefónica, acordando día y hora para la realización de la misma.

En la tabla 9 se describen las preguntas y su respectiva contestación de los tres actores involucrados con la Estación Experimental El Padmi

Tabla 9. Resultados de las entrevistas.

#	E-1	E-2	E-3
Preguntas	Ing. Diego Loaiza – Administrador de la EEP	Dr. Roosevelt Armijos - Decano de la FARNR	Ing. Eduardo Rengel – Coordinador de las Estaciones Experimentales de la UNL
P 1: Beneficios del TIC a la mejora de los servicios de alimentación y alojamiento de la EEP.	En base al diagnóstico que se realiza en el TIC aportaría mucho como una hoja de ruta para la mejora o implementación de los servicios de alimentación y alojamiento una vez que la universidad decida a través de la empresa pública dar servicio a personas particulares (visitantes locales o turistas)	Permitirá acercarse a la realidad con una objetividad de las cosas positivas de los dos servicios; así mismo en los aspectos que se deben mejorar, poderlas plasmar y poder trabajar en esas deficiencias. Es magnífico que se realice esta investigación, y los estudiantes que deseen puedan en la Estación y en cualquiera de las Estaciones desarrollar los Trabajos de investigación.	Es importante que se analice como se están desarrollando los servicios puesto que la Estación no ha tenido una apertura hacia el público, sino que ha sido concebida como una Estación de investigación para quienes somos parte de la comunidad universitaria, sean estudiantes, docente e investigadores. Es interesante saber cuál es la percepción, la información de primera mano de la investigación realiza en el sitio.
P 2: Conocimiento sobre la calidad o percepción de los dos servicios.	Si y es importante porque por medio del nivel de calidad de los servicios permite mejorarlos si es necesario, aplicando medidas y por ende mejora la satisfacción de las personas que ocupan los servicios.	Si, saber cómo está la calidad de los dos servicios es bueno porque contribuye a mejorar si algún servicio tiene debilidades.	Si y es algo fundamental porque son dos factores que se deben tomar en cuenta cuando se está brindando los servicios y conocer la opinión del cliente para mejorar en lo que se está fallando.
P 3: Evaluación de la calidad de servicio de alojamiento y alimentación	No realizan la evaluación de calidad.	En estos momentos no se tiene una planificación, ni una herramienta para evaluar si es buena, mala o reglar la atención que se brinda; sin embargo, no quiere decir que se converse sobre cómo fue la estadía en la Estación, ya que un establecimiento de educación superior se debe velar el comportamiento de las personas que visitan garantizar la permanencia de las personas.	No evalúan la calidad de servicio, ya que no se tiene una metodología de evaluación, pero si se ha mejorado en algunas cosas en función de preguntar cómo le pareció el servicio y si hay alguna sugerencia para mejorar los servicios. Ya que no tienen visitas de grupos externos, sino que son internos de la universidad.
P 4: Importancia de la evaluación de los dos servicios	Si porque ayudan a ver los errores, ver lo que no se está desarrollando	Claro, son básicos, si en el TIC que se está realizando se definen los elementos	Si, porque eso permitirá dar un buen servicio cuando lleguen grupos tanto de la universidad cómo externos y con eso se

	correctamente y de esa manera mejorar la calidad de servicio.	y sugerencias es bueno porque eso va a permitir mejorar los servicios.	puede tomar medidas para mejorar el servicio, las instalaciones.
P 5: Aspectos importantes al brindar los servicios.	El tema sanitario es fundamental, la limpieza de las dos áreas, mientras más aséptico está las personas se sienten mejor, también la inocuidad de alimentos, menaje y la infraestructura.	Es importante cuidar la calidad, en alimentos, aseo, si se va a brindar un servicio a la sociedad, no se puede tener una habitación mal presentada que no sea acorde a la necesidad.	En cuanto a alimentación debe ser de calidad, el tener alimentos frescos que no estén en malas condiciones, que sea una dieta adecuada. En cuanto al hospedaje se debe tener las instalaciones limpias, cómodas, con los servicios básicos como el agua, la energía el control de desechos. Al ubicarse en una zona húmeda e importante la ventilación de habitaciones o incluir artefactos que permitan brindar mejora comodidad a los huéspedes.
P 6: Áreas adecuadas para brindar un buen servicio.	Para lo que están trabajando ahora si es la adecuada, pero si se quisiera ampliar y brindar los servicios turísticos de acuerdo a la normativa correspondiente se necesitaría una infraestructura más grande, por ejemplo, la cocina es muy básica, muy pequeña y se necesitaría una adecuación de una más grande; así mismo, falta equiparla más con un mejor menaje. En cuanto al comedor no hay problema, ya que tiene un espacio amplio, hay sillas de madera y de hierro que no son propias para comedor y se las debe cambiar. Así mismo. en el área de alojamiento se deben realizar algunos arreglos en el techo e iluminación.	En este momento se tiene las instalaciones básicas, se debe ir mejorando, lo cual demanda de recursos y de personas, y hace que sea costoso. Muchas personas que visitan la Estación creen que es gratuito incluida la alimentación, pero no se puede brindar servicios gratis, ya que la función de la Estación es de educación y algún recurso que se genere o demande un gasto, se debe cobrar.	Hay mucho que mejorar, mejorar en la infraestructura, se debe contratar personal que se dedique al arreglo de las habitaciones, personal encargado del servicio de alimentación que tenga conocimiento sobre ubicar el menaje, realizar la limpieza, y atender a las personas que llegan.
P 7: Capital asignado para la mejora de los servicios.	La Estación no tiene presupuestos, con lo que venden los alimentos a los estudiantes compran lo que sea más necesario, una vez que sea administrada por la empresa pública si se puede realizar una administración directa de recursos para mejora de los servicios.	En estos momentos no, solo justifican todos los egresos de la FARNR en la parte académica, cuando los jóvenes van a la Estación se cobra una cuota de \$7,50 ente alimentación y alojamiento, por día.	El aporte que la UNL hace es para el mantenimiento de puertas, instalaciones sanitarias, adecuaciones de la cocina, del techo, habitaciones, pisos, paredes, a las cuales les dan un constante mantenimiento, hay personal que se dedica a labores de limpieza, reparación y les dan un porcentaje

			de inversión por parte de la universidad. Así mismo en los arreglos eléctricos se realiza con personal de la universidad.
<p>P 8: Consideraciones sobre brindar en un futuro los servicios a público externo</p>	<p>Si, ya que en el último estudio que se realizó mediante un trabajo conjunto con el GAD de Yantzaza y Los Encuentros para realizar el Modelo de Gestión de Turismo para todo el cantón, la estación tiene muchos recursos a favor para la visita de las personas, pues tienen el proyecto de turismo educativo en el que trabajan en todos los escenarios agropecuarios, en el jardín botánico, el museo y la sala de exposición, área de distracción y los senderos ecoturísticos, los cuales son un complemento para los servicios de alimentación y alojamiento, la estación tiene un amplio espacio para adecuar las áreas y las que tiene se las puede mejorar para brindar ben servicio.</p>	<p>El que la EEP brinde servicios turísticos de alimentación y hospedaje es la idea que tienen ya que la Estación tiene potencial, y se debe trabajar en eso con la Empresa Pública, pero como universidad no se puede ofertar así, ya que es solo académico y no se puede permitir que ingrese todo el mundo, pues estos espacios están definidos para visitas de tipo académicas, y el sector externo vendrían siendo otras universidades, investigadores, entonces, no se podría decir que es un hotel, no se podría competir con los hoteles de Zamora, con las visitas de tipo académicas se estaría copando la capacidad que se tiene en la Estación para brindar los servicios.</p>	<p>Si porque la idea del rector es que en un futuro la puedan ofrecer como un circuito turístico presentando a los demás atractivos como el jardín botánico, orquideario, vivero, sala de exhibición y los proyectos productivos. Y se puedan utilizar estas instalaciones para aperturar al público.</p>
<p>P 9: Debilidades y fortalezas que tienen los dos servicios.</p>	<p>Las debilidades son la infraestructura pequeña; así mismo, no tienen el menaje adecuado, escasez de electrodomésticos, escasez de ropa de cama, colchones, no hay personal de limpieza para las habitaciones. Las fortalezas es que tiene personal que han trabajado en cáterin por lo tanto tienen experiencia en preparación de alimentos, inocuidad de los mismos y atención al cliente, estar al lado de la vía que conecta a otros lugares.</p>	<p>Las debilidades son que falta de recursos, falta de mantelería, vajillas, falta de sábanas, almohadas, falta de personas para aseo de las áreas. Las fortalezas es estar dentro de un área institucional ya que tiene toda la seguridad, estar dentro de un espacio donde hay guardia, estacionamiento</p>	<p>Las debilidades es que no se cuenta con un personal permanente para que puedan brindar el servicio, tampoco se tiene personal para que se dedique al arreglo de las habitaciones, ubicar el menaje, realizar la limpieza, ya que lo realiza personal de la estación que tiene otras funciones. Las fortalezas es que la universidad tiene un prestigio y que pueden visitar personas de otros lados, también, que pueden capacitar a personas aledañas para que puedan ser prestadores de servicios de turismo, de guianza, alimentación y del tipo de actividades que se desarrollan dentro de la actividad turística.</p>

P 10: Importancia de profesionales en turismo en la Estación.	Si es importante, y si se necesita una persona que apoye en el manejo del desarrollo turístico de la estación y que maneje las normas que se deben seguir en los dos servicios.	Si es importante ya que cada actividad tiene su particularidad y a veces sus fortalezas, y en la universidad se tiene como fortaleza a la carrera de turismo.	Sin duda porque eso daría una fortaleza al momento de poder planificar tours, oferta turística, en la recepción y saber recibir y manejar grupos.
P 11: Presupuesto es una limitante para contratar personal técnico.	Si es limitante ya que como dependen del presupuesto de la universidad, si la misma tiene a bien contratar un profesional en turismo el cual debe realizar varias actividades en los dos ámbitos y, además, debe atraer más clientes a la Estación.	En estos momentos si, ya que si se va a manejar solo educativo no importaría tener solo 1 o 2 personas que sean docentes, y si se va a manejar como empresa, un joven o señorita que se haya graduado de la carrera de turismo sea contratado por un sueldo básico ya que se debe reconocer también esa formación, las bondades y la profesionalización de las personas dentro de esas áreas. Siendo importante también hacer un análisis para saber cuántas personas deben estar y brindar servicio de calidad.	Si ya que como la Estación no está concebida para esos fines no se ha asignado personal para manejar turismo, pero sería importante contar con ese personal.
P 12: Tipo de uso de los servicios.	Son estacionales porque no siempre llegan clientes, ya que trabajan con los horarios de la universidad, y porque tienen visitas de estudiantes y docentes de la universidad.	Es de acuerdo a pedido, ya que es difícil decir tengo 50 menús y no llega nadie o les falta.	Son estacionales ya que se trabaja con grupos grandes que comunican al administrador que van a llegar tal día y el administrador se contacta con una persona que prepare alimentos, los mismos tienen un valor, las personas que preparan los alimentos son personas que tienen conocimientos sobre preparar alimentos pues tienen negocios de venta de alimentos.
P 13: Disponibilidad de los servicios.	Está abierto a cualquier persona que desee visitar la Estación, para universidades que deseen realizar prácticas o visitas educativas, las cuales son coordinadas con los decanos, autoridades de la institución. El valor del alojamiento no tiene establecido ya que no está normado y la universidad no	Los servicios de alojamiento y alimentación están disponibles en prioridad para personas que deseen realizar prácticas o actividades de tipo académicas. Los dos servicios por un día son de \$7,50	Los servicios están disponibles para docentes, investigadores y estudiantes de la universidad, no para personas externas a la universidad.

permite que se cobre un valor por el alojamiento; además, los estudiantes deben llevar sábanas y cobijas, el valor de alimentación es \$7,50. El menú que ofrecen es sostenido incluye proteína, carbohidrato, y lo ofrecen cuando es un grupo grande de visitantes.

P 14: Tipo de clientes de la EEP.

Son estudiantes de la Universidad Nacional de Loja, vistan la Estación con el fin de realizar prácticas pre profesionales, prácticas de vinculación, desarrollo del Trabajo de Integración Curricular y salidas técnicas.

No conoce, porque no considera que los estudiantes que van de universidades sean clientes, pues los estudiantes van por cuestiones académicas, ya que un cliente es aquel que llega y repite, consume y se queda en la Estación.

Los visitantes que llegan a hospedarse son docentes, investigadores de la universidad, clientes externos no tienen.

Entrevista 1 (E1); Entrevista 2 (E2); Entrevista 3 (E3).

6.1.4.2 Análisis de las entrevistas. De acuerdo a las entrevistas realizadas a las autoridades involucradas en la EEP se pudo determinar que, la realización del TIC es importante puesto que aportaría cómo una hoja de ruta para conocer cuál es la percepción de las personas que visitan la Estación y mediante ello conocer las debilidades en cuanto a los servicios de alojamiento, alimentación y poder trabajar en ellas. Así mismo, para ellos es fundamental conocer lo que implica la calidad de los dos servicios, ya que permite comprender el grado de satisfacción de las personas que visitan cierto lugar. De igual modo, los entrevistados manifestaron que no realizan una evaluación de calidad de los servicios; sin embargo, preguntan a las personas cómo fue su estadía en la Estación, creen que es importante que se la realice una evaluación de calidad de los servicios pues permitirá identificar las falencias y plantear medias para su mejoramiento. Consideran que los aspectos fundamentales al brindar los servicios es la limpieza de las áreas, calidad e inocuidad de los alimentos, infraestructura, habitaciones y servicios básicos en buen estado, además, que el lugar tenga una buena ventilación. Dos de los entrevistados opinan que, el área de alojamiento y alimentación con las que cuenta la Estación es adecuada para el tipo de personas que la visitan; sin embargo, otro entrevistado menciona que se debe mejorar la infraestructura ya que cuentan con instalaciones básicas. Por lo que concierne a, si la Estación invierte dinero en la mejora de los servicios, comentan que, la Estación no tiene presupuestos, ya que con los valores que cancelan los estudiantes por los alimentos, cubren los gastos necesarios, el aporte que la UNL realiza es para el mantenimiento de la infraestructura, y ciertos arreglos lo hacen con personal que trabaja en la universidad. Ahora bien, dos de los 3 entrevistados aseguran que en un futuro la Estación si brindaría servicios turísticos de alojamiento y alimentación, pues tiene muchos recursos a favor y la ofrecerían como un circuito turístico con todos los atractivos con los que cuenta, otro entrevistado opina que no se brindaría servicios turísticos, pues al ser parte de la universidad es solo para la realización de actividades académicas. En cuanto a las debilidades que tiene la Estación, expresan que, la infraestructura es pequeña, falta menaje, maquinaria y equipo de cocina, existe escasez de ropa de cama, falta de personal permanente para el arreglo de habitaciones, cabe recalcar que esta información se corroboró con una visita realizada a la Estación. Las fortalezas que tiene la Estación son, que brindan seguridad las 24 horas, y la buena ubicación de la misma. Aseguran que, es importante contratar una persona que sea profesional en turismo, aportaría mucho en la administración de la Estación, saber recibir y manejar grupos; sin embargo, una limitante es el presupuesto ya que depende de la universidad si tiene a bien contratar personal. Comentan además que, las visitas de la Estación son estacionales, ya que trabajan con grupos grandes, mediante reservas con el administrador. Además, los servicios de alojamiento y alimentación están disponibles en prioridad para personas que deseen realizar prácticas o actividades de tipo académicas, no para personas externas a la universidad,

puesto que los clientes principales son estudiantes de la UNL, que realizan prácticas pre profesionales, prácticas de vinculación, desarrollo del Trabajo de Integración Curricular y salidas técnicas. Es importante mencionar que la EEP no está registrada como un establecimiento turístico que brinde servicios turísticos de alojamiento y alimentación, ya que como lo indican los entrevistados es un espacio para el desarrollo de actividades académicas, así mismo lo indica en el Modelo de Gestión de la Estación. Si en un futuro se legalizara como un establecimiento turístico tendría que cumplir con los requisitos necesarios como el permiso de funcionamiento licencia única, registro de contribuyente (RUC), permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos, permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior, permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior, permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación y Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), registro de Alimentos y Bebidas en el MINTUR, Patente Municipal, Registro Turístico, permiso de funcionamiento del Ministerio del Ambiente o MAE según su categorización.

6.1.5 Resultados de las encuestas

Una vez aplicadas las encuestas, seguidamente se describen los resultados del perfil sociodemográfico; así mismo, los resultados de la encuesta del modelo ServQual de las cinco dimensiones de los servicios de alojamiento y alimentación con sus respectivas interpretaciones, y análisis general.

6.1.5.1 Perfil sociodemográfico de los clientes. En la tabla 9 se detallan los resultados del perfil sociodemográfico de los estudiantes que visitan la EEP durante el periodo académico abril 2023–septiembre 2023.

Tabla 10. Perfil sociodemográfico de los clientes.

VARIABLES	Alternativas	Frecuencias	Porcentajes
Sexo	Masculino	68	45,3%
	Femenino	82	54,7%
	Total	150	100%
Edad	17-22	88	58,7%
	23-28	56	37,3%
	29-34	6	4,0%
	Total	150	100%
Ingresos económicos	Menos de \$450,00	128	85,3%
	\$451,00 a \$850,00	21	14,0%
	\$851,00 a \$1250,00	1	0,7%
	Total	150	100%
Estado civil	Soltero	137	91,3%
	Casado	8	5,3%
	Unión de hecho	5	3,3
	Total	150	100%
ASPECTOS TURÍSTICOS			
	Prácticas pre-profesionales	64	42,7%
	Trabajo de integración curricular	16	10,7%

Motivo de visita	Investigaciones	32	21,3%
	Vinculación	17	11,3%
	Salida técnica	8	5,3%
	Proyecto Integrador de Saberes	13	8,7%
	Total	150	100%
Días de hospedaje	1 a 2 días	107	71,3%
	3 a 4 días	34	22,7%
	Más de 5 días	9	6,0%
	Total	150	100%
Gasto de estadía	"Menos de \$10,00"	18	12,0%
	"\$10,00"	21	14,0%
	"\$15,00"	54	36,0%
	"\$20,00"	22	14,7%
	"Más de \$20,00"	35	23,3%
	Total	150	100%
Medio de transporte	Transporte de la universidad	120	80,0%
	Transporte público	18	12,0%
	Transporte propio	12	8,0%
	Total	150	100%
Frecuencia de visita	1 a 2 veces	118	78,7%
	3 a 4 veces	23	15,3%
	Más de 5 veces	9	6,0%
	Total	150	100%
Con quién viaja	Solo	14	9,3%
	Compañeros de trabajo	6	4,0%
	Compañeros de carrera	130	86,7%
	Total	150	100%

Fuente: Elaboración propia a través del software SPSS.

6.1.5.1.1 Interpretación de resultados del perfil sociodemográfico.

- **Sexo del encuestado:** De acuerdo a los datos obtenidos de las 150 encuestas aplicadas, la distribución muestra un porcentaje del 45,3% para el sexo masculino y el 54,7% para el sexo femenino.
- **Edad del encuestado:** En cuanto al intervalo de edad, está mayormente representado por estudiantes de 17 – 22 años con el 58,7%, seguido por estudiantes con edad comprendida entre 23-28 años con el 37,3%, y de 29 - 34 años con un porcentaje del 4%.
- **Ingresos económicos:** La mayor parte de los estudiantes tienen ingresos económicos menos de los \$450,00 con el 85,3%, así mismo, el 14% tiene ingresos entre \$451,00 a \$850,00, mientras que con ingresos del \$851,00 a \$1250,00 representa el 0,7%.
- **Estado civil:** Se observan los datos sobre el estado civil de los encuestados, en los cuales 137 estudiantes son solteros con un porcentaje del 91,3%, mientras que 8 estudiantes son casados con el 5,3%, y 5 estudiantes están en unión de hecho con el porcentaje del 3,3%.
- **Motivo de visita:** Los motivos por los que los estudiantes van a la EEP son en su mayoría para realizar prácticas pre-profesionales con el 42,7% es decir 64 estudiantes, el

21,3% que corresponde a 32 estudiantes van a la Estación para cumplir con investigaciones, así mismo, 17 estudiantes con el 11,3% visitan la estación para desarrollar proyectos de vinculación con la sociedad, 16 estudiantes que representa el 10,7% para el desarrollo del TIC, se observan datos con porcentajes menores quienes van a la Estación para desarrollar el Proyecto Integrador de Saberes con el 8,7% es decir 13 estudiantes, y 8 estudiantes por motivos de salida técnica con el 5,3%.

- **Días de hospedaje:** Respecto al número de días en los que los estudiantes se han hospedado en la Estación se observa una gran diferencia, ya que 107 estudiantes se han hospedado de 1 a 2 días con el 71,3%, mientras que 34 estudiantes de 3 a 4 días con el porcentaje de 22,7%, y en menor cantidad 9 estudiantes han hospedado más de 5 días con el 6%.

- **Gasto durante la estadía:** El gasto de los estudiantes durante la estadía en la EEP es de \$15,00 con el porcentaje más alto del 36%, es decir 54 estudiantes; 35 estudiantes gastan más de \$20,00 representado con el 23,3%, \$20,00 gastan 22 estudiantes con el 14,7%, \$10,00 gastan 21 estudiantes con el 14% y un gasto menor a \$10,00 son 18 estudiantes con el 12%.

- **Medio de transporte:** Un gran número de estudiantes, es decir 120 usan el transporte de la universidad para dirigirse a la EEP con el 80%, un bajo porcentaje es decir 18 usan el transporte público con el 12%, y finalmente el transporte propio lo usan 12 estudiantes cuyo porcentaje es 8%. (80% transporte de la u)

- **Frecuencia de visita:** Con respecto al número de veces que los estudiantes han visitado la EEP, 1 a 2 veces han visitado 118 estudiantes con un 78,7%, 3 a 4 veces han visitado 23 estudiantes con un porcentaje del 15,3%, y más de 5 veces un número de 9 estudiantes con el 6%.

- **Compañía durante la visita:** Los estudiantes viajan a la EEP en compañía de compañeros de carrera, siendo un número de 130 estudiantes correspondiente al 86,7%, así mismo 14 estudiantes viajan solos siendo el 9,3%, y en compañía de compañeros de trabajo corresponde a 6 estudiantes con el 4%.

6.1.5.2 Resultados de las encuestas del modelo Servqual, del servicio de alojamiento. A continuación, se muestran los resultados obtenidos sobre la percepción que tuvieron los estudiantes después de recibir el servicio de alojamiento en la EEP.

Tabla 11. Resultados dimensión “Elementos tangibles”.

Indicadores	Alternativas	Frecuencias	Porcentajes
Las cabañas cuentan con mobiliario y equipo adecuado	Totalmente en desacuerdo	10	6,7%
	En desacuerdo	56	37,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	62	41,3%
	De acuerdo	19	12,7%
	Totalmente de acuerdo	3	2,0%

	Total	150	100%
Las cabañas tienen apariencia moderna	Totalmente en desacuerdo	6	4,0%
	En desacuerdo	53	35,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	37,3%
	De acuerdo	33	22,0%
	Totalmente de acuerdo	2	1,3%
	Total	150	100%
El personal tiene apariencia limpia y agradable	Totalmente en desacuerdo	2	1,3%
	En desacuerdo	28	18,7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	54	36,0%
	De acuerdo	53	35,3%
	Totalmente de acuerdo	13	8,7%
	Total	150	100%
La infraestructura de las cabañas es visualmente atractiva	Totalmente en desacuerdo	4	2,7%
	En desacuerdo	28	18,7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	59	39,3%
	De acuerdo	51	34,0%
	Totalmente de acuerdo	8	5,3%
	Total	150	100%

Fuente: Elaboración propia a través del software SPSS.

6.1.5.2.1 Interpretación de resultados de la dimensión “Elementos tangibles”

- **Las cabañas cuentan con mobiliario y equipo adecuado:** De acuerdo a los datos obtenidos de las 150 encuestas aplicadas. El 41,3 % de los encuestados muestran una posición neutral ante la pregunta, el 37,3% afirman que están en desacuerdo, el 12,7% mencionan estar de acuerdo, el 6,7% aseguran estar totalmente en desacuerdo, mientras que el 2,0% está totalmente de acuerdo.

- **Las cabañas tienen apariencia moderna:** Conforme a los resultados de la pregunta, el 37,3% muestra una postura neutra, mientras que el 35,3% expresan estar en desacuerdo, de igual manera el 22% está de acuerdo, el 4% indican estar totalmente en desacuerdo, y el 1,3% está totalmente de acuerdo.

- **El personal tiene apariencia limpia y agradable:** El 36% de los encuestados se mantiene neutral ante la pregunta, mientras que 35,3% menciona estar de acuerdo, el 18,7% arrojó estar en desacuerdo, un bajo porcentaje del 8,7 está totalmente de acuerdo y e. 1,3% manifiestan estar totalmente en desacuerdo.

- **La infraestructura de las cabañas es visualmente atractiva:** De acuerdo a la pregunta, el 39,3% mantiene una posición neutral ante la pregunta, el 34% afirma estar de acuerdo, mientras que el 18,7% está en desacuerdo, del mismo modo el 5,3% está totalmente de acuerdo y finalmente el 2,7 dice estar totalmente en desacuerdo.

Tabla 12. Resultados dimensión “Fiabilidad”.

Indicadores	Alternativas	Frecuencias	Porcentajes
El personal cumple con realizar el servicio que	Totalmente en desacuerdo	2	1,3%
	En desacuerdo	23	15,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57	38,0%

ofrece dentro del tiempo establecido	De acuerdo	60	40,0%
	Totalmente de acuerdo	8	5,3%
	Total	150	100%
El personal siempre está atento a mis necesidades	Totalmente en desacuerdo	8	5,3%
	En desacuerdo	54	36,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	37,3%
	De acuerdo	27	18,0%
	Totalmente de acuerdo	5	3,3%
Total	150	100%	
El personal siempre está con una sonrisa en el rostro; se interesa por servir a los huéspedes.	Totalmente en desacuerdo	5	3,3%
	En desacuerdo	72	48,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	47	37,3%
	De acuerdo	21	14,0%
	Totalmente de acuerdo	5	3,3%
Total	150	100%	
Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos	Totalmente en desacuerdo	26	17,3%
	En desacuerdo	47	31,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57	38,0%
	De acuerdo	16	10,7%
	Totalmente de acuerdo	4	2,7%
Total	150	100%	
El servicio de alojamiento se cumple dentro del tiempo establecido	Totalmente en desacuerdo	2	1,3%
	En desacuerdo	20	13,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	46	30,7%
	De acuerdo	68	45,3%
	Totalmente de acuerdo	14	9,3%
Total	150	100%	

Fuente: Elaboración propia a través del software SPSS.

6.1.5.2.2 Interpretación de resultados de la dimensión “Fiabilidad”

- **El personal cumple con realizar el servicio que ofrece dentro del tiempo establecido:** En cuanto a los resultados de la pregunta, el 40% menciona estar de acuerdo con la misma, mientras que el 38% se muestra neutral, de igual forma el 15,3% dice estar en desacuerdo, un 5,3% está totalmente de acuerdo y un bajo porcentaje del 1,3% está totalmente en desacuerdo.

- **El personal siempre está atento a mis necesidades:** Según los encuestados el 37,3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, siendo un valor neutro, el 36% está en desacuerdo, un 18,0% manifiestan estar de acuerdo, de igual forma el 5,3% está totalmente en desacuerdo, y el 3,3% está totalmente de acuerdo.

- **El personal siempre está con una sonrisa en el rostro; se interesa por servir a los huéspedes:** Se puede apreciar que el 39,3% de encuestados dice está ni de acuerdo ni en desacuerdo en cuanto a si el personal de la Estación se interesa por servir a los huéspedes, un 33,3% manifiesta estar de acuerdo, del mismo modo el 18,7% está en desacuerdo, así mismo el 6% está totalmente de acuerdo, mientras que el 2,7% dice estar totalmente en desacuerdo.

- **Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos:** Un porcentaje del 38% afirma estar en una posición neutra en que, si comete errores en los registros y anotaciones de los pedidos, el 31,3% dice estar en desacuerdo, el 17,3% está totalmente en desacuerdo, así mismo el 10,7% están de acuerdo, y el 2,7% están totalmente de acuerdo.

- **El servicio de alojamiento se cumple dentro del tiempo establecido:** El 45,3% está de acuerdo en que el servicio si se cumple dentro del tiempo, un 30,7% muestra un resultado neutro, así mismo el 13,3% está en desacuerdo, seguidamente, el 9,3% está totalmente de acuerdo y el 1,3% está totalmente en desacuerdo.

Tabla 13. Resultados dimensión “Capacidad de respuesta”.

Indicadores	Alternativas	Frecuencias	Porcentajes
El personal comunica cuando concluirá el servicio	Totalmente en desacuerdo	4	2,7%
	En desacuerdo	70	46,7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	30,0%
	De acuerdo	28	18,7%
	Totalmente de acuerdo	3	2,0%
Total		150	100%
El personal del servicio ofrece un servicio rápido	Totalmente en desacuerdo	2	1,3%
	En desacuerdo	36	24,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	59	39,3%
	De acuerdo	48	32,0%
	Totalmente de acuerdo	5	3,3%
Total		150	100%
El personal siempre está dispuesto a ayudar	Totalmente en desacuerdo	1	0,7%
	En desacuerdo	37	24,7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	69	46,0%
	De acuerdo	36	24,0%
	Totalmente de acuerdo	7	4,7%
Total		150	100%
El personal responde correctamente las preguntas que se le hacen	Totalmente en desacuerdo	1	0,7%
	En desacuerdo	31	20,7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	51	34,0%
	De acuerdo	47	31,3%
	Totalmente de acuerdo	20	13,3%
Total		150	100%

Fuente: Elaboración propia a través del software SPSS.

6.1.5.2.3 Interpretación de resultados de la dimensión “Capacidad de respuesta”

- **El personal del servicio comunica cuando concluirá el servicio:** El 46,7% de los estudiantes muestra estar en desacuerdo frente a la pregunta, el 30,0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 18,7% afirma estar de acuerdo, el 2,7 % manifiesta está totalmente en desacuerdo y el 2,0% expresan estar totalmente de acuerdo.

- **El personal ofrece un servicio rápido:** De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas, el 39,3% de los estudiantes están ni de acuerdo ni en desacuerdo, un

32% afirman estar de acuerdo, 24,0% mencionan estar en desacuerdo, el 3,3 manifiestan estar totalmente de acuerdo, mientras que el 1,3% está totalmente en desacuerdo.

- **El personal siempre está dispuesto a ayudar:** Del total de encuestados, el 46,0% expresan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en cuanto a si el personal está dispuesto a ayudar, mientras que el 24,7% dicen estar en desacuerdo, el 24,0% indican estar de acuerdo, el 4,7% marcaron estar totalmente de acuerdo, y el 0,7% señalaron estar totalmente en desacuerdo frente a la interrogante.

- **El personal responde correctamente las preguntas que se le hacen:** Se puede visualizar que, según los resultados, el 34,0% de encuestados está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que el personal responde correctamente las preguntas que les hacen, el 31,3% está de acuerdo, el 20,7% está en desacuerdo, así mismo, el 13,3% está totalmente de acuerdo, y el 0,7% está totalmente en desacuerdo.

Tabla 14. Resultados dimensión “Seguridad”.

Indicadores	Alternativas	Frecuencias	Porcentajes
El comportamiento del personal transmite confiabilidad, seguridad y conocimiento	Totalmente en desacuerdo	2	1,3%
	En desacuerdo	17	11,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	54	36,0%
	De acuerdo	58	38,7%
	Totalmente de acuerdo	19	12,7%
Total		150	100%
Se siente seguro con el servicio de alojamiento prestado en la Estación	Totalmente en desacuerdo	4	2,7%
	En desacuerdo	18	12,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	48	32,0%
	De acuerdo	63	42,0%
	Totalmente de acuerdo	17	11,3%
Total		150	100%
El personal del servicio de alojamiento es amigable	Totalmente en desacuerdo	2	1,3%
	En desacuerdo	32	21,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	49	32,7%
	De acuerdo	46	30,7%
	Totalmente de acuerdo	21	14,0%
Total		150	100%
Se siente seguro al cancelar el servicio sea en efectivo o en tarjeta	Totalmente en desacuerdo	4	2,7%
	En desacuerdo	42	28,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	64	42,7%
	De acuerdo	29	19,3%
	Totalmente de acuerdo	11	7,3%
Total		150	100%

Fuente: Elaboración propia a través del software SPSS.

6.1.5.2.4 Interpretación de resultados de la dimensión “Seguridad”

- **El comportamiento del personal transmite confiabilidad, seguridad y conocimiento:** Un porcentaje del 38,7% marcaron que están de acuerdo ya que se sienten seguros ya que el comportamiento del personal les transmite confiabilidad, seguridad y conocimiento, el 36,0% indicaron que están ni de acuerdo ni en desacuerdo, de igual forma,

el 12,7% aseguran que están totalmente de acuerdo, el 11,3% se sienten en desacuerdo, y el 1,3% mencionan que están totalmente en desacuerdo.

▪ **Se siente seguro con el servicio de alojamiento prestado en la Estación:**

El 42% está de acuerdo, puesto que se siente seguro con el servicio de alojamiento prestado en la Estación, el 32% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12% está en desacuerdo, el 11,3% está totalmente de acuerdo y el 2,7% está totalmente en desacuerdo.

▪ **El personal del servicio de alojamiento es amigable:**

Por lo correspondiente a si el personal de la Estación es amigable, el 32,7% mencionan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 30,7% dicen estar de acuerdo, un porcentaje del 21,3% escogieron que están en desacuerdo, mientras que el 14,0% afirman estar de totalmente de acuerdo, y por último con bajo porcentaje e, 1,3% dice estar totalmente en desacuerdo.

▪ **Se siente seguro al cancelar el servicio sea en efectivo o en tarjeta:**

Seguidamente en los resultados sobre si el visitante se siente seguro al cancelar el servicio en efectivo o tarjeta, afirman que el 42,7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, un porcentaje del 28,0% escogieron estar en desacuerdo, el 19,3% de encuestados dicen que están de acuerdo, el 7,3% menciona estar totalmente de acuerdo y el 2,7% seleccionaron estar totalmente en desacuerdo.

Tabla 15. Resultados dimensión “Empatía”.

Indicadores	Alternativas	Frecuencias	Porcentajes
El personal presta servicio individual	Totalmente en desacuerdo	16	10,7%
	En desacuerdo	57	38,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	50	33,3%
	De acuerdo	24	16,0%
	Totalmente de acuerdo	3	2,0%
Total		150	100%
El horario de la prestación del servicio de alojamiento es cómodo	Totalmente en desacuerdo	2	1,3%
	En desacuerdo	47	31,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	54	36,0%
	De acuerdo	39	26,0%
	Totalmente de acuerdo	8	5,3%
Total		150	100%
El personal se preocupa por sus intereses y lo que pueda desear como cliente	Totalmente en desacuerdo	7	4,7 %
	En desacuerdo	36	24,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	62	41,3%
	De acuerdo	39	26,0%
	Totalmente de acuerdo	6	4,0%
Total		150	100%
El personal comprende sus necesidades	Totalmente en desacuerdo	8	5,3%
	En desacuerdo	21	14,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	63	42,0%
	De acuerdo	51	34,0%
	Totalmente de acuerdo	7	4,7%
Total		150	100%
El personal tiene conocimiento para responder inquietudes	Totalmente en desacuerdo	1	0,7%
	En desacuerdo	45	30,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	54	36,0%

De acuerdo	45	30,0%
Totalmente de acuerdo	5	3,3%
Total	150	100%

Fuente: Elaboración propia a través del software SPSS.

6.1.5.2.5 Interpretación de resultados de la dimensión “Empatía”

- **El personal presta servicio individual:** Referente a si el personal presta servicio individual el 38,0% está en desacuerdo, el 33,3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otra parte, el 16,0% afirma estar de acuerdo, el 10,7% está totalmente en desacuerdo, y el 2,0% está totalmente de acuerdo.

- **El horario de la prestación del servicio de alojamiento es cómodo:** Según los encuestados un alto porcentaje del 36,0% dicen estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que el horario de prestación del servicio es cómodo, de igual forma, el 31,3% mencionan que están en desacuerdo, el 26,0% seleccionaron la opción de acuerdo, mientras que el 5,3% dicen estar totalmente de acuerdo y un bajo porcentaje menciona estar totalmente en desacuerdo con el 1,3%.

- **El personal se preocupa por sus intereses y lo que pueda desear como cliente:** En cuanto a los resultados de la interrogante sobre si el personal se preocupa por los intereses y lo que deseen los clientes, el 41,3% mencionan que están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 26,0% escogieron estar de acuerdo, mientras que el 24,0% dice estar en desacuerdo, con el porcentaje de 4,7% dicen estar totalmente en desacuerdo, y con un 4,0% están totalmente de acuerdo.

- **El personal comprende sus necesidades:** De acuerdo a los resultados, con el 42,0% los encuestados dicen estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que, si el personal comprende sus necesidades, el 34,0% dice estar de acuerdo, así también, el 14,0% señaló estar en desacuerdo, con el 5,3% del porcentaje de encuestados dicen estar totalmente en desacuerdo, mientras que el 4,7% está totalmente de acuerdo

- **El personal tiene conocimiento para responder inquietudes:** Acerca de si el personal tiene conocimiento para responder inquietudes, los encuestados mencionan que el 36,0% están ni de acuerdo ni en desacuerdo arrojando un resultado neutro, con el 30,0% están en desacuerdo y en acuerdo, el 3,3% está totalmente de acuerdo, mientras que un 0,7% está totalmente en desacuerdo.

6.1.5.3 Resultados de las encuestas del servicio de alimentación. Seguidamente, se detallan los resultados obtenidos sobre las percepciones que tuvieron los estudiantes después de recibir el servicio de alimentación en la EEP durante el periodo académico abril 2023–septiembre 2023.

Tabla 16. Resultados dimensión “Elementos tangibles”.

Indicadores	Alternativas	Frecuencias	Porcentajes
El área de alimentación cuenta con mobiliario y equipo adecuado	Totalmente en desacuerdo	27	18,0%
	En desacuerdo	53	35,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	48	32,0%
	De acuerdo	21	14,0%
	Totalmente de acuerdo	1	0,7%
Total		150	100%
El área de alimentación tiene apariencia moderna	Totalmente en desacuerdo	20	13,3%
	En desacuerdo	62	41,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	47	31,3%
	De acuerdo	20	13,3%
	Totalmente de acuerdo	1	0,7%
Total		150	100%
El personal del área de alimentación tiene apariencia limpia y agradable	Totalmente en desacuerdo	8	5,3%
	En desacuerdo	30	20,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	49	32,7%
	De acuerdo	57	38,0%
	Totalmente de acuerdo	6	4,0%
Total		150	100%
La infraestructura del área de alimentación es visualmente atractiva	Totalmente en desacuerdo	20	13,3%
	En desacuerdo	56	37,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	54	36,0%
	De acuerdo	17	11,3%
	Totalmente de acuerdo	3	2,0%
Total		150	100%

Fuente: Elaboración propia a través del software SPSS.

6.1.5.3.1 Interpretación de los resultados dimensión “Elementos tangibles”

- **El área de alimentación cuenta con mobiliario y equipo adecuado:** De acuerdo a las percepciones de los encuestados el 35.3% están en desacuerdo en que el área de alimentación tiene mobiliario y equipo adecuado, un 32,0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 18,0% está totalmente en desacuerdo, el 14,0% dice estar totalmente en desacuerdo, y el 0,7% está totalmente de acuerdo.

- **El área de alimentación tiene apariencia moderna:** Del total de encuestados, el 41,3% mencionaron que están en desacuerdo en si el área de alimentación tiene apariencia moderna, el 31,3% está ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 13,3% está totalmente en desacuerdo y de acuerdo, mientras que el 0,7% está totalmente de acuerdo.

- **El personal del área de alimentación tiene apariencia limpia y agradable:** Los resultados sobre la interrogante arrojaron que, el 38% está de acuerdo en que el personal de alimentación tiene apariencia limpia y agradable, en cambio el 32,7% dicen que están ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 20,00% mencionan que están en desacuerdo, en tanto que el 5,3% están totalmente en desacuerdo, y un porcentaje del 4% dice estar totalmente de acuerdo.

- **La infraestructura del área de alimentación es visualmente atractiva:** Con lo que respecta a la pregunta, el 37,3% menciona que está en desacuerdo en que la

infraestructura del área de alimentación es visualmente atractiva, en cambio el 36% dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado, el 13,3% mencionaron que están totalmente en desacuerdo, el 11,3% afirman estar de acuerdo y el 2,0% están totalmente de acuerdo.

Tabla 17. Resultados dimensión “Fiabilidad”.

Indicadores	Alternativas	Frecuencias	Porcentajes
El personal cumple con realizar el servicio que ofrece dentro del tiempo establecido	Totalmente en desacuerdo	2	1,3%
	En desacuerdo	40	26,7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	63	42,0%
	De acuerdo	36	24,0%
	Totalmente de acuerdo	9	6,0%
Total		150	100%
El personal siempre está atento a mis necesidades	Totalmente en desacuerdo	7	4,7%
	En desacuerdo	50	33,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	37,3%
	De acuerdo	30	20,0%
	Totalmente de acuerdo	7	4,7%
Total		150	100%
El personal siempre está con una sonrisa; se interesa por servir a los clientes	Totalmente en desacuerdo	8	5,3%
	En desacuerdo	47	31,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	59	39,3%
	De acuerdo	27	18,0%
	Totalmente de acuerdo	9	6,0%
Total		150	100%
Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos	Totalmente en desacuerdo	20	13,3%
	En desacuerdo	44	29,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	37,3%
	De acuerdo	26	17,3%
	Totalmente de acuerdo	4	2,7%
Total		150	100%
El servicio de alimentación se cumple dentro del tiempo establecido	Totalmente en desacuerdo	5	3,3%
	En desacuerdo	39	26,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	65	43,3%
	De acuerdo	34	22,7%
	Totalmente de acuerdo	7	4,7%
Total		150	100%

Fuente: Elaboración propia a través del software SPSS.

6.1.5.3.2 Interpretación de los resultados dimensión “Fiabilidad”

- **El personal cumple con realizar el servicio que ofrece dentro del tiempo establecido:** El 42,0% de los encuestados mencionan estar ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 26,7% dice estar en desacuerdo, mientras que el 24,0% afirma estar en de acuerdo, así mismo, el 6,0% está totalmente de acuerdo, y un 1,3% está totalmente en desacuerdo.

- **El personal siempre está atento a mis necesidades:** Según los encuestados, el 37,3% manifiesta están ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre si el personal está atento a sus necesidades, en tanto que el 33,3% menciona estar en desacuerdo, el 20,0% dice estar de acuerdo, mientras que el 4,7% está totalmente de acuerdo.

- **El personal siempre está con una sonrisa; se interesa por servir a los clientes:** Del total de respuestas, un porcentaje del 39,3% de encuestados expresaron que están ni de acuerdo ni en desacuerdo en que, si el personal está sonriente e interesado en servirles, por otra parte, el 31,3% asegura estar en desacuerdo, el 18,0% está de acuerdo, el 6,00% está totalmente de acuerdo y el 5,3% está totalmente en desacuerdo.

- **Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos:** El 37,3% de encuestados menciona estar ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 29,3% está en desacuerdo, con el porcentaje del 17,3% los encuestado dicen estar de acuerdo, el 13,3% menciona estar totalmente en desacuerdo, mientras que el 2,7% dice estar totalmente de acuerdo.

- **El servicio de alimentación se cumple dentro del tiempo establecido:** Sobre los resultados de la pregunta de si se cumple el servicio de alimentación dentro del tiempo establecido, un alto porcentaje del 43,3% dicen que están ni en acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 26,0% están en desacuerdo, el 22,7% afirma estar en de acuerdo, el 4,7% está totalmente de acuerdo y, por último, el 3,3% está totalmente en desacuerdo.

Tabla 18. Resultados dimensión “Capacidad de respuesta”.

Indicadores	Alternativas	Frecuencias	Porcentajes
El personal comunica cuando concluirá el servicio	Totalmente en desacuerdo	8	5,3%
	En desacuerdo	46	30,7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	52	34,7%
	De acuerdo	34	22,7%
	Totalmente de acuerdo	10	6,7%
Total		150	100%
El personal ofrece un servicio rápido	Totalmente en desacuerdo	7	4,7%
	En desacuerdo	47	31,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	53	35,3%
	De acuerdo	39	26,0%
	Totalmente de acuerdo	4	2,7%
Total		150	100%
El personal siempre está dispuesto a ayudar	Totalmente en desacuerdo	4	2,7%
	En desacuerdo	14	9,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	60	40,0%
	De acuerdo	65	43,3%
	Totalmente de acuerdo	7	4,7%
Total		150	100%
El personal responde correctamente las preguntas que se le hacen	Totalmente en desacuerdo	4	2,7%
	En desacuerdo	14	9,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	37,3%
	De acuerdo	66	44,0%
	Totalmente de acuerdo	10	6,7%
Total		150	100%

Fuente: Elaboración propia a través del software SPSS.

6.1.5.3.3 Interpretación de los resultados dimensión “Capacidad de respuesta”

▪ **El personal comunica cuando concluirá el servicio:** Los encuestados expresan que, están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el 34,7%, el 30,7% dice estar en desacuerdo, por otro lado, los encuestados han escogido la opción de acuerdo con el 22,7%, un bajo porcentaje menciona que está totalmente de acuerdo con el 6,7%, así mismo el 5,3% dice estar totalmente en desacuerdo.

▪ **El personal ofrece un servicio rápido:** En cuanto a los resultados de que, si el personal ofrece un servicio rápido, el 35,3% está ni en acuerdo ni en desacuerdo, un 31,3% afirma estar en desacuerdo, con bajos porcentajes está el 26,0% que dicen estar de acuerdo, el 4,7 está totalmente en desacuerdo y el 2,7% está totalmente de acuerdo.

▪ **El personal siempre está dispuesto a ayudar:** Del total de encuestados un alto porcentaje del 43,3% dice que está de acuerdo sobre si el personal tiene disponibilidad en ayudar, así mismo el 40,0% menciona que está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9,3% está en desacuerdo, el 4,7% está totalmente de acuerdo, y totalmente en desacuerdo tiene el porcentaje del 2,7%.

▪ **El personal responde correctamente las preguntas que se le hacen:** Los encuestados eligieron que están de acuerdo con la pregunta con un alto porcentaje del 44,0%, el 37,3% está ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 9,3% está de acuerdo, así mismo, el 6,7% dice estar totalmente de acuerdo, mientras que el 2,7 está totalmente en desacuerdo.

Tabla 19. Resultados dimensión “Seguridad”.

Indicadores	Alternativas	Frecuencias	Porcentajes
El comportamiento del personal transmite confiabilidad, seguridad y conocimiento	Totalmente en desacuerdo	4	2,7%
	En desacuerdo	15	10,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	49	32,7%
	De acuerdo	65	43,3%
	Totalmente de acuerdo	17	11,3%
Total		150	100%
Se siente seguro con el servicio prestado en la Estación.	Totalmente en desacuerdo	4	2,7%
	En desacuerdo	24	16,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	48	32,0%
	De acuerdo	61	40,7%
	Totalmente de acuerdo	13	8,7%
Total		150	100%
El personal del servicio de alimentación es amigable	Totalmente en desacuerdo	6	4,0%
	En desacuerdo	16	10,7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	46	30,7%
	De acuerdo	65	43,3%
	Totalmente de acuerdo	17	11,3%
Total		150	100%
Se siente seguro al cancelar el servicio de alimentación sea en efectivo o con tarjeta.	Totalmente en desacuerdo	7	4,7%
	En desacuerdo	24	16,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	30,0%
	De acuerdo	57	38,0%
	Totalmente de acuerdo	17	11,3%
Total		150	100%

Fuente: Elaboración propia a través del software SPSS.

6.1.5.3.4 Interpretación de los resultados dimensión “Seguridad”

▪ **El comportamiento del personal transmite confiabilidad, seguridad y conocimiento:** Un porcentaje del 43,3% de encuestados está de acuerdo en que el personal con su comportamiento les transmite confiabilidad, seguridad y conocimiento, el 32,7% menciona estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la interrogante, el 11,3% está totalmente de acuerdo, por otro lado, el 10,0% está en desacuerdo y el 2,7% está totalmente en desacuerdo.

▪ **Se siente seguro con el servicio prestado en la Estación:** Del total de encuestados, el 40,7% está de acuerdo ya que se siente seguro con el servicio prestado por la Estación, el 32,0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 16,0% dice estar en desacuerdo, así mismo, con un bajo porcentaje del 8,7% escogieron la opción totalmente de acuerdo y el 2,7% están totalmente en desacuerdo.

▪ **El personal del servicio de alimentación es amigable:** Los estudiantes manifiestan que el 43,3% están de acuerdo en que el personal del servicio de alimentación es amigable, el 30,7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 11,3% afirma estar totalmente de acuerdo, el 10,7% está en desacuerdo y, el 4,0% está totalmente en desacuerdo.

▪ **Se siente seguro al cancelar el servicio de alimentación sea en efectivo o con tarjeta:** Los encuestados mencionan que, están de acuerdo con un 38,0% ya que se sienten seguros al cancelar el servicio sea en efectivo o en tarjeta, de igual manera, el 30,0% dice estar ni en acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 16,0% dice estar en desacuerdo, el 11,3% está totalmente de acuerdo y el 4,7% está totalmente en desacuerdo.

Tabla 20. Resultados dimensión “Empatía”.

Indicadores	Alternativas	Frecuencias	Porcentajes
El personal presta servicio individual	Totalmente en desacuerdo	16	10,7%
	En desacuerdo	33	22,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	46	30,7%
	De acuerdo	49	32,7%
	Totalmente de acuerdo	6	4,0%
Total		150	100%
El horario de la prestación de servicio es cómodo	Totalmente en desacuerdo	5	3,3%
	En desacuerdo	15	10,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	37,3%
	De acuerdo	65	43,3%
	Totalmente de acuerdo	9	6,0%
Total		150	100%
El personal se preocupa por sus intereses y lo que pueda desear como cliente	Totalmente en desacuerdo	6	4,0%
	En desacuerdo	20	13,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	61	40,7%
	De acuerdo	56	37,3%
	Totalmente de acuerdo	7	4,7%
Total		150	100%
	Totalmente en desacuerdo	6	4,0%
	En desacuerdo	22	14,7%

El personal comprende sus necesidades	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	65	43,3%
	De acuerdo	52	34,7%
	Totalmente de acuerdo	5	3,3%
	Total	150	100%
El personal tiene conocimiento para responder inquietudes	Totalmente en desacuerdo	4	2,7%
	En desacuerdo	33	22,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	52	34,7%
	De acuerdo	49	32,7%
	Totalmente de acuerdo	12	8,0%
Total	150	100%	

Fuente: Elaboración propia a través del software SPSS.

6.1.5.3.5 Interpretación de los resultados dimensión “Empatía”

- **El personal presta servicio individual:** Un 32,7% de encuestados dice que está de acuerdo ya que según el servicio recibido el personal presta servicio individual, el 30,7% dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 22,0% está en desacuerdo, el 10,0% menciona estar totalmente en desacuerdo, y finalmente con un 4,0% los encuestados dicen estar totalmente de acuerdo.

- **El horario de la prestación de servicio es cómodo:** El 43,3% está de acuerdo con el horario de prestación de servicio, pues opina que es cómodo, el 37,3% dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10,0% mencionaron estar en desacuerdo, 6,0% escogieron la opción totalmente de acuerdo, mientras que totalmente en desacuerdo están 3,3% de encuestados.

- **El personal se preocupa por sus intereses y lo que pueda desear como cliente:** Los encuestados que opinan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo corresponde al 40,7% del total, el 37,3% está de acuerdo, un bajo porcentaje menciona con el 13,3% estar en desacuerdo, el 4,7% eligió la opción totalmente de acuerdo y el 4,0% está totalmente en desacuerdo.

- **El personal comprende sus necesidades:** Los resultados de las encuestas arrojan con un 43,3% que los encuestados están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 34,7% están de acuerdo, el 14,7% expresan estar en desacuerdo, el 4,00% está totalmente en desacuerdo, mientras que el 3,3% está totalmente de acuerdo.

- **El personal tiene conocimiento para responder inquietudes:** El 34,7% de encuestados manifiestan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 32,7% están de acuerdo, 22,0% dicen que están en desacuerdo, el 8,0% están totalmente de acuerdo y el 2,7% están totalmente en desacuerdo.

6.1.5.4 Resultados por dimensiones y análisis. Se detalla los resultados de las 5 dimensiones con la escala de valoración en cuanto al servicio de alojamiento.

Tabla 21. Resultados por dimensión del servicio de alojamiento.

Dimensiones	Escala de valoración					Total
	1	2	3	4	5	
Elementos tangibles	4,0%	28%	38,0%	26%	4,0%	100%
Fiabilidad	5,7%	28,8%	36,2%	25,6%	3,7%	100%
Capacidad de respuesta	1,4%	29,0%	37,3%	26,5%	5,8%	100%
Seguridad	2,0%	18,2%	35,8%	32,7%	11,3%	100%
Empatía	4,5%	27,5%	38,0%	26,4%	3,9%	100%

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 2 se muestran los resultados de las percepciones sobre las cinco dimensiones en cuanto al servicio de alojamiento de la EEP.

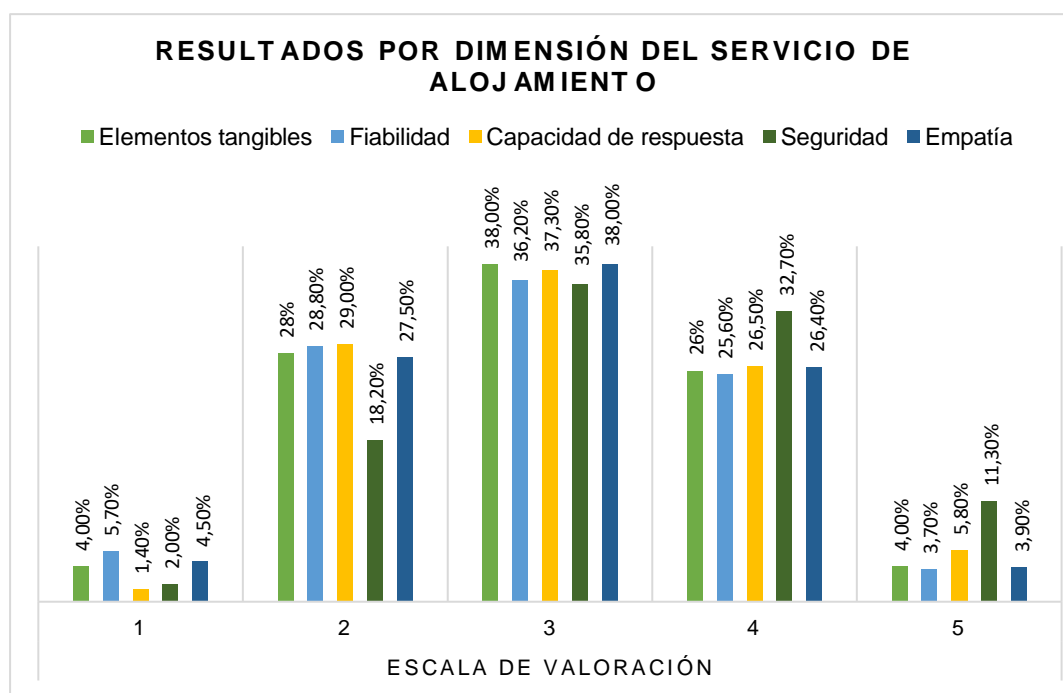


Figura 2. Resultados por dimensión del servicio de alojamiento.

Análisis general de resultados en el servicio de alojamiento: En la tabla 21 se puede visualizar que, en las cinco dimensiones, la mayor valoración se concentra en el número 3 lo cual significa que los encuestados están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el servicio prestado por la estación, las dimensiones reflejan una valoración entre 35,8% a 38,0% siendo estos los valores más altos de todas las dimensiones. Sin embargo, en la dimensión de elementos tangibles refleja un porcentaje del 32,0% lo cual indica estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo; en cuanto a la dimensión fiabilidad se visualiza que la valoración es más negativa que positiva puesto que las calificaciones se encuentran entre 1 y 2 habiendo un porcentaje del 34,5%, seguidamente la dimensión capacidad de respuesta los valores se

inclinan positivamente con un 32,30%; en la dimensión seguridad se observa que los valores positivos son mayores que los negativos, puesto que el porcentaje bordea el 44,0%; y finalmente la dimensión empatía no se observa una diferencia significativa, los valores negativos 1 y 2 su porcentaje es de 32,0%, pues según los encuestados no existe una atención individualizada por parte del personal a sus intereses y requerimientos, y los valores positivos de 4 y 5 es de 30,3%.

Conforme a los resultados obtenidos de las dimensiones del servicio de alojamiento, se contempla que la dimensión “seguridad” es la dimensión más fuerte, esto porque el comportamiento del personal es amigable, les transmite confiabilidad, seguridad, conocimiento, se sienten seguros con el servicio de alojamiento prestado porque cuentan con guardia las 24 horas y se sienten seguros al cancelar el servicio en efectivo. Por otro lado, la dimensión más débil es la dimensión “fiabilidad”, ya que los estudiantes manifiestan que el personal no cumple con realizar el servicio de alojamiento dentro de tiempo establecido y no está atento a sus necesidades, esto ya que el personal no es profesional en turismo en hotelería y alimentos y bebidas, no conoce cómo se debe realizar el servicio para una buena estadía de los huéspedes.

Seguidamente, se describe los resultados de las dimensiones del servicio de alojamiento con su respectiva escala de valoración.

Tabla 22. Resultados por dimensión del servicio de alimentación.

Dimensiones	Escala de valoración					Total
	1	2	3	4	5	
Elementos tangibles	12,5%	33,5%	33,0%	19,1%	1,9%	100%
Fiabilidad	5,6%	29,3%	39,8%	20,4%	4,8%	100%
Capacidad de respuesta	3,6%	20,2%	36,8%	34,0%	5,2%	100%
Seguridad	3,5%	13,2%	31,3%	41,3%	10,7%	100%
Empatía	5,0%	16,4%	37,3%	36,1%	5,2%	100%

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 3 se muestran los resultados de las percepciones sobre las cinco dimensiones en cuanto al servicio de alimentación de la EEP.

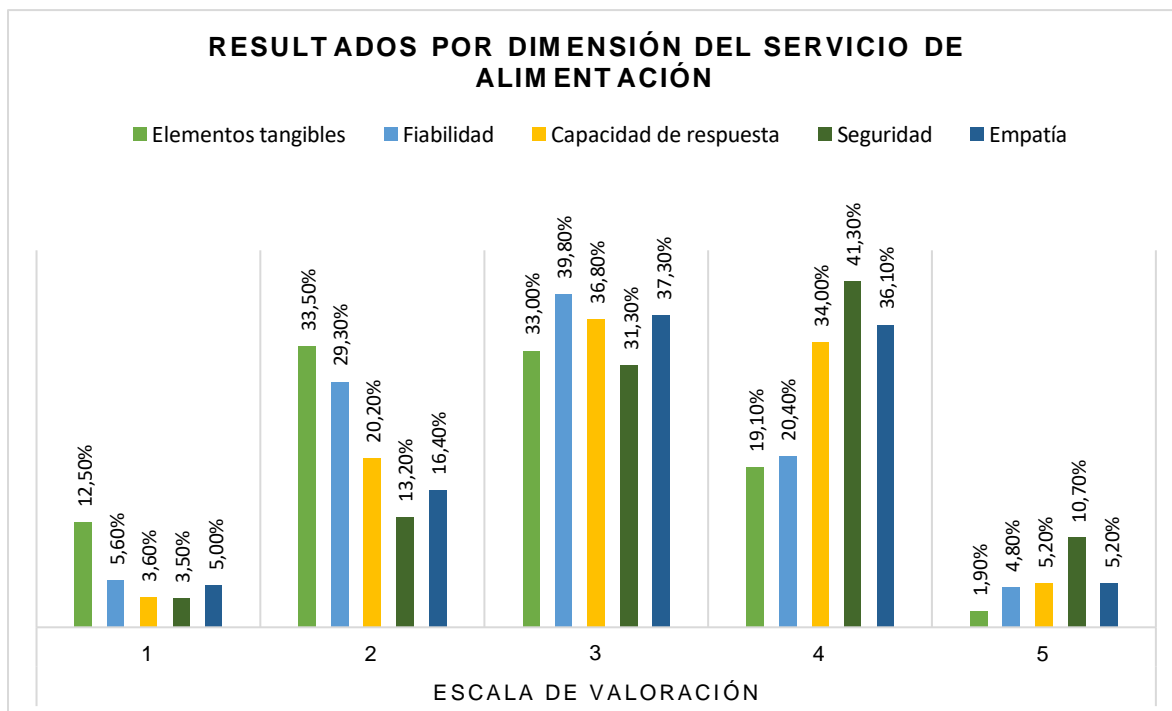


Figura 3. Resultados por dimensión del servicio de alimentación.

Análisis general de resultados en el servicio de alimentación: En la tabla 22 se puede visualizar que, en 3 de las cinco dimensiones, la mayor valoración se concentra en el número 3, siendo estas (fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía) lo cual significa que los encuestados están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el servicio prestado por la estación, estas dimensiones reflejan una valoración entre 36,8% y 39,8%. Sin embargo, la dimensión de elementos tangibles refleja un porcentaje del 46,00% lo cual indica estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo; en cuanto a la dimensión fiabilidad se visualiza que la valoración es más negativa que positiva puesto que las calificaciones se encuentran entre 1 y 2, hay un porcentaje del 34,9%, seguidamente la dimensión capacidad de respuesta los valores se inclinan positivamente con un porcentaje del 39,2%; en la dimensión seguridad se observa que los valores positivos son mayores que los negativos, puesto que el porcentaje bordea el 52,0%; y finalmente en la dimensión empatía los valores positivos 4 y 5 superan a los negativos, con el porcentaje del 41,30%, y los valores negativos de 1 y 2 son de 21,4%.

Con el resultado de todas las dimensiones se observa que la dimensión más débil es la dimensión elementos tangibles, puesto que la infraestructura del área de alimentación está en malas condiciones, no cuenta con el mobiliario y equipo adecuado, no tiene apariencia

moderna por lo tanto no es visualmente atractiva, esto se lo ha corroborado mediante observación directa. En cuanto a la dimensión más fuerte es la dimensión seguridad ya que el personal del servicio de alimentación transmite seguridad a los clientes, es amigable; además, porque la Estación brinda servicio de guardianía las 24 horas, haciendo que los estudiantes se sienten seguros con el servicio prestado en la Estación.

6.1.6 Análisis de los factores externos “PESTEL”

6.1.6.1 Político: En el Plan Sectorial de Turismo 2021-2025, se consideran características específicas sociales, culturales, ambientales, económicas, y políticas del área de influencias que garantiza la optimización de los recursos y la sostenibilidad de la política pública. Con la intervención de actores claves e importantes para la ejecución y desarrollo del proyecto como son: Asociaciones gremiales turísticas y comunitarias, Cámaras de Turismo, Gremios GAD, Gabinete sectorial económico, y Gabinete sectorial productivo. El turismo en el Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 (Plan Nacional de Desarrollo) está incluido en el Eje Económico y Generación de Empleo (compuesto por 4 objetivos, 14 políticas y 38 metas) de manera particular en el Objetivo 2: Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, el turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional, de manera particular en la Política 2.3 : “Fomentar el turismo doméstico, receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional” (Orozco & Álava, 2021).

El Ministerio de Turismo presentó el proyecto “Promoción para la reactivación turística del Ecuador”, en la que participan entidades operativas como la Subsecretaría de Promoción, a través de la Dirección de Promoción y Mercadeo, la Dirección de Información y Medios Digitales, y la Dirección de Inteligencia de Mercados. La Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico a través de su Dirección de Inversiones y Conectividad, y la Dirección de Fomento Turístico y Dirección de Competitividad. El plazo de ejecución del Proyecto es de 4 años, desde el 2022 hasta diciembre del año 2025. Entre las estrategias que han planteado están, la Participación en ferias turísticas TRADE en el mercado USA, presentaciones de Destino y Ruedas de Negocio (2022-2025), organización y coordinación de viajes de familiarización, ruedas de negocio en destino con buyers internacionales, relación con medios de prensa al consumidor final (2022-2025), organización y coordinación de viajes de prensa, estrategia de influencers (2022-2025) y la participación en ferias enfocadas al consumidor final (2025) (Ministerio de Turismo, 2021).

El gobierno presentó la campaña de turismo “Time To Reset in Ecuador” El lanzamiento de la campaña de promoción internacional se desarrolló el martes, 8 de agosto de 2023, en el marco de la política gubernamental “Más Ecuador en el mundo y más mundo

en Ecuador”. El fin es posicionar al país como destino turístico y establecer una industria de turismo más competitiva, pues este sector genera más de medio millón de empleos y dinamiza 52 actividades productivas. El concepto se enfoca en resaltar la megadiversidad del país. Esta acción se suma a otras que esta administración ha implementado para reactivar y fortalecer el sector. Por ejemplo, BanEcuador ofrece créditos al 5 % dirigido a emprendedores y empresarios del turismo. También se eliminó el Impuesto a la Salida de Divisas (ISD), beneficiando a las aerolíneas. Asimismo, se suscribió el acuerdo de Cielos Abiertos para que viajar sea más asequible (Telégrafo, 2023).

Del mismo modo, el MINTUR presentó el Plan de Promoción y Competitividad del país para 2023, que además contempla varias acciones previstas para el primer trimestre de 2024. Para esto, han programado una inversión de 7,5 millones de dólares. Este monto es parte del presupuesto asignado para la inversión desde 2022 hasta 2025 que el Gobierno Nacional definió en 47,5 millones de dólares, divididos para los cuatro años de gestión. En cada cita las comitivas tendrán a empresarios y emprendedores nacionales, que sumarán más de 150 representantes, que ayudarán a mostrar al mundo lo mejor de la oferta ecuatoriana en países como Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, España, Alemania entre otros de Europa y varios en América Latina como Brasil y Argentina. Además, de fortalecer al sector con la capacitación, que es uno de los pilares para promover la competitividad de la industria (Ministerio de Turismo, 2023).

Por otra parte, del 27 de noviembre al 1 de diciembre el MINTUR realizó mesas de trabajo con los representantes de los gremios nacionales del sector turístico para construir el Plan de Trabajo del 2024. En los que revisaron la situación actual del turismo en el Ecuador, que se ubica como el tercer generador de ingresos no petroleros y mineros para el país, y que, entre enero y septiembre de 2023 logró una recuperación total de sus ventas, con un crecimiento del 6% adicional, en comparación al mismo periodo en 2019 (prepandemia). Con ese antecedente se presentaron los proyectos que planifica esta cartera de Estado para el año 2024 en diversas áreas de gestión, entre ellas Competitividad y Fomento, Desarrollo Turístico, Normativa y Seguridad, además de las acciones de Promoción. Con ese antecedente se presentaron los proyectos que planifica esta cartera de Estado para el año 2024 en diversas áreas de gestión, entre ellas Competitividad y Fomento, Desarrollo Turístico, Normativa y Seguridad, además de las acciones de Promoción. Al respecto, los miembros de los gremios participantes dieron sus aportes en relación al impulso a la promoción local, la digitalización y la aplicación de nuevas tecnologías en la oferta turística que se presenta al mundo. Entre los compromisos tratados en estas jornadas se destaca la apertura del Ministerio de Turismo para el desarrollo de reuniones con los actores del turismo en el país

para el tratamiento específico de temas de interés de la industria y la necesidad de construir las propuestas de desarrollo turístico con sus aportes (Ministerio de Turismo, 2023).

El Ministerio de Turismo presentó su Plan de Turismo 2024, el día 3 de enero del 2024 en el marco de un evento que contó con la participación de representantes gremiales: de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, academia y diversas instituciones del sector público y privado. En el ámbito de Seguridad Jurídica y Turística se explicó que se generará nueva normativa y reformas en temas como el Reglamento de Alimentos y Bebidas y el de Operación Turística de Aventura, y se trabajará en la regulación de techo de cobro LUAF para Galápagos, entre las más importantes. La competitividad se fortalecerá promoviendo el acceso a la capacitación a través de programas como los Bootcamps y las plataformas gratuitas que maneja el Ministerio de Turismo. Por el lado del financiamiento se buscarán mejores condiciones crediticias para llegar a más empresas del sector, mientras que para impulsar la innovación y el fomento a los negocios turísticos se continuará con programas como Emprende Turismo. Se prevé además desarrollar Turismo Futuro, que consiste en una alianza con universidades para premiar y fortalecer la innovación en la industria del turismo. Por el lado de la promoción se tienen previstas un 30% más de acciones para posicionar al país ante el mundo, con la presencia en al menos 26 eventos internacionales de turismo que se realizarán en los mercados priorizados emisores de viajeros para el país. El primero del año es Fitur 2024, que es la feria más importante de turismo en la que Ecuador es País Socio, lo que le da una fuerte presencia promocional en este evento que atrae a miles de profesionales del turismo y público en general que podrá conocer de primera mano la oferta para viajeros del país (Ministerio de Turismo, 2023)

La edición de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) que se celebrará entre los días 24 al 28 de enero de 2024 tendrá como país socio a Ecuador. El Ministro de Turismo Niels Olsen mencionó que la presencia en Fitur 2024 llega “en el mejor momento para el país, ya que ahora tiene más conectividad aérea, con la bajada de las tasas y de los impuestos de los billetes de avión; con la firma de los acuerdos de cielos abiertos con diversos países; y con el incremento de los vuelos directos semanales con España. El objetivo es que “en 2024 la inversión en promoción turística sea histórica”. Los tres ejes de esta ambiciosa campaña serán la competitividad, la conectividad y la promoción. Así mismo, el ministro destacó que una acción interna de las que están llevando a cabo, “como es la concesión de créditos al 5%, y con un año de carencia para el sector turístico”. Igualmente, es importante el proyecto Emprende Turismo, destinado a ideas innovadoras en este campo, con 250.000 dólares (237.000 euros) de capital semilla. En la Fitur se presentará además la marca país, la cual busca promover más inversiones, atraer más turistas y fortalecer las exportaciones ecuatorianas (Yoldy, 2023)

Por otra parte, el 20 de diciembre de 2023 se publicó en el Registro Oficial la Ley Orgánica de Eficiencia Económica y Generación de Empleo, reformas a varios cuerpos normativos, como la Ley de Régimen Tributario Interno, la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador y el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones. En la que establece un estímulo a proyectos turísticos, con una exoneración por siete años para proyectos de inversión turística que inviertan al menos US \$100,000 en el primer año, destinando un mínimo del 10% al turismo rural. Para los establecimientos de alojamiento en el sector turístico se ha propuesto que estos puedan cobrar tarifa de 0% de IVA cuando las ventas sean a turistas extranjeros (Economía, 2023). (Naranjo, Martines, & Subia, 2023).

La provincia de Zamora Chinchipe está manejada mediante la gestión de GAD Municipal, mismo que cuenta con actores principales como son los 9 alcaldes distribuidos entre los 9 cantones de la provincia, 26 concejales urbanos, 19 concejales rurales, y 140 vocales de las Juntas Parroquiales. Entre los cuales existen nexos de coordinación y participación para el desarrollo de la provincia, cantones y parroquias que conforman la provincia. En la provincia el 20 de octubre del año 2023 se realizó la III Cumbre Amazónica de Turismo – Napo 2023: un encuentro que impulsa el desarrollo del turismo en la Amazonía, reúne al sector turístico de las seis provincias amazónicas de Ecuador: Sucumbíos, Napo, Orellana, Morona Santiago, Pastaza y Zamora Chinchipe. Este encuentro ha despertado el interés de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs) municipales, parroquiales, provinciales y el sector turístico de la región amazónica, quienes trabajan en seis mesas temáticas clave para el desarrollo turístico en la Amazonía. Abordaron asuntos fundamentales como: Turismo Comunitario; ambiente y destinos turísticos; alimentos y bebidas; alojamiento turístico; normativa turística y gestión de desarrollo; guianza; operación y transporte turístico. El propósito de la cumbre es la generación de acuerdos y convenios, tanto regionales como nacionales, que contribuyan al desarrollo sostenible del sector turístico en la Amazonía ecuatoriana (Ministerio de Turismo, 2023).

Una de las Políticas de la administración 2020-2023 de la administración del cantón Yantzaza es, propender a la sustentabilidad ambiental en el marco de la sostenibilidad social y económica bajo el principio de corresponsabilidad pública y privada. Con diferentes programas como, la construcción de infraestructura turística, elaboración de estudios, prefactibilidad y factibilidad de implementación de proyectos turísticos y la formulación del marco normativo Institucional para el fomento del sector turístico (Castro, Poma, Canga, Castro, & Adrianzen, 2020).

En cuanto a El Plan Estratégico Institucional 2019-2023 de la Universidad Nacional de Loja, el primer objetivo estratégico, articulados a las funciones sustantivas “Desarrollar la

docencia a nivel de grado y posgrado con pertinencia social, excelencia académica, innovación y enfoque humanista e intercultural” tiene política importante sobre la sostenibilidad denominado “Sostenibilidad de la gestión académica y ampliación del acceso a la formación” (Aguirre et al., 2023)

Así mismo, el instrumento orientador de la gestión institucional es el Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2019 - 2023 está alineado a las metas nacionales del país y a las prioridades de la Agenda de Desarrollo Sostenible (ODS) que a continuación se detallan:

Objetivo 4: Educación de calidad 4.c. De aquí a 2030, aumentar considerablemente la oferta de docentes calificados, incluso mediante la cooperación internacional para la formación de docentes en los países en desarrollo, especialmente los países menos adelantados.

Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura 9.5. Aumentar la investigación científica y mejorar la capacidad tecnológica de los sectores industriales de todos los países, en particular los países en desarrollo (...) fomentando la innovación y aumentando considerablemente al 2030, el número de personas que trabajan en I+D por millón de habitantes y los gastos público y privado en I+D

Objetivo 16: Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas. 16.6. Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas (Aguirre et al., 2023)

6.1.6.2 Económico: La inversión en turismo a nivel nacional es multidimensional, ya que genera efectos de derrame en otros subsectores del ecosistema turístico como: alimentos y bebidas, alojamiento, transportes, entre otros. Desde el año 2018-2022 el MINTUR registró contratos por más de USD 639 millones de dólares como inversión para servicios turísticos. Más de un 56% de dichas transacciones, fueron registradas en inversiones de alojamientos, un 39% en operaciones turísticas y menos de un 1% en alimentos y bebidas. Por otro lado, el MINTUR identificó proyectos que se centran en infraestructura turística, como hoteles, spas, resorts, hosterías, lodges y centros de convenciones, lo que equivale al 41% del total. Por otra parte, se identificaron proyectos destinados a inversiones inmobiliarias, miradores, parques ecológicos y acuáticos, entre otros (Organización Mundial del Turismo, 2023).

Las industrias de alojamiento y servicio de alimentación se ubican dentro de los sectores denominados motor de la economía nacional, esto es, son aquellos en que los encadenamientos hacia atrás son mayores a los encadenamientos hacia adelante, éstos últimos son menores a los generados en promedio por la economía. Por lo que dichas industrias vinculadas al turismo, requieren grandes cantidades de insumos del resto de sectores económicos para su proceso productivo, y proveen pocos insumos al resto de sectores. El turismo al ser una actividad multisectorial abarca varios sectores de la actividad

económica. Por tanto, para el cálculo del monto total de ventas y exportaciones de actividades del sector turístico se consideran 29 partidas distribuidas en 4 industrias: alimentación y bebidas, alojamiento, operación e intermediación turística y transporte en todas sus modalidades (terrestre, aéreo, marítimo). El empleo en turismo contribuye a la reducción de la pobreza a través de la creación de puestos de trabajo, a diciembre de 2021 se identifican 534.066 puestos de trabajo en las actividades de alojamiento y servicios de alimentos y bebidas, esto es, el 16% de incremento respecto al registro obtenido en diciembre de 2020. Según la Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo -ENEMDU- realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC, en el año 2021, estuvieron empleadas en actividades de Alojamiento y Servicios de Comida 534.066 personas, desagregados entre 352.059 (65,9%) mujeres y 182.007 (34,1%) hombres (Orozco & Álava, 2021).

En cuanto a la Ficha Sectorial de Turismo emitida en marzo del 2023 por la Corporación Financiera Nacional, señala que, el sector de alojamiento y servicios de alimentos y bebidas sumó alrededor de \$1,347.30 MM en el año 2022, equivalente a una participación sobre el PIB del 1.90%. A su vez, dicho valor fue un 11.6% superior a la cifra reflejada en el 2021. En el año 2022 existieron más de 21 mil establecimientos registrados dedicados al turismo, de las cuales el 63% eran de alimentos y bebidas y el 20% de alojamiento. En ese mismo año, el número de establecimientos registrados aumentó en un 11% en comparación al año 2021 (Corporación Financiera Nacional, 2023)

A través del Decreto Ejecutivo Núm. 644 se hizo oficial la reducción del Impuesto al Valor Agregado (IVA), pasando del 12% al 8% para todos los feriados del 2023. Esto aplica a todos los servicios definidos como actividades turísticas, entre ellas el servicio de alojamiento y servicio de alimentos y bebidas (Ministerio de Turismo, 2023).

El riesgo país de Ecuador superó en noviembre de 2023 la barrera de los 2.000 puntos básicos, por falta de pago de la deuda externa. Este indicador se ubicó el 15 de noviembre hasta los 2.054 puntos, siendo el nivel más alto después de que Ecuador enfrentó la pandemia del coronavirus. El riesgo país se ha incrementado luego de la victoria electoral de Daniel Noboa Azín, por factores de las declaraciones alusivas a una posible moratoria de deuda en 2026 o en 2027, en caso de que los multilaterales no apoyaran con recursos al nuevo gobierno. Además, preocupa a los mercados la caída del precio del crudo y también por las últimas alianzas políticas, especialmente con el correísmo, que tiene una reputación golpeada frente a los mercados por haberse declarado en moratoria y haber recomprado la deuda (Primicias, 2023).

En el segundo trimestre de 2023, la economía ecuatoriana registró una variación positiva de 3,3%, este crecimiento estuvo impulsado por el incremento del gasto del gobierno

en 6,4%; el consumo de los hogares en 4,3%; y, la formación bruta de capital fijo (FBKF) en 3,8% (BCE, 2023). En cuanto a la inflación anual del país, en octubre de 2023 alcanzó una tasa de 1,93 %, según el Índice de Precios al Consumidor (IPC). Así mismo, octubre de 2023 el costo de la Canasta Familiar Básica (CFB) se ubicó en 784,02 millones de dólares, 1,68 dólares más frente a septiembre pasado (Minero, 2023).

La Región Amazónica posee un gran potencial turístico (ecoturismo y turismo comunitario) por su diversidad natural y riqueza cultural. En la amazonia, la oferta varía desde establecimientos de alta calidad y precio, hasta emprendimientos familiares, comunitarios o de otros actores de la economía popular y solidaria, siempre con características sostenibles lo que ha provocado un rápido crecimiento del turismo en las áreas protegidas del país. Los espacios que más renta generan en la región amazónica están relacionados con los emprendimientos de turismo de naturaleza, turismo cultural/etno-turismo y marginalmente de turismo de aventura, este último, con un elevado potencial por las condiciones topográficas de la región, pero sin un aprovechamiento adecuado (Coyago, 2023).

El turismo representa una oportunidad para promover un modelo de desarrollo sostenible en la Amazonía. Existe un sinnúmero de comunidades indígenas con emprendimientos turísticos en distintos niveles de desarrollo. Con respecto a la línea base del 2020, obtenida del INEC a través de los reportes que emiten los GADS provinciales, en cuanto al número de mecanismos de articulación a favor del turismo en la región, refleja 16 articulaciones; de la misma manera el MINTUR con una línea base 2020, refleja cifras en diversos aspectos a nivel regional como: capacidad de ocupación promedio de establecimientos de alojamiento durante los Feriados Nacionales con el 31,80%; ingresos percibidos por los establecimientos turísticos en millones de dólares durante los feriados nacionales por un valor de 14.000.100 USD. En todos los casos se tratan de iniciativas aisladas, con escasa capacitación e inversión en infraestructura y servicios; sin embargo, han desarrollado una experiencia en la gestión comunitaria de la actividad, que ofrece la oportunidad para que el turismo amazónico alcance un particular desarrollo vinculado a la naturaleza, la cultura y la organización social. Otra actividad económica de importancia en la amazonia está vinculada a la artesanía. Las comunidades indígenas, principalmente, elaboran pulseras, collares, aretes, adornos, hamacas, shigras, bolsos, cinturones, entre otros, utilizando semillas, fibras y tintes naturales, plumas de aves, etc. (Coyago, 2023)

En la provincia de Zamora Chinchipe actualmente hay dos minas industriales en producción, las cuales son Fruta del Norte y Mirador, lo cual ha representado diversas ventajas para el territorio, pues se estima que para el año 2026 la minería industrial representará el 82% de la actividad económica de la provincia, generando así 24 mil plazas de

empleo en el trayecto de dos años, ya que las faenas mineras se han convertido en una fuente importante de divisas para la zona y el país. Según datos compilados por el Banco Central del Ecuador (BCE), con corte de octubre 2022 se obtuvo una recaudación por concepto de exportación de productos mineros de \$2.310,48 millones, representando un 42,24% más de lo exportado en el mismo periodo del año 2021. Actualmente, los productos mineros son el cuarto producto de exportación y tercer producto respecto a exportaciones no petroleras. Lo cual apoya positivamente la balanza comercial y transforma los recursos en bienestar y desarrollo para los ecuatorianos. La minería no solamente contribuye en diversos aspectos de la vida cotidiana mundial, sino que sirve para crear mejores sociedades, para reducir la pobreza, para que más personas puedan acceder a oportunidades de educación, de empleo justo y crecimiento económico. Zamora Chinchipe es la provincia que más logró reducir los índices de pobreza entre el 2019 y 2022, pues de los 1.909 empleos formales generados hasta octubre de 2022, más del 50% de ellos son de la provincia (Minero, 2023).

Las actividades económicas que a nivel provincial son consideradas como especializadas y que además tienen productividades medias, mayores que la productividad promedio nacional son las actividades especializadas por ingresos son: pesca de agua dulce, actividades de mantenimiento del orden público, actividades de clubes deportivos, y de asociaciones profesionales. Las productividades provinciales de todas estas actividades son mayores a las nacionales. Por su parte, de las actividades especializadas por personal ocupado son acuicultura de agua dulce, fabricación de tejidos de punto y ganguillo. Las actividades especializadas por ingresos son la piscicultura, producción tilapia, ganadería, aprovechamiento forestal en bosque nativos, ranicultura, transporte, minería, turismo (Coyago, 2023)

A nivel local en el cantón Yantzaza opera la empresa Lundin Gold, empresa minera canadiense operadora de la mina aurífera Fruta del Norte, uno de los proyectos de explotación aurífera más grandes del Ecuador representa beneficios económicos para los habitantes del cantón Yantzaza y parroquia Los Encuentros, ya que, el proyecto ha reactivado la economía del sector puesto que ha generado empleo directo e indirecto para los habitantes de su zona de influencia. Dado que personas de sitios como Los Encuentros, El Pangui, Paquisha y Yantzaza, laboran con la compañía. Estos trabajadores integran principalmente mano de obra calificada, además, dan trabajo a chefs, ayudantes, meseros. En agosto del año 2023, realizaron 1961 empleos directos, pero también 1137 empleos indirectos como contratistas.

El 51 % de empleos son ocupados por habitantes de Zamora Chinchipe, un 40 % del resto de provincias del Ecuador y el 9 % son extranjeros (Minero, 2023).

Así mismo en diciembre del año 2023 se inauguró el Centro de Exhibición de Arqueología Arutam Wakam- Espíritu de Nuestros Antepasados, en la ciudad de Yantzaza,

en colaboración con la Universidad Nacional de Loja (UNL). La iniciativa se ha hecho posible por la colaboración entre la industria minera y la academia, destacando el compromiso de la Minería Responsable en la preservación cultural y la promoción del patrimonio histórico de la región (Minero, 2023).

En cuanto a la rendición de cuentas de la administración del doctor Nikolay Aguirre, rector de la UNL, durante el periodo 2019 – 2023, el día jueves 4 de mayo de 2023 explicó que, al 31 de diciembre del año 2022, tuvo un presupuesto codificado de US\$ 37.232.653,52, de los cuales se ejecutaron US\$ 35.434.897,36, siendo su ejecución del 95,17%. Incluyendo el presupuesto comprometido, alcanzó una eficiencia en la ejecución del 97,50%. La UNL ha ejecutado el presupuesto orientado a la consecución de los objetivos de docencia, investigación y vinculación con la sociedad, con lo cual ha logrado ampliar con calidad y pertinencia la oferta académica, continuidad y ejecución de proyectos de inversión y de vinculación con la sociedad. Para el año 2023 se incrementó el presupuesto de la institución a 40 millones de dólares, los cuales fueron utilizados para la innovación, investigación, vinculación y educación en general (Aguirre et al., 2023)

6.1.6.3 Social: El censo de Población y Vivienda 2022, contó a 16,938,986 de personas en Ecuador. Hay una mayoría de mujeres en el país, con 8,686,463, lo que representa el 51.3%, mientras que los hombres suman 8,252,523 (48.7%). El perfil demográfico de Ecuador refleja una mayor concentración en áreas urbanas, con un 63.1% de la población, en contraste con un 36.9% en áreas rurales. (INEC, 2023). El estudio obtenido a partir de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo registra que, la pobreza por ingresos a nivel nacional en junio de 2023 se ubica en 27,0% mientras que la pobreza urbana es de 18,0%, y la pobreza en el área rural es de 46,4%. En junio de 2023 la pobreza extrema a nivel nacional se ubica en 10,8%. En el área urbana la pobreza extrema es de 5,2% y en el área rural es de 22,6% (Instituto Nacional de Estadística y Censos)

Zamora Chinchipe es la provincia con más empleo adecuado de todas las provincias de la Amazonía, lo cual quiere decir que 28 de cada 100 trabajadores cuentan con un trabajo, puesto que la provincia tiene el 28,1 % de empleo adecuado (INEC, 2023). La población de Zamora Chinchipe, en el año 2020 constituye el 0,69% del total de la población nacional (17.510,643 habitantes), y el 12,59% del total de la población de la Región Amazónica (956.699 habitantes). En el cantón Yantzaza, se evidencia un limitado acceso a servicios básicos, de manera especial en las zonas rurales. Las limitaciones en el acceso al agua segura es causa de enfermedades llamadas de origen hidráulico como son las enfermedades diarreicas agudas (EDas) y gastrointestinales; y, las Infecciones respiratorias (Iras) originadas por el mal estado de las vías que generan polvo, sumado a la escasa cobertura de internet y telefonía celular, a la inexistencia de redes eléctricas que permitan tecnificar la producción

agrícola, para tender hacia una agricultura intensiva y capitalizada en las áreas que tienen una capacidad de acogida para el efecto (Castro, Poma, Canga, Castro, & Adrianzen, 2020).

La infraestructura cultural es escasa en la región, puesto que en Zamora Chinchipe destaca el Museo Etnográfico. La escasa inversión por parte de los GAD y la débil participación de la ciudadanía, ponen en riesgo la riqueza patrimonial cultural y natural que aún se mantiene en algunas localidades. Ante el generalizado abandono de la infraestructura cultural, y la falta de políticas públicas coherentes y sostenibles, el derecho a la cooperación cultural se vuelve más urgente y necesario. En la última década, coincidiendo con la expansión del internet y las herramientas digitales, el legado patrimonial inmaterial se encuentra amenazado. La población no asume una gestión participativa en la valoración histórica y social del legado cultural de sus antepasados, delegando esta responsabilidad a los gobiernos locales o al ministerio correspondiente. Debido a la dispersión de los asentamientos humanos y el relativo aislamiento de algunos, la radio ha tenido un papel esencial, y por muchos es considerado el principal medio de comunicación regional; sin embargo, salvo contadas excepciones de radios comunitarias, la programación en estos medios se organiza con fines informativos, de entretenimiento, comerciales o políticos, pero no incluyen contenidos culturales (Castro, Poma, Canga, Castro, & Adrianzen, 2020).

6.1.6.4 Tecnológico: Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2023), el 60,5% (2.990.190) de hogares del Ecuador disponen de servicio de internet fijo, a diferencia de 2010, año en el que sólo el 13% (496.477) de hogares contaban con este servicio, siendo este servicio que creció con mayor proporción, es decir, 5 veces más que hace 12 años. Así mismo, el acceso a la telefonía celular aumentó del 76,3% (2.906.546) en 2010 al 86,8% (4.293.917) de hogares, lo que lo posiciona como el servicio TIC de mayor cobertura; este hecho tiene mayor fuerza en el área urbana, en donde el 90,5% de los hogares cuentan con telefonía celular.

El acceso a una computadora de escritorio o laptop incrementó 12.4 puntos porcentuales, de 26,3% (1.000.459) en 2010 al 37,8% (1.868.842) en 2022. De igual forma, el servicio de televisión pagada subió del 17,5% (668.685) al 26,0% (1.287.072). Un dato particular que evidenció el Censo Ecuador 2022, es la disminución del uso de telefonía fija, la misma que antes era utilizada por el 33,4% (1.2709.83) de los hogares, mientras que actualmente (2022), se ha reducido al 21,0% (1.037.486) (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023).

En la provincia de Zamora Chinchipe, de acuerdo a la información generada por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones ARCOTEL, en enero del 2020 se registra un total de 10.275 hogares con este servicio, lo que representa el 34,13% de los

hogares de la provincia de Zamora Chinchipe que en la actualidad disponen del servicio de telefonía fija. La provincia en el año 2019, el 36% de los hogares disponen del servicio de internet; es decir ni el 50% cuentan con este servicio, esto en el área rural puede darse por la baja densidad poblacional, en la zona urbana es el factor económico debido al costo que representa tener este servicio. El servicio eléctrico es uno de los que mayor cobertura registra en la región con 94,43%, siendo Zamora Chinchipe la provincia con mayor cobertura con 97,2% (Zabala, 2021)

Entre las principales plataformas digitales que más se utilizan en los establecimientos de alojamiento y alimentación son TripAdvisor, Booking y Trivago. Estas agilizan las tareas del usuario mediante programas y aplicaciones que puede localizar en un mismo espacio web. Con el objetivo principal de ayudar reservando, atendiendo solicitudes, comentarios, y reclamos al momento de reservar un hotel o restaurante. Además, promocionan los productos y servicios que prestan los diferentes establecimientos turísticos (Masache, 2022)

La Universidad Nacional de Loja tiene trazado su norte con base en el uso y desarrollo tecnológico, comprendiendo que las condiciones globales y el crecimiento vertiginoso de la conectividad y la tecnología hacen imperativo sostener el crecimiento en esta línea, los cuales se describen a continuación:

Infraestructura tecnológica: La calidad y cobertura de la conectividad son los principales factores impulsados para una efectiva gestión de los procesos y servicios institucionales, en este sentido se ha mejorado en:

- La provisión del servicio de internet.
- La cobertura de red inalámbrica (WiFi) con nuevos equipos access point y controladora WiFi para administrar 130 equipos access point.
- La mejora de las condiciones del centro de datos institucional que aloja las controladoras (servidores wireless) y equipos que brindan acceso a internet.

Automatización de procesos: La incorporación de la tecnología en los procesos académicos administrativos se convierte en uno de los principales objetivos para el logro de la eficiencia y efectividad en la universidad; en el año 2022 se intervenido en lo siguiente:

- Ejecución de proyectos de desarrollo de software.
- Implementación de botón de pagos.
- Automatización de trámites estudiantiles y proceso de licencias y permisos.
- Trámites de posgrados (con descuentos, intereses, 2da. y 3ra. matrículas).
- Implementación de plataforma ELSA, Libro Calificaciones UED, registro reconocimiento y homologaciones en SGA.

- Módulo Gestión de Becas y Gestión de Certificados.
- Soporte Nacional EP.
- Plataforma Alumni (Plan Estratégico de Desarrollo Institucional, 2019).

6.1.6.5 Ecológico: Ecuador se encuentra en una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible gracias a su mega biodiversidad. Conservación Internacional, estima que solo 17 países en el planeta están dentro de esta categoría y estos albergan entre el 60 y el 70% de la biodiversidad del planeta. La Amazonia Ecuatoriana posee una diversidad biológica y cultural incalculable a la vez constituye el área geográfica más grande del Ecuador con una extensión de 131.137 km², que representa el 48% de la superficie total nacional. En esta sección se analizan las provincias de Sucumbíos, Orellana, Napo, Pastaza y Morona Santiago. (Ministerio de Turismo, 2020).

El turismo representa una oportunidad para promover un modelo de desarrollo sostenible en la Amazonía. Existe un sinnúmero de comunidades indígenas con emprendimientos turísticos en distintos niveles de desarrollo. Con respecto a la línea base del 2020, obtenida del INEC a través de los reportes que emiten los GADS provinciales, en cuanto al número de mecanismos de articulación a favor del turismo en la región, refleja 16 articulaciones; de la misma manera el MINTUR con una línea base 2020, refleja cifras en diversos aspectos a nivel regional como: capacidad de ocupación promedio de establecimientos de alojamiento durante los Feriados Nacionales con el 31,80%; ingresos percibidos por los establecimientos turísticos en millones de dólares durante los feriados nacionales por un valor de 14.000.100 USD. En todos los casos se tratan de iniciativas aisladas, con escasa capacitación e inversión en infraestructura y servicios; sin embargo, han desarrollado una experiencia en la gestión comunitaria de la actividad, que ofrece la oportunidad para que el turismo amazónico alcance un particular desarrollo vinculado a la naturaleza, la cultura y la organización social (Coyago, 2023).

La Secretaría Técnica de la Amazonía, administra el Fondo Común para proyectos de inversión en distintas áreas por porcentajes, tal como el porcentaje de inversión en infraestructura turística sostenible partiendo como línea base del 2020, el cual refleja un 1% asignado a estos proyectos. Todas las provincias de la Amazonía ecuatoriana tienen un gran número de atractivos turísticos; sin embargo, no todos los territorios cuentan con un inventario turístico y un plan de desarrollo del sector, por tal razón el Ministerio de Turismo con el fin de manejar una información más clara y con una línea base 2020 a nivel regional registra: número de parques de atracción estables registrados existen 50; número de establecimientos de turismo registrados 1353; número de Centros de Turismo comunitario registrados 19. La falta de estudios de mercado, la escasa inversión privada en el desarrollo de planta turística y la ausencia de estrategias que vayan más allá de la promoción de atractivos turísticos, es decir,

que posicionan productos y destinos amazónicos, son algunas de las debilidades (Coyago, 2023).

En el cantón Yantzaza, existe una sobreocupación del suelo rural, que en gran medida es suelo de conservación o de bosques naturales está siendo talado para el desarrollo de actividades pecuarias y agrícolas en evidente deterioro de las características medio ambientales. De igual manera, las actividades pecuarias en las zonas altas de montaña, producen contaminación de los recursos hídricos que son fuentes de captación de agua para consumo humano. Así mismo, la contaminación de acuíferos por prácticas mineras artesanales, que en forma ilegal explotan las reservas de minerales metálicos y no metálicos abundantes en el cantón, en especial la práctica del lavado de oro en los terrenos aluviales en cuya práctica emplean mercurio, elemento químico muy tóxico y por lo tanto muy perjudicial para la salud humana. El bosque también se ha visto afectado por los cambios repentinos del clima. Tanto el incremento de precipitaciones como el aumento de temperatura, han ocasionado cambios en los ciclos de floración, fructificación y crecimiento del bosque; disminución de las poblaciones de animales e insectos polinizadores y por ende escasez de alimentos para la fauna silvestre. Sin embargo, una de los aspectos positivos del territorio de Yantzaza es que cuenta con zonas de alta biodiversidad por la reserva biótica El Zarza o la cordillera del Cóndor, ésta última incluida dentro del Sistema Nacional de Áreas protegidas, constituyen un atractivo para el emprendimiento de actividades turísticas alternativas: ecoturismo y turismo científico; así como, la posibilidad de acceder a cooperación internacional dada la importancia que se da en la actualidad a la conservación de este tipo de ecosistemas (Zabala, 2021)

6.1.6.6 Legal: La normativa relacionada con el TIC está detallada en el Marco Jurídico de la investigación.

6.1.7 Análisis FODA simple

A continuación, se muestra el análisis FODA general, elaborado a partir del diagnóstico interno y externo de la EEP.

Tabla 23. Matriz FODA.

ANÁLISIS INTERNO	
Fortalezas	Debilidades
<p>F1. Pertenece a la Universidad Nacional de Loja.</p> <p>F2. Ubicada en la vía que conduce a la Troncal Amazónica E45.</p> <p>F3. Espacio de prácticas pre-profesionales, vinculación con la sociedad, Investigaciones, y capacitación técnica.</p> <p>F4. Ubicada a 1 minuto del barrio El Padmi y a 25 minutos de la ciudad de Yantzaza.</p> <p>F5. Cuenta con personal y cámaras de seguridad las 24 horas, sistema de auxilio, y alarma de incendios.</p> <p>F6. Capacidad de alojamiento para 38 personas y área para el servicio de alimentación (30 plazas).</p> <p>F7. Cuenta con servicios básicos (luz) y áreas de recreación (piscina, hidromasaje)</p> <p>F8. Los cuartos de baño y aseo tienen lavamanos, espejo, tomacorriente, basureros, dispensador de jabón líquido, porta papel e iluminación eléctrica.</p> <p>F9. Tiene un centro de Exposición de Piezas Arqueológicas “Arutam Wakam”</p> <p>F10. Posee una estructura organizacional e institucional.</p> <p>F11. Cuenta con un recurso turístico importante: petroglifo el Padmi.</p> <p>F12. Existencia de 10 programas: Acuicultura, apicultura, porcicultura, ovinocultura, pecuaria, avicultura, jardín botánico, bosque protector, cultivos de ciclo corto y cultivos frutales.</p> <p>F13. Tiene suministro de agua tratada y energía eléctrica las 24 horas.</p> <p>F14. Personal de cocina experimentado.</p> <p>F15. El personal del servicio de alojamiento y alimentación está dispuesto a ayudar, es amigable, transmite confiabilidad, seguridad y conocimiento y ofrece un servicio rápido.</p> <p>F16. En el servicio de alimentación, el horario de prestación de servicio es cómodo, el personal presta un servicio individual y se preocupa por las necesidades e inquietudes del cliente.</p>	<p>D1. No cuenta con una página web.</p> <p>D2. Escaso uso de la red social facebook e inexistencia de otras redes sociales.</p> <p>D3. Falta de profesionales en turismo para los servicios de alojamiento y alimentación.</p> <p>D4. Nula evaluación de la calidad de los servicios.</p> <p>D5. La infraestructura destinada al servicio de alojamiento y alimentación están en malas condiciones, no es visualmente atractiva, no tienen apariencia moderna, no cuentan con mobiliario y equipo adecuado.</p> <p>D6. Del 100% de los requisitos obligatorios para el servicio de alojamiento, se cumple el 38%.</p> <p>D7. Algunas áreas no están identificadas ni señalizadas como zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, # de habitaciones, servicios complementarios, entre otros.</p> <p>D8. Del 100% de los requisitos obligatorios para el servicio de alimentación se cumple el 15%.</p> <p>D9. En el área de baños y área de preparación de alimentos no tienen dispensador de desinfectante de manos o toallas desechables ni gel desinfectante.</p> <p>D10. No cuenta con áreas separadas para el almacenamiento de ropa de cama, utilería, productos de limpieza, herramientas e implementos para mantenimiento.</p> <p>D11. No cuenta con un menú establecido.</p> <p>D12. El personal del servicio de alojamiento, no está uniformado y no tiene conocimiento para responder inquietudes.</p> <p>D13. El horario de la prestación del servicio de alojamiento no es cómodo y no existe una atención individualizada.</p> <p>D14. En los servicios de alojamiento y alimentación existen escasos materiales, utensilios y equipos.</p>

- D15.** Escaso presupuesto para invertir en los servicios de alojamiento y alimentación.
- D16.** El área de cocina es pequeña (7x2 y medio).
- D17.** Servicios de alojamiento y alimentación exclusivos para actividades académicas.
- D18.** No hay personal permanente de limpieza de habitaciones.
- D19.** No existen procesos de administración y gestión para los servicios de alojamiento y alimentación.
- D20.** Criterios divididos de los encargados de la institución para actividades turísticas.
- D21.** La producción agrícola pecuaria comercializada en la tienda universitaria contribuye escasamente a la adquisición de insumos para el servicio de alimentación y alojamiento.
- D22.** Ocupación estacional de los servicios de alojamiento y alimentación.
- D23.** No tiene servicio de alcantarillado y agua potable.

ANÁLISIS EXTERNO

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> O1. Políticas que apoyan al desarrollo turístico a nivel nacional. O2. Promoción turística internacional de las 4 regiones del país. O3. Acuerdo de Cielos Abiertos entre Ecuador y Estados Unidos. O4. El turismo es el tercer generador de ingresos a nivel nacional. O5. Crecimiento de llegada de turistas internacionales. O6. Aplicación de nuevas tecnologías en la oferta turística a nivel nacional. O7. Generación de nueva normativa y reformas en el Reglamento de Alimentos. O8. Alianzas con universidades para premiar y fortalecer la innovación en la industria del turismo. O9. Baja tasa de los billetes de avión. O10. Créditos al 5%, y con un año de carencia para el sector turístico. O11. Reducción del Impuesto al Valor Agregado (IVA), del 12% al 8% para todos los feriados en establecimientos turísticos registrados. O12. Estímulo a proyectos turísticos, con una exoneración por siete años para proyectos de inversión turística que inviertan al menos US \$100,000 en el primer año, destinando un mínimo del 10% al turismo rural. O13. 0% de IVA Para los establecimientos de alojamiento a turistas extranjeros. O14. Mayor cobertura de energía eléctrica del 97,2% en Zamora Chinchipe O15. Variedad de recursos turísticos naturales en Zamora Chinchipe. 	<ul style="list-style-type: none"> A1. Riesgo país de Ecuador 2.054 puntos. A2. Elevado índice de pobreza en el área rural del país, con 46,4%. A3. Escaso inventario de atractivos turísticos de la región amazónica. A4. Escasa infraestructura cultural en Zamora Chinchipe. A5. Condiciones climatológicas del cantón Yantzaza. A6. Limitado acceso de zonas rurales a servicios básicos del cantón Yantzaza. A7. Escasa cobertura de internet y telefonía celular en el cantón Yantzaza. A8. Escasa inversión por parte del cantón Yantzaza y la débil participación de la ciudadanía, ponen en riesgo la riqueza patrimonial cultural y natural. A9. Sobreocupación del suelo rural en actividades pecuarias y agrícolas en el cantón Yantzaza. A10. Contaminación de acuíferos por prácticas mineras artesanales. A11. Radio principal medio de comunicación en zonas rurales de la provincia de Zamora.

- O16.** Políticas del cantón Yantzaza con programas (construcción de infraestructura turística, prefactibilidad y factibilidad de implementación de proyectos turísticos).
- O17.** Yantzaza cuenta con zonas de alta biodiversidad por la reserva biótica El Zarza o la cordillera del Cóndor.
- O18.** Presencia de la empresa Lundin Gold en Yantzaza, beneficiando económicamente a los habitantes y personas del sector turístico (chefs, ayudantes, meseros) del cantón Yantzaza y parroquia Los Encuentros
- O19.** Yantzaza tiene variedad de productos agrícolas.
- O20.** Presencia de la comunidad indígena Shuar en el barrio El Padmi, con diversidad de costumbres y tradiciones.
- O21.** Política de la UNL sobre la sostenibilidad denominado “Sostenibilidad de la gestión académica y ampliación del acceso a la formación”
- O22.** Alineación del PEDI de la UNL con los ODS.
- O23.** Uso y desarrollo tecnológico de la UNL con infraestructura tecnológica, automatización de procesos y equipamiento tecnológico.

- A12.** Establecimientos de alojamiento y alimentación en el cantón Yantzaza que brindan servicios de buena calidad.
- A13.** Hoteles de Yantzaza tienen profesionales en turismo.

6.2 Estrategias de mejoramiento para los servicios de alojamiento y alimentación.

Se describe a continuación el FODA estratégico con sus respectivas estrategias (FO) (DO) (FA) (DA), las mismas contribuirán al mejoramiento de los dos servicios.

6.2.1 FODA estratégico.

Tabla 24. Matriz FODA estratégico.

Fortalezas	Debilidades
<p>F1. Pertenece a la Universidad Nacional de Loja.</p> <p>F2. Ubicada en la vía que conduce a la Troncal Amazónica E45.</p> <p>F3. Espacio de prácticas pre-profesionales, vinculación con la sociedad, Investigaciones, y capacitación técnica.</p> <p>F4. Ubicada a 1 minuto del barrio El Padmi y a 25 minutos de la ciudad de Yantzaza.</p>	<p>D1. No cuenta con una página web.</p> <p>D2. Escaso uso de la red social facebook e inexistencia de otras redes sociales.</p> <p>D3. Falta de profesionales en turismo para los servicios de alojamiento y alimentación.</p> <p>D4. Nula evaluación de la calidad de los servicios.</p> <p>D5. La infraestructura destinada al servicio de alojamiento y alimentación están en malas condiciones, no es visualmente atractiva, no</p>

F5. Cuenta con personal y cámaras de seguridad las 24 horas, sistema de auxilio, y alarma de incendios.

F6. Capacidad de alojamiento para 38 personas y área para el servicio de alimentación (30 plazas).

F7. Cuenta con servicios básicos (luz) y áreas de recreación (piscina, hidromasaje)

F8. Los cuartos de baño y aseo tienen lavamanos, espejo, tomacorriente, basureros, dispensador de jabón líquido, porta papel e iluminación eléctrica.

F9. Tiene un centro de Exposición de Piezas Arqueológicas “Arutam Wakam”

F10. Posee una estructura organizacional e institucional.

F11. Cuenta con un recurso turístico importante: petroglifo el Padmi.

F12. Existencia de 10 programas: Acuicultura, apicultura, porcicultura, ovinocultura, pecuaria, avicultura, jardín botánico, bosque protector, cultivos de ciclo corto y cultivos frutales.

F13. Tiene suministro de agua tratada y energía eléctrica las 24 horas.

F14. Personal de cocina experimentado.

F15. El personal del servicio de alojamiento y alimentación está dispuesto a ayudar, transmite confiabilidad, seguridad y conocimiento y ofrece un servicio rápido.

F16. En el servicio de alimentación, el horario de prestación de servicio es cómodo, el personal presta un servicio individual y se preocupa por las necesidades e inquietudes del cliente.

tienen apariencia moderna, no cuentan con mobiliario y equipo adecuado.

D6. Del 100% de los requisitos obligatorios para el servicio de alojamiento, se cumple el 38%.

D7. Algunas áreas no están identificadas ni señalizadas como zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, # de habitaciones, servicios complementarios, entre otros.

D8. Del 100% de los requisitos obligatorios para el servicio de alimentación se cumple el 15%.

D9. En el área de baños y área de preparación de alimentos no tienen dispensador de desinfectante de manos o toallas desechables, ni gel desinfectante.

D10. No cuenta con áreas separadas para el almacenamiento de ropa de cama, utilería, productos de limpieza, herramientas e implementos para mantenimiento.

D11. No cuenta con un menú establecido.

D12. El personal del servicio de alojamiento no está uniformado y no tiene conocimiento para responder inquietudes.

D13. El horario de la prestación del servicio de alojamiento no es cómodo y no existe una atención individualizada.

D14. En los servicios de alojamiento y alimentación existen escasos materiales, utensilios y equipos.

D15. Escaso presupuesto para invertir en los servicios de alojamiento y alimentación.

D16. El área de cocina es pequeña (7x2 y medio)

D17. Servicios de alojamiento y alimentación exclusivos para actividades académicas.

D18. No hay personal permanente de limpieza de habitaciones.

D19. No existen procesos de administración y gestión para los servicios de alojamiento y alimentación.

D20. Criterios divididos de los encargados de la institución para actividades turísticas.

D21. La producción agrícola pecuaria comercializada en la tienda universitaria contribuye escasamente a la adquisición de insumos para el servicio de alimentación y alojamiento.

D22. Ocupación estacional de los servicios de alojamiento y alimentación.

D23. No tiene servicio de alcantarillado y agua potable.

Oportunidades	Estrategias (FO)	Estrategias (DO)
<p>O1. Políticas que apoyan al desarrollo turístico a nivel nacional.</p> <p>O2. Promoción turística internacional de las 4 regiones del país.</p> <p>O3. Acuerdo de Cielos Abiertos entre Ecuador y Estados Unidos.</p> <p>O4. El turismo es el tercer generador de ingresos a nivel nacional.</p> <p>O5. Crecimiento de llegada de turistas internacionales.</p> <p>O6. Aplicación de nuevas tecnologías en la oferta turística a nivel nacional.</p> <p>O7. Generación de nueva normativa y reformas en el Reglamento de Alimentos</p> <p>O8. Alianzas con universidades para premiar y fortalecer la innovación en la industria del turismo.</p> <p>O9. Baja tasa de los billetes de avión.</p> <p>O10. Créditos al 5%, y con un año de carencia para el sector turístico.</p> <p>O11. Reducción del Impuesto al Valor Agregado (IVA), del 12% al 8% para todos los feriados en establecimientos turísticos registrados.</p> <p>O12. Estímulo a proyectos turísticos, con una exoneración por siete años para proyectos de inversión</p>	<p>FO 1: F1, F2, F3, F4 – O1, O3, O4, O8, O15, O17, O20, O21, O22.</p> <p>Generar alianzas con los ONG y empresas mineras para obtener recursos con el fin de mejorar las instalaciones.</p>	<p>DO 1: D1 – O2, O13, O5, O6 Crear una página web para la EEP que promocióne los servicios de alojamiento y alimentación.</p> <p>DO 2: D2 - O14 Fortalecer la red social facebook con información sobre los servicios de alojamiento y alimentación.</p> <p>DO 3: D5, D10, D15, D16, D22 – O7, O10, O11, O12, O16. Mejorar la infraestructura del área de alojamiento y alimentación.</p> <p>DO4: D6, D7, D8, D9, D14 - O18 Adquirir e incluir nuevos materiales, utensilios equipos y amenities para los servicios de alojamiento y alimentación.</p> <p>DO 5: D4, D17, D20 – O23 Diseñar un sistema de evaluación de la calidad de los servicios de alojamiento y alimentación.</p>

turística que inviertan al menos US \$100,000 en el primer año, destinando un mínimo del 10% al turismo rural.

O13. 0% de IVA Para los establecimientos de alojamiento a turistas extranjeros.

O14. Mayor cobertura de energía eléctrica del 97,2% en Zamora Chinchipe

O15. Variedad de recursos turísticos naturales en Zamora Chinchipe.

O16. Políticas del cantón Yantzaza con programas (construcción de infraestructura turística, prefactibilidad y factibilidad de implementación de proyectos turísticos)

O17. Yantzaza cuenta con zonas de alta biodiversidad por la reserva biótica El Zarza o la cordillera del Cóndor.

O18. Presencia de la empresa Lundin Gold en Yantzaza beneficiando económicamente a los habitantes y personas del sector turístico (chefs, ayudantes, meseros) del cantón Yantzaza y parroquia Los Encuentros

O19: Yantzaza tiene variedad de productos agrícolas.

O20. Presencia de la comunidad indígena Shuar en el barrio El Padmi, con diversidad de costumbres y tradiciones.

O21. Política de la UNL sobre la sostenibilidad denominado “Sostenibilidad de la gestión académica y ampliación del acceso a la formación”

O22. Alineación del PEDI de la UNL con los ODS.

O23. Uso y desarrollo tecnológico de la UNL con infraestructura tecnológica, automatización de procesos y equipamiento tecnológico.

DO 6: D11, D2, D23 – O18, O19

Elaborar el contenido para una carta de menú.

Amenazas	Estrategias (FA)	Estrategias (DA)
<p>A1. Riesgo país de Ecuador 2.054 puntos</p> <p>A2. Elevado índice de pobreza en el área rural del país, con 46,4%</p> <p>A3. Escaso inventario de atractivos turísticos de la región amazónica.</p> <p>A4. Escasa infraestructura cultural en Zamora Chinchipe.</p> <p>A5. Condiciones climatológicas del cantón Yantzaza.</p> <p>A6. Limitado acceso de zonas rurales a servicios básicos del cantón Yantzaza.</p>	<p>FA 1: F5, F6, F7, F8, F9, F10, F11, F12, F10, F13, F14, F15, F16 – A1, A2, A3, A4, A5, A8, A10, A11.</p> <p>Promover la implementación de productos turísticos para la EEP.</p>	<p>DA 1: D12, D13, D18 – A6, A7, A12.</p> <p>Capacitar al personal de la Estación que brinda servicios de alojamiento y alimentación en diferentes temáticas relacionadas con la calidad de servicio.</p> <p>DA 2: D3 – A9, A13.</p> <p>Contratar profesional en turismo.</p>

A7. Escasa cobertura de internet y telefonía celular en el cantón Yantzaza.

A8. Escasa inversión por parte del cantón Yantzaza y la débil participación de la ciudadanía, ponen en riesgo la riqueza patrimonial cultural y natural.

A9. Sobreocupación del suelo rural en actividades pecuarias y agrícolas dejando a un lado la parte turística en el cantón Yantzaza.

A10. Contaminación de acuíferos por prácticas mineras artesanales.

A11. Radio principal medio de comunicación en zonas rurales de la provincia de Zamora.

A12. Establecimientos de alojamiento y alimentación en el cantón Yantzaza que brindan servicios de buena calidad.

A13. Hoteles de Yantzaza tienen profesionales en turismo.

DA 3: D19 – A12.

Elaborar un manual básico de funciones para los servicios de alojamiento y alimentación.

6.2.2 Lista de estrategias

Luego de realizar el FODA estratégico, se describen las estrategias obtenidas del mismo.

- Generar alianzas con los ONG y empresas mineras para obtener recursos con el fin de mejorar las instalaciones.
- Adecuar la página web institucional con un link que promocióne los servicios de alojamiento y alimentación de la EEP.
- Fortalecer la red social facebook con información sobre los servicios de alojamiento y alimentación y la creación de otras redes sociales.
- Mejorar la infraestructura del área de alojamiento y alimentación.
- Adquirir e incluir nuevos materiales, utensilios equipos y amenities para los servicios de alojamiento y alimentación.
- Diseñar un sistema de evaluación de la calidad de los servicios de alojamiento y alimentación.
- Elaborar el contenido para una carta de menú.
- Promover la implementación de productos turísticos para la EEP.
- Capacitar al personal de la Estación que brinda servicios de alojamiento y alimentación en diferentes temáticas relacionadas con la calidad de servicio.
- Contratar profesional en turismo.
- Elaborar un mapa básico de procesos para los servicios de alojamiento y alimentación.

6.2.3 Socialización y validación de estrategias.

Posteriormente, se realizó la socialización del diagnóstico y los resultados obtenidos en la investigación; además, se validó las estrategias obtenidas del FODA estratégico mediante un Focus Group Online, en el cuál estuvieron presentes el ing. Diego Loaiza, el ing. Eduardo Rengel y la ing. Gladys Suarez. Se validaron todas las estrategias planteadas en el TIC, puesto que, consideraron que todas son importantes para el mejoramiento de los servicios de alojamiento y alimentación.

6.2.4 Estrategias de mejoramiento

A continuación, se describen las estrategias de mejoramiento validadas con base en la herramienta propuesta por el Ministerio de Turismo “Procedimiento para elaborar el Plan de Mejoras”

- **Alianzas estratégicas de la Estación con ONG y compañías mineras.**

La siguiente tabla explica la estrategia, los problemas identificados, solución, responsables, recursos necesarios y fecha de cumplimiento.

Tabla 25. Estrategia de mejoramiento – Alianzas estratégicas.

HERRAMIENTA PARA LA GESTION DE LA CALIDAD TURISTICA					
Elaborado por: Victoria Pineda.		Revisado por: Ing. Alexandra Suarez		Aprobado por: Ing. Diego Loaiza Ing. Eduardo Rengel	
Fecha de aprobación:					
Estrategia de mejoramiento: Alianzas con las ONGS y empresas mineras para obtener recursos con el fin de mejorar las instalaciones.					
Nombre de los servicios: Alojamiento y alimentación.					
N ^{ro.}	Problemas identificados	Solución	Responsables	Recursos necesarios	Fecha de cumplimiento
1.-	Escaso presupuesto para invertir en los servicios de alojamiento y alimentación.	Gestionar acuerdos entre la UNL y las diferentes ONGS y empresas mineras cuyo fin sea el trabajo conjunto con el propósito de mejorar las instalaciones de la EEP. 1.- Acordar día y hora de la reunión con las partes interesadas. 2.- Llevar a cabo la reunión con el fin de planificar y concretar el alcance, metas claras, funciones y duración de la alianza.	Rector de la UNL. Administrador de la Estación. Coordinador de la Estación.	Recursos humanos: ▪ Representantes y asesores legales de las ONGS, y de las compañías mineras. ▪ Rector de la UNL y su asesor, administrador, decano responsable de la Estación y coordinador de las Estaciones Experimentales de la UNL. ▪ Notario Recursos materiales: Computadora, internet, proyector. Recursos económicos:	Las alianzas se pueden realizar durante todo el año.

3.- Firma de acuerdos y compromisos con el notario.

4.- Realizar reuniones con el motivo de dar seguimiento y constatar el cumplimiento de lo acordado.

▪ **Información de servicios en la página web institucional.**

Tabla 26. Estrategia de mejoramiento – Información de servicios.

HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURISTICA					
Elaborado por: Victoria Pineda.		Revisado por: Ing. Alexandra Suarez.		Aprobado por: Ing. Diego Loaiza. Ing. Eduardo Rengel.	
Fecha de aprobación:					
Estrategia de mejoramiento: Información de los servicios de alojamiento y alimentación de la EEP para la página web institucional.					
Nombre de los servicios: Alojamiento y alimentación					
Nro.	Problemas identificados	Solución	Responsables	Recursos necesarios	Fecha de cumplimiento
1.-	Página web institucional con insuficiente información sobre los servicios de alojamiento y alimentación que ofrece la EEP	Utilizando la página web institucional https://unl.edu.ec/investigacion/estacion-experimental-el-padmi se incluirá un enlace que redireccione a los servicios de alojamiento y alimentación. 1.- Realizar una primera reunión entre el diseñador web, el profesional en marketing digital, camarógrafo y el administrador de la EEP, en la que se determine la información que se publicará, la periodicidad de publicaciones y los diseños.	Administrador de la Estación.	Recursos humanos: Diseñador web. Profesional en marketing digital, camarógrafo Recursos materiales Computadora, internet, software. Recursos económicos: \$13.896,00	La página web debe crearse en 3 meses. El contenido se debe actualizar una vez al mes.

2.- Reunión para dar el visto bueno a los diseños y posterior publicación en la página web.

El contenido de la página web sobre los servicios de alojamiento alimentación deberá actualizarse una vez al mes.

Las secciones de la página web debe incluir.

Encabezado

- Nombre de la Estación
- Descripción de la EEP
- Ubicación de la EEP
- Video de los servicios de la EEP
- Información de contacto

Menú principal

- Alternativas de reserva y pagos
- Ofertas
- Descuentos
- Motor de búsqueda
- Preguntas frecuentes

Menú secundario

- Información del servicio de alojamiento y alimentación.
- Descripción de habitaciones
- Descripción del menú

Destacados

- Galería de fotos de los servicios de alojamiento y alimentación
 - Reseñas de clientes
 - Idioma disponible
-

▪ **Fortalecimiento de la red social facebook.**

Tabla 27. Estrategia de mejoramiento – Fortalecimiento de la red social facebook y creación de otras redes sociales.

HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURISTICA					
Elaborado por: Victoria Pineda.		Revisado por: Ing. Alexandra Suarez.		Aprobado por: Ing. Diego Loaiza. Ing. Eduardo Rengel.	
Fecha de aprobación:					
Estrategia de mejoramiento: Fortalecimiento de la red social facebook “Estación Experimental El PADMINI - UNL”					
Nombre de los servicios: Alojamiento y alimentación.					
N ^{ro} .	Problemas identificados	Solución	Responsables	Recursos necesarios	Fecha de cumplimiento
1.-	Escaso uso e información en la red social facebook.	<p>Mejorar el servicio a través de la información técnica sobre los servicios de alojamiento y alimentación.</p> <p>1.- Reunión con el profesional en marketing digital y el Community manager, con el fin de determinar el tipo de información, los días en los que se publicará y los potenciales clientes que se desea visiten la Estación y consuman los servicios.</p> <p>2.- Segunda reunión para dar el visto bueno a la información, diseños y periodicidad en la que se publicará el contenido.</p> <p>Las secciones de la red social incluyen:</p> <p>Detalles</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirección de la EEP ▪ Teléfono ▪ Correo electrónico <p>Publicaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Imágenes de las habitaciones, imagen con la descripción del menú. 	Administrador de la Estación	<p>Recursos humanos: Profesional en marketing digital. Community Manager Camarógrafo</p> <p>Recursos materiales Computadora, internet, software</p> <p>Recursos económicos: \$14.952,00</p>	La red social debe estar lista en 1 semana, el contenido para la red se debe difundir 2 veces a la semana.

-
- Información de los servicios de alojamiento y alimentación.

Menciones

- Clientes podrán mencionar a la página de la Estación y compartir sus fotos, videos y experiencias.

Opiniones

- Clientes pueden recomendar los servicios y agregar videos y fotos de sus experiencias en los servicios de la Estación.

Seguidores

- Se visualiza las personas, páginas que siguen la página de la Estación.

Galería de fotos y videos.

- Fotos y videos de los servicios de alojamiento y alimentación y servicios complementarios.

Sección de búsqueda.

- El usuario explorará cualquier sección de la red social.
-

▪ **Infraestructura del servicio de alojamiento y alimentación.**

Tabla 28. Estrategia de mejoramiento – Infraestructura de alojamiento y alimentación.

HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURISTICA						
Elaborado por: Victoria Pineda.		Revisado por: Ing. Alexandra Suarez.		Aprobado por: Ing. Diego Loaiza. Ing. Eduardo Rengel.		Fecha de aprobación:
Estrategia de mejoramiento: Mejoramiento de la infraestructura del área de alojamiento y alimentación.						
Nombre de los servicios: Alojamiento y alimentación.						
N^{ro.}	Problemas identificados	Solución	Responsables		Recursos necesarios	Fecha de cumplimiento
1.-	De acuerdo a los resultados de la encuesta, y por medio de la observación directa se verificó que la infraestructura destinada a los dos servicios está en malas condiciones y no tienen apariencia moderna.	Arreglar el exterior e interior de las habitaciones: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pintar el interior y exterior de las cabañas. ▪ Restaurar los closets. ▪ Cambiar la iluminación de las habitaciones. Ampliar y remodelar el área de cocina.	Administrador de Estación.	de la	Recursos humanos: Constructores en general. Recursos materiales: Elementos, instrumentos, herramientas, máquinas que necesita el profesional en arquitectura.	2 meses
2.-	El área de cocina es pequeña de (7x2.5m); además, la distribución del área no es la adecuada.	Adecuar áreas para almacenar los diferentes artículos, productos de aseo y utilería.			Recursos económicos: 22.250,00	
3.-	Según el chek list, la EEP no cuenta con áreas individuales para el almacenamiento de ropa de cama, utilería, productos de limpieza, herramientas e implementos para mantenimiento.	1.- Reunión con un profesional para conocer qué valor tiene la ampliación y remodelación de la cocina, remodelación de las cabañas, construcción de baños y remodelación de los ya existentes.				

▪ **Adquisición de nuevos materiales, utensilios, equipos y amenities.**

Tabla 29. Estrategia de mejoramiento – Materiales, utensilios, equipos y amenities.

HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURISTICA					
Elaborado por: Victoria Pineda.		Revisado por: Ing. Alexandra Suarez.		Aprobado por: Ing. Diego Loaiza. Ing. Eduardo Rengel.	
Fecha de aprobación:					
Estrategia de mejoramiento: Adquirir e incluir nuevos materiales, utensilios equipos y amenities para los servicios de alojamiento y alimentación.					
Nombre de los servicios: Alojamiento y alimentación.					
N ^{ro.}	Problemas identificados	Solución	Responsables	Recursos necesarios	Fecha de cumplimiento
1.-	Escasos materiales, utensilios y equipos en los dos servicios.	Adquisición de materiales, utensilios, equipos y amenities necesarios para brindar el servicio de alojamiento y alimentación. 1.- Realizar un inventario de los materiales, equipos, utensilios que dispone la Estación y de los que necesitan ser reemplazados por nuevos. 2.- Definir mediante un listado definitivo de los materiales, equipos, utensilios y amenities que deben ser adquiridos.	Administrador de la Estación.	Recursos humanos: Persona encargada de la compra y traslado hacia la Estación. Recursos materiales: Vehículo	1 año

▪ **Sistema de evaluación de calidad.**

Tabla 30. Estrategia de mejoramiento – Sistema de evaluación de calidad.

HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURISTICA					
Elaborado por: Victoria Pineda.		Revisado por: Ing. Alexandra Suarez.		Aprobado por: Ing. Diego Loaiza. Ing. Eduardo Rengel.	
Fecha de aprobación:					
Estrategia de mejoramiento: Sistema de evaluación de la calidad para los servicios de alojamiento y alimentación.					
Nombre de los servicios: Alojamiento y alimentación.					
Nro.	Problemas identificados	Solución	Responsables	Recursos necesarios	Fecha de cumplimiento
1.-	El personal de la Estación no realiza una evaluación de calidad de los servicios, pues no cuentan con una herramienta que les permita valorar la percepción de los servicios de alojamiento y alimentación.	Medir la calidad de servicio a través de un formulario con código QR dirigido a los visitantes. A través de un código QR para el servicio de alojamiento y otro para el servicio de alimentación disponibles en la página web de la UNL redireccionará a una página en la que se encontrará un formulario en el cual el cliente evaluará la calidad de los servicios de alojamiento y alimentación.	Administrador de la EEP.	Recursos humanos: Ingeniero en software Recursos materiales: Computadora, internet, software. Recursos económicos: \$450,00	1 mes

▪ **Contenido para una carta de menú.**

Tabla 31. Estrategia de mejoramiento – Contenido para una carta de menú.

HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURISTICA					
Elaborado por: Victoria Pineda.		Revisado por: Ing. Alexandra Suarez.		Aprobado por: Ing. Diego Loaiza. Ing. Eduardo Rengel.	
Fecha de aprobación:					
Estrategia de mejoramiento: Elaborar el contenido para una carta de menú.					
Nombre del servicio: Alimentación.					
N ^{ro.}	Problemas identificados	Solución	Responsables	Recursos necesarios	Fecha de cumplimiento
1.-	El servicio de alimentación no cuenta con una carta menú que informe a los clientes de los platos que se ofrecen.	<p>Elaboración del contenido para una carta menú que informe sobre los platos que se brindarán en el servicio de alimentación.</p> <p>1.- Realizar el contenido de la carta menú en tres idiomas, inglés, español y mandarín.</p> <p>La carta contendrá 2 tipos de menús:</p> <p>Menú ejecutivo y menú estudiantil.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desayunos: proteína, cereales, producto de panadería, bebida. ▪ Almuerzos: carbohidrato, proteína, ensalada. <p>Entrada Plato fuerte Postre Bebidas calientes</p>	Administrador de la Estación.	<p>Recursos humanos: Diseñador gráfico</p> <p>Recursos materiales: Computadora, impresora Papel</p> <p>Recursos económicos: \$82,00</p>	1 mes

- Bebidas frías
- Cena: proteína, carbohidrato, ensalada, bebida, postre.

▪ **Promover la implementación de productos turísticos.**

Tabla 32. Estrategia de mejoramiento – Implementación de productos turísticos.

HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURISTICA

Elaborado por: Victoria Pineda.

Revisado por:
Ing. Alexandra Suarez.

Aprobado por:
Ing. Diego Loaiza.
Ing. Eduardo Rengel.

Fecha de aprobación:

Estrategia de mejoramiento: Promover la implementación de productos turísticos para la EEP.

Nombre de los servicios: Alojamiento y alimentación.

N ^{ro.}	Problemas identificados	Solución	Responsables	Recursos necesarios	Fecha de cumplimiento
1.-	Falta de productos turísticos que promuevan las visitas a la Estación, lo cual no permite que se generen ingresos económicos para el mejoramiento de los dos servicios.	Impulsar el desarrollo de la ruta agroturística propuesta por el ing. Edisson Javier Saca Ramón. Objetivo de la ruta: incrementar los ingresos de la Estación y crear fuentes de empleo.	Administrador de la Estación.	Recursos humanos: Guías de turismo. Personal técnico: (Médico Veterinario, Ingeniero, Forestal, Ingeniero Agrónomo Guardia de Seguridad). Personal que trabaja en la Estación. Recepcionista. Personal de aseo Personal de cocina: (chef/o y mesero)	1 año
2.-	Escaso presupuesto para invertir en los servicios de alojamiento y alimentación	Para el desarrollo de la ruta se ha tomado en cuenta las actividades agropecuarias, aprovechando las formas de trabajo y producción, conjugando con recorridos en el jardín botánico y el bosque nativo donde se puede observar flora típica del lugar, así mismo disfrutar de la gastronomía típica, hacer uso de la piscina, visita al museo y tomar un placentero descanso.			

▪ **Capacitación al personal.**

Tabla 33. Estrategia de mejoramiento – Capacitación al personal.

HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURISTICA					
Elaborado por: Victoria Pineda.		Revisado por: Ing. Alexandra Suarez.		Aprobado por: Ing. Diego Loaiza. Ing. Eduardo Rengel.	
Fecha de aprobación:					
Estrategia de mejoramiento: Capacitar al personal de la Estación en diferentes temáticas relacionadas con la calidad de servicio.					
Nombre de los servicios: Alojamiento y alimentación					
Nro.	Problemas identificados	Solución	Responsables	Recursos necesarios	Fecha de cumplimiento
1.-	De acuerdo al resultado de las encuestas, el personal del servicio de alojamiento no tiene conocimiento para responder inquietudes y no brinda una atención individualizada.	Llevar a cabo las capacitaciones dirigidas al personal de la Estación. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calidad de servicio y atención al cliente. ▪ Diseño y planeación de menú. ▪ Imagen personal. ▪ Buenas Prácticas de Manufactura. ▪ Liderazgo de equipo ▪ Ingles básico. 	Administrador de la Estación	Recursos humanos: Capacitadores especializados en turismo. Participantes Recursos materiales: Proyector, computadora, objetos de escritorio, uniformes. Recursos económicos: \$115,00	Las capacitaciones se desarrollarán cada mes.
2.-	Conforme a la observación directa, el personal no cuenta con uniforme.	El personal debe llevar el uniforme únicamente la jornada laboral, cuando se brinde el servicio de alojamiento y el servicio de alimentación.			El personal debe contar con su uniforme en un mes.

▪ **Contratar personal en turismo.**

Tabla 34. Estrategia de mejoramiento – Contratación de personal en turismo.

HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURISTICA					
Elaborado por: Victoria Pineda.		Revisado por: Ing. Alexandra Suarez.		Aprobado por: Ing. Diego Loaiza. Ing. Eduardo Rengel.	
Fecha de aprobación:					
Estrategia de mejoramiento: Contratar personal en turismo					
Nombre de los servicios: Alojamiento y alimentación					
N ^{ro.}	Problemas identificados	Solución	Responsables	Recursos necesarios	Fecha de cumplimiento
1.-	La Estación no dispone profesionales en turismo.	<p>Contratar personal profesional en turismo que se desempeñe en el área de alojamiento y alimentación de la Estación.</p> <p>Personal en turismo que se necesita en la EEP:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recepcionista ▪ Camareras ▪ Botones ▪ Cocinero ▪ Ayudante de cocina ▪ Mesero ▪ Bodeguero <p>Perfil del profesional en el servicio de alojamiento y alimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Buena presencia. ▪ Orientación al servicio. ▪ Capacidad para trabajar en equipo. ▪ Responsabilidad y eficiencia. ▪ Capacidad de comunicación. 	Administrador de la Estación.	<p>Recursos humanos: Personal para el servicio de alojamiento y alimentación.</p> <p>Recursos económicos: \$38.910,00</p>	1 año

- Flexibilidad y disposición por aprender.
- Habilidades de resolución al problema.
- Conocimientos específicos del área de trabajo.
- Conocimiento básico de idiomas.
- Ser creativos e innovadores.

▪ **Mapa de procesos para los servicios de alojamiento y alimentación.**

Tabla 35. Estrategia de mejoramiento – Mapa de procesos para el personal.

HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURISTICA

Elaborado por: Victoria Pineda.

Revisado por:
Ing. Alexandra Suarez.

Aprobado por:
Ing. Diego Loaiza.
Ing. Eduardo Rengel.

Fecha de aprobación:

Estrategia de mejoramiento: Elaborar un mapa de procesos para los profesionales en turismo en los servicios de alojamiento y alimentación

Nombre del servicio: Alojamiento y alimentación

N ^{ro.}	Problemas identificados	Solución	Responsables	Recursos necesarios	Fecha de cumplimiento
1.-	Inexistencia de un manual de procesos en el servicio de alojamiento y alimentación, para el personal la EEP	Realizar un mapa de procesos para el personal de la EEP en el cual se exprese, de manera explícita y funcional, información e indicaciones sobre las actividades, tareas, asignaciones y procesos que debe realizar el personal que desarrolle funciones en el servicio de alojamiento y alimentación.	Administrador de la Estación.	Recursos humanos: Personal en turismo Recursos materiales: Computadora Proyector Impresora Hojas bond	El manual básico debe estar finalizado en 1 mes.

En el mapa constará el proceso que debe seguir el personal en turismo:

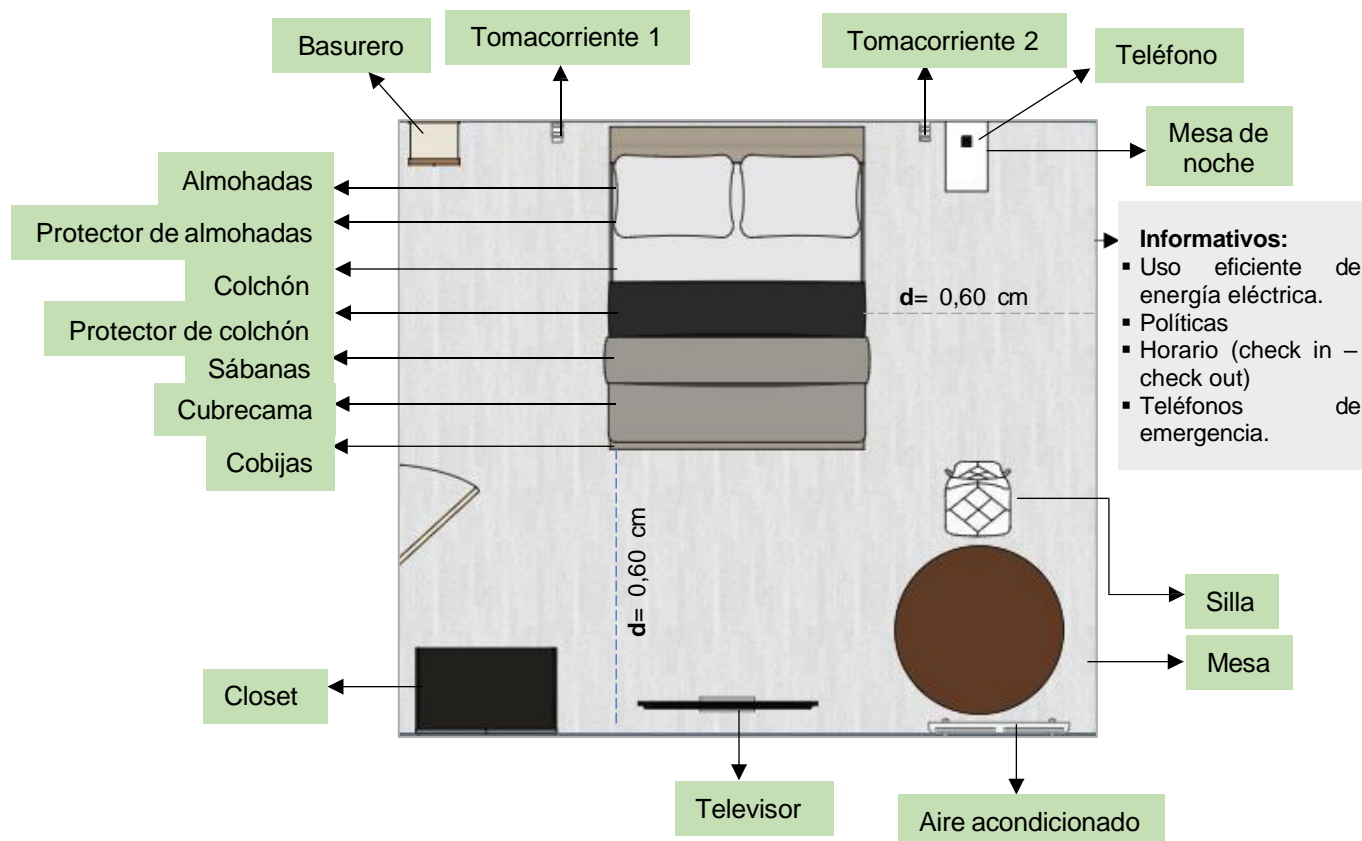
- Recepcionista
 - Camarera
 - Botones
 - Cocinero
 - Ayudante de cocina
 - Mesero
 - Bodeguero
-

6.2.5 Desarrollo de las estrategias propuestas

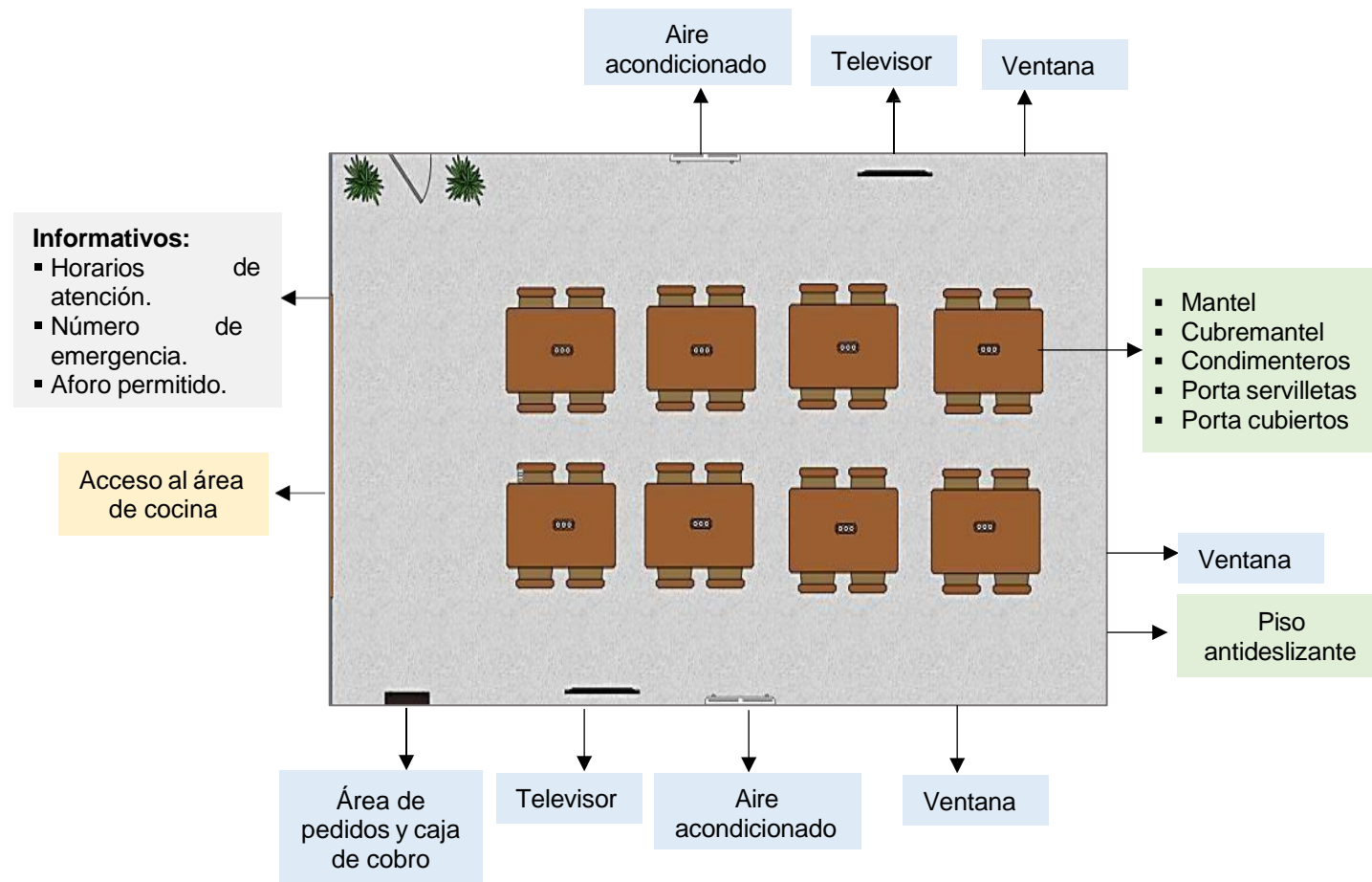
Se detallan las estrategias que se han considerado más importantes y que contribuirían de manera directa al mejoramiento de los servicios de alojamiento y alimentación en la Estación Experimental El Padmi.

6.2.5.1 Infraestructura del servicio de alojamiento y alimentación

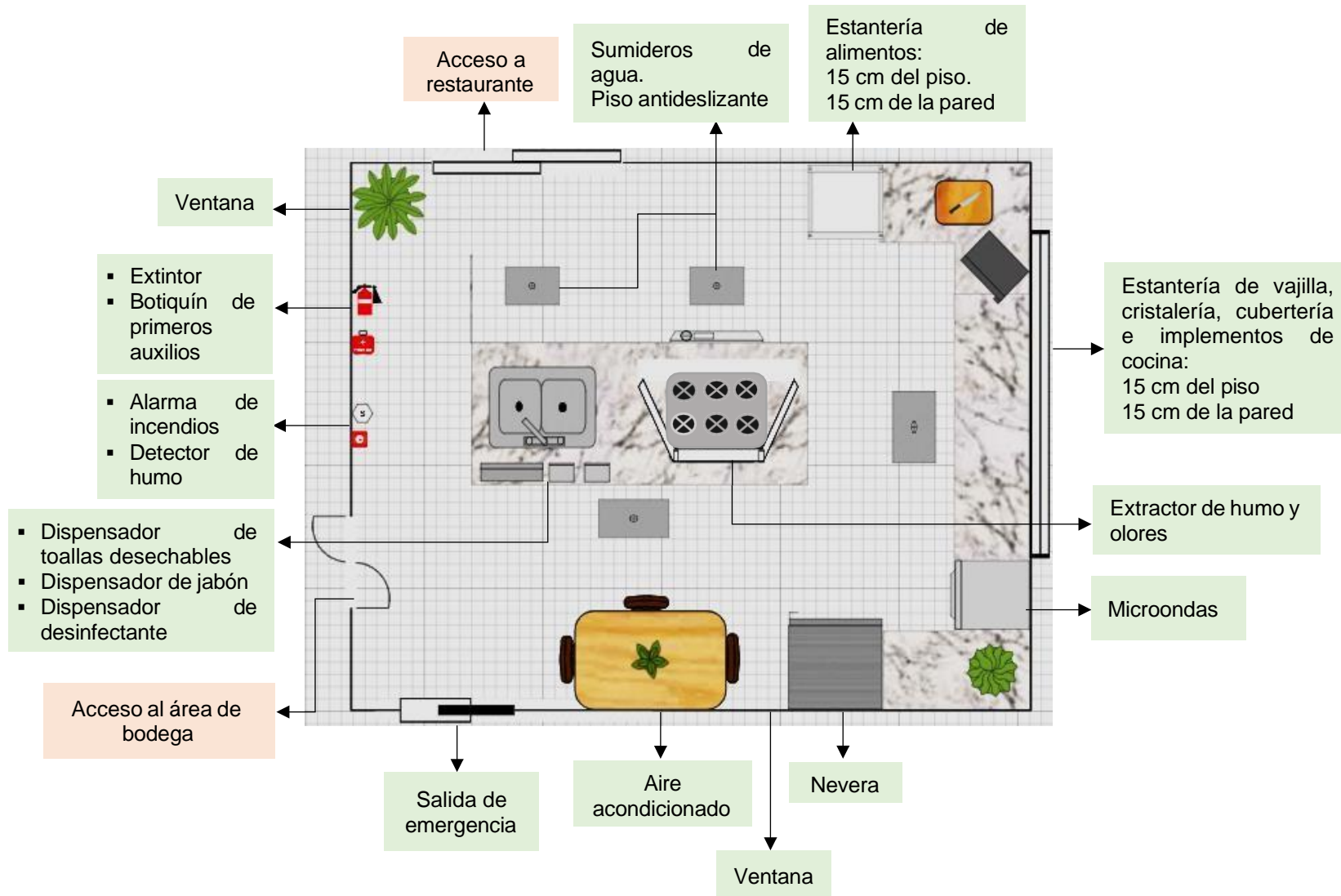
- **Área de alojamiento:** A continuación, se muestra el prototipo de cómo debe ser una habitación, se indican además el equipamiento, ropa de cama que debe tener para brindar un buen servicio a los clientes.



▪ Área de alimentación



▪ Área de cocina



6.2.5.2 Adquisición de nuevos materiales, utensilios, equipos y amenities

La tabla 36 contiene la lista de implementos básicos que debería tener la EEP a partir del diagnóstico que se realizó y según la capacidad que tiene la misma.

Tabla 36. *Materiales, equipos y amenities para el servicio de alojamiento.*

Descripción del producto	Cantidad	Condición de uso
Materiales		
Dispensador de jabón	2	No forzar la tapa de recarga superior en la instalación o en el abastecimiento de líquido. No exponer el producto a objetos que contengan filos agudos y/o cortantes. Deben ser ubicados en los baños compartidos para varones y mujeres.
Dispensador de toallas	2	Colocarse a una altura que sea cómoda. Realizar un mantenimiento regular para evitar obstrucciones o problemas de dispensación. Respetar las capacidades de carga y no sobrecargar el dispensador. Serán ubicados en los baños compartidos para varones y mujeres.
Botiquín de primeros auxilios	3	Sirve para actuar en caso de lesiones leves o indisposiciones, que no necesiten asistencia sanitaria. Ubicar en un lugar fresco, seco y limpio de fácil acceso, no ubicar en el baño ni cocina.
Ropa de cama		
Protector de colchón	60	Asegurarse que el protector tenga un buen sistema de fijación. No usar lejías, ni detergentes agresivos, ni suavizantes a riesgo de destruir las propiedades del producto
Cobijas	120	Seguir las instrucciones del fabricante para el lavado y secado. Almacenar en un lugar fresco y seco. Rotar el uso para evitar desgastes.
Almohadas	120	Lavar la almohada según las instrucciones del fabricante, optando por aquellas que sean lavables a máquina o lavado en seco. Utilizar fundas de almohada hipoalergénicas.
Sábanas	60	Seguir las indicaciones del lavado y secado proporcionadas por el fabricante. Lavarlas regularmente para mantener la frescura e higiene. Almacenar en un lugar seco y fresco. Planchar para obtener un terminado más pulido.
Equipos		
Lavadora	1	Limpiar regularmente el dispensador de detergente y filtro para prevenir obstrucciones y malos olores. Utilizar la cantidad adecuada de detergente según las recomendaciones del fabricante. Debe ser ubicada en el área de lavado.
Secadora	1	Limpiar el filtro de pelusa antes y después de cada uso. Verifica y limpia la salida del aire del conducto. Ajustar la carga según la capacidad recomendada, evitar sobrecargar para evitar desgastes. Debe ser ubicada en el área de lavado.
Aire acondicionado	25	Limpiar o cambiar regularmente los filtros de aire. Limpiar la bobonas y aletas del evaporador y condensador. Asegurarse que no haya obstrucción alrededor de las unidades del exterior.

Serán ubicados en cada habitación.		
Amenities		
Jabones personalizados para baño	100	Uso exclusivo durante la estancia, no ser retirados con el propósito de evitar el desperdicio. Seguir las instrucciones de uso dependiendo del producto. Ubicar en cada una de las habitaciones.
Shampo en sachet	100	Uso exclusivo para uso personal de la limpieza del cabello. Seguir las instrucciones de uso dependiendo del producto. Ubicar en cada una de las habitaciones.
Acondicionador en sachet	100	Uso exclusivo para uso personal de la limpieza del cabello. Seguir las instrucciones de uso dependiendo del producto. Ubicar en cada una de las habitaciones.
Toallas de baño	120	Tomar en cuenta las recomendaciones de lavado de acuerdo al fabricante. Cambiar y lavar después de cada uso. Ubicar en cada una de las habitaciones.

La siguiente tabla muestra los materiales, equipos, utensilios necesarios mínimos para el área de alimentación, para ello se ha tomado en cuenta la capacidad del restaurante, siendo 30 personas.

Tabla 37. *Materiales, utensilios, equipos y mobiliario para el servicio de alimentación.*

Descripción	Cantidad	Condición de uso
Materiales		
Dispensador de jabón	1	No forzar la tapa de recarga superior en la instalación o en el abastecimiento de líquido. No exponer el producto a objetos que contengan filos agudos y/o cortantes. Ubicar en el área de lavado de la cocina.
Dispensador de toallas	1	Colocarse a una altura que sea cómoda. Ubicar en el área de lavado de la cocina.
Dispensador de desinfectante	1	No forzar la tapa de recarga superior en la instalación o en el abastecimiento de líquido. No exponer el producto a objetos que contengan filos agudos y/o cortantes. Ubicar en el área de lavado de la cocina.
Botiquín de primeros auxilios	1	Sirve para actuar en caso de lesiones leves o indisposiciones, que no necesiten asistencia sanitaria. Ubicar en un lugar fresco, seco y limpio de fácil acceso, no ubicar en el baño ni cocina.
Mantelería		
Mantel	10	Usar el mantel de acuerdo con el propósito previsto, almacenar en un lugar limpio seco cuando no esté en uso.
Cubre mantel	10	Evitar el contacto con sustancias que puedan dañar el tejido. Almacenar en un lugar limpio y seco, alejado de la luz para evitar decoloraciones.
Menaje		
Plato hondo	40	Sirve para servir sopas o cremas.
Plato llano	40	Sirve para servir ensalada, arroz, guarniciones.
Plato para postre	40	Sirve para servir postre
Taza y plato para café	40	Evitar cambios abruptos en la tecnología, revisar la compatibilidad con el microondas y lavavajillas. Evitar golpes, usar las piezas para el uso designado.

Cuchillo, tenedor, cuchara, cucharilla.	90	Tenedor para pinchar o recoger el alimento, como soporte de ayuda con el cuchillo para cortar los alimentos, cuchara, para sopas o cremas.
Vasos de cristal	40	Para jugo, refrescos.
Salero	9	Uso exclusivo para sal.
Pimentero	9	Uso exclusivo para pimienta.
Azucarero	9	Uso exclusivo para azúcar.
Porta servilletas	9	Uso exclusivo para servilletas.
Porta cubiertos	9	Mantiene los cubiertos limpios, ordenados. No limpiar con alcohol o químicos.
Set de coladores	3	Colar, caldos, salsas, cremas.
Jarra grande	10	Uso para jugos, refrescos.
Juego de cuchillos:		
Mondador o para pelar	2	Pelar y cortar vegetales y fruta.
Hacha	2	Cortar los huesos y la carne en las piezas grandes.
Cucharón	4	Extraer porciones de la olla, remover alimentos.
Rallador	3	Rallar todo tipo de productos
Pelador	3	Pelar todo tipo de verdura o fruta.
Tablas de corte		
Azul	2	Para los pescados y mariscos.
Amarilla	2	Para carnes blancas.
Roja	2	Para las carnes rojas.
Verde	2	Para frutas, vegetales, hortalizas.
Marrón	2	Para productos cocinados.
Blanca	2	Para los quesos, pastas, pan y para uso general.
Equipo menor		
Plancha	1	Permite cocinar alimentos como carne, pescado y verduras. Precalentar la plancha, durante la cocción ajustar la temperatura de acuerdo al alimento. Utilizar utensilios metálicos que no rayen la superficie. Limpiar después de cada uso.
Cafetera	1	Medir las proporciones de café y agua de acuerdo a las indicaciones del fabricante. Limpiar regularmente los componentes extraíbles, como la porta filtros y la jarra. Apagar la cafetera cuando no esté en uso.
Microondas	1	Permite calentar cualquier tipo de alimento. Evitar calentar en recipientes metálicos, recipientes, botellas y tarros herméticos o sellados al vacío. No encender el microondas si el horno está vacío.
Waflera	3	Permite cocinar gofres. Después de usar limpiar bien entre los cuadros. Si las placas son desmontables lavar con jabón y agua tibia. No transportarla por el asa.
Equipo mayor		
Refrigerador	1	Permite almacenar frutas, verduras, carnes. Almacenar los alimentos en recipientes herméticos, evitar introducir alimentos calientes directamente. Realizar limpiezas periódicas para prevenir olores y proliferación de bacterias.
Cocina industrial	1	Mantener una limpieza regular de los quemadores y las superficies circundantes. Apagar los quemadores cuando no estén en uso.
Horno	1	Utilizar utensilios aptos para horno. Realizar una limpieza regular, especialmente de la puerta y los elementos de calefacción. Usar guantes de protección. Ajustar la temperatura y el tiempo de cocción adecuados.

Equipo de extracción de olores	1	Asegurar que la campana esté instalada a la altura y distancia recomendadas sobre la superficie de cocción para asegurar una captura eficiente de olores y vapores. Encender al menos 10 minutos antes de comenzar a generar vapores. Luego de terminar, debe permanecer encendida por 15 minutos como mínimo para garantizar que todos los vapores fueron evacuados.
Batidora industrial	1	Mantener fuera las manos, la ropa y los utensilios mientras está en operación. Asegurarse de que la batidora esté correctamente ensamblada antes de su uso. Realizar intervalos de descanso, especialmente en mezclas más densas.
Licuada industrial	1	Ajustar la velocidad según los ingredientes. Utilizar la licuadora en intervalos y no exceder su capacidad máxima. Limpiar la licuadora inmediatamente después de cada uso.
Extractor de jugo	1	Seguir las instrucciones de uso del fabricante, las etiquetas del producto y las advertencias antes de usar el producto.
Congelador	1	Ajustar a la temperatura ideal de -18°C. Mantener las puertas cerradas. Limpiar las juntas de gomas de forma regular. No llenar en exceso. No guardar alimentos calientes. Ordenar los alimentos listos para consumir, alimentos por procesar. No poner alimentos abiertos.
Batería de cocina		
Ollas (25 litros)	3	Verificar que las ollas sean compatibles con la estufa.
Ollas (20 litros)	3	No raspar ni usar estropajos metálicos.
Ollas (15 litros)	3	No usar detergentes agresivos.
Ollas (10 litros)	3	
Ollas de presión (15 - 20 litros)	2	Para cocinar todo tipo de carnes, legumbres y verduras. No alterar, ni manipular ninguno de los sistemas de seguridad. No forzar la apertura de la olla a presión. No llenar la olla más de dos terceras partes de su capacidad. No poner debajo del grifo de agua fría.
Set de sartenes: sartén grande, mediano, pequeño	2	Antes de su primer uso, lavar el sartén, untar con aceite en la parte interior y calentar a fuego bajo de 2 a 3 minutos, dependiendo del tamaño del sartén. Lavado con esponja y detergente no agresivo.
Mobiliario		
Mesas	10	Cuidar la ubicación de la mesa, evitando la exposición a la luz, verificar la capacidad de carga, asegurar que puedan soportar el peso de platos y utensilios sin deformarse.
Sillas	42	Cuidar la ubicación de la silla, evitando la exposición a la luz. Verificar la capacidad de carga.

6.2.5.3 Sistema de evaluación de la calidad para los servicios de alojamiento y alimentación.

A continuación, se describen los formularios de evaluación de calidad de los servicios de alojamiento y alimentación de acuerdo a la herramienta para la gestión de la calidad turística "Procedimiento de medición y evaluación de la satisfacción del cliente" propuesta por

el MINTUR. En la cual se especifica los atributos importantes en el ámbito del servicio: La amabilidad y buena atención de los empleados, la limpieza de las instalaciones, la localización, la calidad de los alimentos y la profesionalidad de los empleados.

Tabla 38. Formulario para evaluar la calidad del servicio de alojamiento de la EEP.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE				
Por favor, ayúdenos a mejorar la calidad del servicio de alojamiento, su opinión nos importa.			Año	Mes
Nombre:		Sexo	M <input type="checkbox"/>	F <input type="checkbox"/>
Email:		Edad		
Tipo de viaje:		Negocio <input type="checkbox"/>	Turismo <input type="checkbox"/>	Otro: _____
¿Cómo nos conoció?				
Web <input type="checkbox"/>	Redes sociales <input type="checkbox"/>	Folletería <input type="checkbox"/>	Recomendación <input type="checkbox"/>	
SERVICIO VALORADO - ALOJAMIENTO				
Nro.	Interrogante	Escala de valoración		
		Buena	Regular	Mala
a)	¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal del servicio de alojamiento?			
b)	¿Cómo califica las instalaciones del servicio de alojamiento?			
c)	¿Los precios están acordes con los servicios?			
d)	¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos/servicios?			
e)	¿Volvería a elegirnos?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
¿Tiene usted sugerencias para poder mejorar? -----				

- **Código QR para la valoración de la calidad del servicio de alojamiento.**

El código QR disponible en la página web de la UNL redireccionará a una página en la que se encontrará un formulario, en el mismo el cliente evaluará la calidad del servicio de alojamiento.



Formulario para conocer la calidad del servicio de alimentación, la cual se conocerá de acuerdo al nivel de satisfacción que tengan los clientes sobre el servicio recibido.

Tabla 39. Formulario para evaluar la calidad del servicio de alimentación de la EEP.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE					
Por favor, ayúdenos a mejorar la calidad del servicio de alimentación, su opinión nos importa.			Año	Mes	Día
Nombre:		Sexo		M <input type="checkbox"/>	F <input type="checkbox"/>
Email:		Edad			
Tipo de viaje		Negocio <input type="checkbox"/>	Turismo <input type="checkbox"/>	Otro:	
¿Cómo nos conoció?					
Web <input type="checkbox"/>	Redes sociales <input type="checkbox"/>	Folletería <input type="checkbox"/>	Recomendación <input type="checkbox"/>		
SERVICIO VALORADO - ALIMENTACIÓN					
Nro.	Interrogante	Escala de valoración			
		Bueno	Regular	Malo	
a)	¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal del servicio de alimentación?				
b)	¿Cómo califica las instalaciones de del servicio de alimentación?				
c)	¿Los precios están acordes con los servicios?				
d)	¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos/servicios?				

e)	¿Volvería a elegirnos?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
¿Tiene usted sugerencias para poder mejorar? -----					

▪ **Código QR para la valoración de la calidad del servicio de alimentación.**

El código QR será utilizado para valorar la calidad del servicio de alimentación, el mismo estará disponible en la página de la UNL.



Procedimiento para la obtención de los resultados de las encuestas.

- a) Tabulación de datos.
- b) Análisis mensual del nivel de satisfacción del cliente respecto a los servicios recibidos.
- c) Establecer un índice aceptable de satisfacción del 80% mínimo.
- d) Elaborar un informe de los resultados obtenidos de las encuestas.
- e) El análisis debe contener conclusiones, recomendaciones (quejas, reclamos o sugerencias) para aplicar acciones correctivas.

Procedimiento para realizar el informe de satisfacción de cliente.

Acciones correctivas:

- Si los resultados están por debajo de lo establecido (80% mínimo) el responsable debe aplicar acciones correctivas y de mejoras.
- Si el resultado está sobre el índice establecido, el responsable deberá aplicar acciones preventivas.

Los servicios de alojamiento y alimentación de la EEP no tienen alta demanda de clientes, por lo tanto, se recomienda que el informe sobre los resultados de las encuestas se desarrolle cada tres meses.

Tabla 40. Tabla para la elaboración del informe sobre la satisfacción del cliente.

INFORME DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE			
Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha de elaboración:	Fecha de aprobación:
OBJETIVO:			
METODOLOGÍA UTILIZADA:			
RESUMEN DE LOS RESULTADOS:			
CONCLUSIONES:			
1. 2. 3.			
RECOMENDACIONES:			
1. 2. 3. 4.			
Responsable de la herramienta:		Administrador:	
Firma: _____		Firma de aprobación: _____	

6.2.5.4 Capacitar al personal de la Estación en diferentes temáticas relacionadas con la calidad de servicio

En la tabla 40 se muestran las capacitaciones correspondientes a los servicios de alojamiento y alimentación.

Tabla 40. Capacitaciones al personal de la Estación.

DATOS SOBRE LAS CAPACITACIONES					
Nombre de las capacitaciones	Capacitaciones para el buen servicio en el área de alojamiento y alimentación hacia los clientes.				
Participantes	Personal de la Estación Experimental El Padmi.				
Inicio y término de las capacitaciones	5 meses – 3 horas.				
Horario	09h00 a 12h00.				
Forma de capacitación	Teórica/práctica.				
Lugar	Instalaciones de la Estación Experimental El Padmi.				
Personal capacitador	MINTUR / carrera de Turismo y empresas.				
Precio por capacitaciones	Gratuitas.				
Tipo de certificación	Asistencia y aprobación (40 horas).				
FINALIDAD DE LAS CAPACITACIONES: La finalidad de las capacitaciones es proporcionar al personal de la Estación las habilidades teóricas y prácticas necesarias para ofrecer un servicio de calidad. Esto incluye competencias en atención al cliente, la creación de menús mediante la preparación de alimentos en condiciones adecuadas, como la proyección de una imagen personal positiva, asegurando así una experiencia óptima para los clientes.					
TEMÁTICAS	SERVICIO	HORAS POR CAPACITACIÓN	HORARIO	LUGAR	CONTENIDOS
Atención al cliente y calidad del servicio	Alojamiento y alimentación	40 horas	09h00 a 12h00	Instalaciones de la Estación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atención al cliente. ▪ Reglas para una buena atención al cliente. ▪ Elementos de atención al cliente. ▪ Tipos de clientes. ▪ Satisfacción al cliente. ▪ Servicios turísticos. ▪ Clasificación de los servicios turísticos. ▪ Calidad de servicio. ▪ Principios de la calidad.

Imagen personal	Alojamiento y alimentación	40 horas	09h00 a 12h00	Instalaciones de la Estación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Imagen personal. ▪ Vestuario. ▪ Forma corporal al momento de vestir. ▪ Código de vestuario. ▪ Etiqueta y protocolo. ▪ Cuidado personal. ▪ Comportamiento y actitud. ▪ Lenguaje corporal y comunicación corporal.
Liderazgo de equipo	Alojamiento y alimentación	40 horas	09h00 a 12h00	Instalaciones de la Estación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Qué es liderazgo? ▪ Gestión de emociones. ▪ Espíritu de equipo. ▪ Manejo de relaciones en el trabajo. ▪ Trabajo en equipo. ▪ Comunicación asertiva y estratégica. ▪ Resolución de conflictos.
Ingles básico	Alojamiento y alimentación	40 horas	09h00 a 12h00	Instalaciones de la Estación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Palabras básicas. ▪ Saludos. ▪ Verbos. ▪ Números. ▪ Preguntas. ▪ Actividades. ▪ Días de la semana y meses del año.
Buenas prácticas de manufactura	Alimentación	40 horas	09h00 a 12h00	Instalaciones de la Estación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Qué son las BPM en alimentos? ▪ Tipos de contaminación en alimentos (física, química, biológica) ▪ Contaminación cruzada. ▪ Inocuidad de los alimentos. ▪ Medidas para evitar la contaminación alimentaria. ▪ Conservación y almacenamiento de alimentos. ▪ Local e instalaciones, personal, utensilios y equipos del servicio de alimentación.

Diseño y planeación de menús	Alimentación	40 horas	09h00 a 12h00	Instalaciones de la Estación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Historia del servicio de comida, evaluación y planeación de menús. ▪ Consideraciones y limitación en la planeación del menú. ▪ Control de costos y precios en el menú. ▪ Bebidas en el menú. ▪ Mecánica del menú. ▪ Producción y servicio del menú.
-------------------------------------	--------------	----------	---------------	------------------------------	--

6.2.5.5 Contratar personal en turismo.

Se describen los cargos básicos para el correcto funcionamiento del servicio de alojamiento y alimentación, los mismos se detallan en base a los documentos técnicos del Instituto Ecuatoriano de Normalización.

Tabla 41. Personal necesario para los servicios de alojamiento y alimentación.

Cargos	
Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación
Administrador	
Recepcionista	Cocinero
Bodeguero	Ayudante de cocina
Camareras	Mesero
Botones	

▪ Personal para el servicio de alojamiento.

Tabla 42. Perfil profesional y funciones – recepcionista.

Personal para el servicio de alojamiento	
Nombre del cargo	Recepcionista
Descripción de la ocupación	Area Alojamiento
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplir los procesos de recepción, registro, acomodación y salida del huésped. ▪ Ser nexo entre el huésped y los diferentes servicios del establecimiento ▪ Atender teléfono y caja. ▪ Cubrir ciertas actividades del botones, camarera y seguridad cuando sea necesario.
Competencias	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Procesos de ingreso (check in) y salida (check out) del huésped. ▪ Procedimientos de control relacionados con el acceso a las habitaciones. ▪ Funciones y responsabilidades de los diversos servicios de un hotel. ▪ Procedimientos básicos de telefonía, códigos para llamadas nacionales e internacionales, tarifas, horarios con descuentos, posibilidades de uso de celular, números de teléfonos útiles y de emergencia y el uso de la guía telefónica. ▪ Términos técnicos del hotelería relativos a la recepción. ▪ Contabilidad básica. ▪ Requisitos de higiene personal adecuados a su ocupación. ▪ Computación e internet. ▪ Información de eventos y atractivos turísticos locales. ▪ Técnicas de servicio al cliente. ▪ Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registrar el ingreso del huésped (check in). ▪ Acomodar al huésped en la habitación. ▪ Controlar el acceso a las habitaciones. ▪ Apoyar al huésped. ▪ Apoyar a la administración. ▪ Efectuar los procedimientos de salida del huésped (check out). ▪ Realizar los trabajos de auditoria nocturna. ▪ Entregar la recepción al turno correspondiente. ▪ Cuidar el área de recepción. ▪ Operar los equipos de recepción. ▪ Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento. ▪ Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento. ▪ Asegurar la satisfacción del cliente. ▪ Cuidar de la apariencia personal.

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización (2007,p.7-9).

Tabla 43. Perfil profesional y funciones -camarera.

Personal para el servicio de alojamiento	
Nombre del cargo	Camarera
Descripción de la ocupación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales. ▪ Inspeccionar la habitación para la salida del huésped. ▪ Reponer y controlar el material; atender pedidos y reclamos.
Competencias	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones y áreas sociales. ▪ Técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje y otros elementos. ▪ Requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo. ▪ Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones. ▪ Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped. ▪ Servicios de hotelería. ▪ Funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento. ▪ Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo. ▪ Procedimientos de manejo de minibares ▪ Manejo de formularios. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Limpiar, asear y ordenar las habitaciones. ▪ Adecuar la habitación para recibir al huésped: ▪ Inspeccionar el estado de una habitación. ▪ Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación. ▪ Ordenar la habitación ocupada. ▪ Efectuar controles y registros. ▪ Operar equipos de trabajo. ▪ Brindar información del establecimiento al huésped. ▪ Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento. ▪ Velar por la seguridad y privacidad del huésped. ▪ Asegurar la satisfacción del cliente. ▪ Cuidar de la apariencia personal. ▪ Mantener la comunicación con los demás departamentos.

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización (2007,p.7-8).

Tabla 44. Perfil profesional y funciones – botones.

Personal para el servicio de alojamiento	
Nombre del cargo	Botones
Descripción de la ocupación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Controlar la entrada y salida de personas del establecimiento. ▪ Recibir y acompañar al cliente en la entrada y salida del establecimiento. ▪ Acomodar al huésped en su habitación; orientar y proveer información al cliente; distribuir mensajería interna y externa.
Competencias	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicios de hotelería, conocimiento de las funciones generales de cada área de un establecimiento de alojamiento. ▪ Procedimientos en caso de emergencias. ▪ Primeros auxilios básicos. ▪ Requisitos de higiene personal. ▪ Nociones de comportamiento humano. ▪ Técnicas de servicio al cliente. ▪ Vocabulario técnico aplicado al cargo o departamento. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Controlar, recibir y atender al cliente en la entrada ▪ Acompañar al huésped. ▪ Atender al huésped en la salida. ▪ Controlar la entrada y salida de equipaje. ▪ Cuidar del parqueo del vehículo. ▪ Recibir y distribuir correspondencia. ▪ Apoyar al cliente. ▪ Velar por la privacidad y la seguridad del cliente y del establecimiento. ▪ Asegurar la satisfacción del cliente. ▪ Cuidar de su apariencia personal. ▪ Apoyar al equipo humano de trabajo.

Nota. Instituto Ecuatoriano de Normalización (2007,p.6-8).

▪ **Personal para el servicio de alimentación**

Tabla 45. Perfil profesional y funciones – cocinero.

Personal para el servicio de alimentación	
Nombre del cargo	Area
Cocinero	Cocina
Descripción de la ocupación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ejecutar recetas; comprender los procesos de elaboración, preparación, montaje y presentación de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres.
Competencias	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Procedimientos básicos de inventario y de rotación de existencia (stock). ▪ Técnicas de manipulación, conservación y almacenamiento de alimentos ▪ NTE INEN 2 458 ▪ Procedimientos de emergencia. ▪ Procedimientos de apertura y cierre del área de trabajo. ▪ Técnicas de corte y moldeado. ▪ Aprovechamiento y porcionamiento de Alimentos. ▪ Aprovechamiento y porcionamiento de alimentos. ▪ Ingredientes e insumos básicos de la cocina, alternativas de sustitución, temporada y formas de temperar y marinar alimentos ▪ Datos históricos y recetas básicas de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres calientes y fríos de la cocina nacional e internacional, para los varios tipos de servicios ▪ Técnicas de descongelación, cocción y flambeo, con observación de punto, tiempo, textura, sabor, color y conservación de las propiedades de los alimentos. ▪ Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual. ▪ Principales tipos de servicio y presentación de platos. ▪ Maquinaria, equipos y utensilios básicos de la cocina. ▪ Vocabulario técnico de la cocina internacional ▪ Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación. ▪ Primeros auxilios básicos. ▪ Programas informáticos para manejo de inventarios. ▪ Técnicas de decoración de platos ▪ Principios de repostería, panadería y pastelería. ▪ Principios de garnish. ▪ Elaboración de presupuestos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apoyar al jefe de cocina en la administración. de existencias (stock) y control de consumo de la cocina. ▪ Apoyar al jefe de cocina en la elaboración de menú o carta. ▪ Realizar corte y preparación de comestibles variados. ▪ Realizar cocción. ▪ Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos. ▪ Cuidar de la higiene y seguridad alimentaria ▪ Cuidar del área de trabajo. ▪ Operar equipos y maquinaria. ▪ Orientar ayudantes. ▪ Cuidar de su higiene y presentación personal. ▪ Mantener al equipo de trabajo motivado.

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización (2007.p.7-9).

Tabla 46. Perfil profesional y funciones – ayudante de cocina.

Personal para el servicio de alimentación	
Nombre del cargo	Ayudante de cocina
Descripción de la ocupación	Área Cocina
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ejecutar recetas, preparar y finalizar platos calientes y fríos más comunes y la especialidad del establecimiento. ▪ Utiliza los productos preparados por los demás profesionales del equipo, responsable por la elaboración de ensaladas, caldos, salsas, guarniciones, entre otros. 	
Competencias	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Procedimientos de inventario y rotación de existencias (stock). ▪ Nociones de preparación de mise en place ▪ Técnicas de manipulación, conservación almacenamiento de alimentos. ▪ Procedimientos de limpieza e higienización de ambientes, utensilios y maquinaria. ▪ Procedimientos de apertura y cierre del área de trabajo. ▪ Técnicas culinarias: aplicaciones, características, corte, moldeado. aprovechamiento y porcionamiento de alimentos. ▪ Ingredientes e insumos básicos de la cocina, alternativas de sustitución, formas de temperar y marinar alimento. ▪ Principales tipos de servicios y presentación de platos. ▪ Técnicas y uso de maquinaria, equipos y utensilios básicos de la cocina, vocabulario técnico relativo a la cocina nacional e internacional. ▪ Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación. ▪ Normas de seguridad laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apoyar al chef de cocina en la administración de existencias (stock) y control de consumo de productos. ▪ Orientar a los demás asistentes de cocina en la realización d cortes y preparación de carnes, aves, mariscos, pescado y vegetales. ▪ Cocinar, asar, freír, rehogar, saltear, guisar y gratinar alimentos. ▪ Preparar, montar y presentar platos calientes y fríos de la cocina nacional e internacional. ▪ Elaborar y despachar preparaciones culinarias básicas bajo supervisión del responsable a cargo. ▪ Supervisar el montaje de servicio ▪ Cuidar del área de trabajo, planificar y organizar el propio trabajo. ▪ Operar equipos y maquinaria ▪ Cuidar de la higiene, seguridad alimentaria y presentación persona. ▪ Apoyar al equipo. ▪ Perfil profesional del asistente de cocina.

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización (2007.p.3-5).

Tabla 47. Perfil profesional y funciones – mesero.

Personal para el servicio de alimentación	
Nombre del cargo	Mesero
Descripción de la ocupación	Área Cocina
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recibir y acoger al cliente. ▪ Servir alimentos y bebidas. ▪ Cuidar del arreglo del punto de venta o servicio. 	
Competencias	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tipos del servicio a la mesa y al cliente según puntos de ventas ▪ Normas de etiqueta a la mesa y en el salón ▪ Preparación básica de alimentos y bebidas ▪ Técnicas para servir bebidas, licores, bajativos, digestivos y vino ▪ Procedimientos de emergencia ▪ Reguitos de higiene personal adecuados a la ocupación ▪ NTE INEN 2 458 ▪ Operación de los equipos de salón y comedor, cafetería, lugar donde se preparan alimentos ligeros y procedimientos de seguridad ▪ Técnicas de comunicación en el servicio 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atender la cliente ▪ Presentar al menú o carta ▪ Servir al cliente ▪ Actuar como nexo entre el cliente y las otras áreas de esparcimiento ▪ Finalizar la atención y recibir el pago. ▪ Cuidar de la seguridad de los alimentos ▪ Cuidar del arreglo del punto de venta ▪ Representar y vender ▪ Operar equipos del salón y del punto de venta ▪ Asegurar la satisfacción del cliente ▪ Cuidar de la presentación personal ▪ Apoyar al equipo

- Técnicas de trabajo en equipo
- Técnicas de servicio
- Cálculo de cuatro operaciones aritméticas
- Lectura y escritura para anotación de pedidos y llenado de formularios con caligrafía legible
- Comunicación oral clara y articulada, con empleo de gramática y vocabulario adecuados
- Trabajo en equipo
- Interpretación del lenguaje corporal en particular, gestual.
- Capacidad para transportar pequeños pesos y permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo.

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización (2008.p.2-4).

Tabla 48. Perfil profesional y funciones – bodeguero.

Personal para el servicio de alojamiento	
Nombre del cargo	Bodeguero
Área	Alojamiento y alimentación.
Descripción de la ocupación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manejo y control de los productos de la bodega. Supervisar y organizar el almacenamiento y distribución de mercancías y productos, haciendo un seguimiento detallado de todas las entradas y salidas para mantener un inventario actualizado.
Competencias	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buena capacidad de comunicación. ▪ Habilidades de organización. ▪ Habilidades de resolución de problemas. ▪ Habilidades informáticas. ▪ Capacidad de trabajar bajo presión. ▪ Saber cómo recibir, verificar y almacenar el inventario ▪ Preparación de pedidos. ▪ Conocimiento sobre el mantenimiento y normas de seguridad de la bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar controles de inventario de mercadería para identificar posibles discrepancias o faltantes. ▪ Mantener en buenas condiciones higiénicas el espacio de bodega. ▪ Realización de las guías de salida de los insumos utilizados por las diferentes áreas. ▪ Realizar el cierre mensual y revisar el inventario. ▪ Verificar que no existan roedores u otra plaga que destruya los insumos o materiales. ▪ Velar por el orden de la bodega acondicionando los insumos o materiales que se encuentren en orden. ▪ Recibir las mercancías y comprobar su correspondencia con los pedidos realizados por las diferentes áreas. ▪ Verificar posibles daños al recibir la mercancía.

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización.

6.2.5.6 Elaborar un mapa básico de procesos para los servicios de alojamiento y alimentación

Se describen los mapas de procesos para las funciones principales en el servicio de alojamiento.

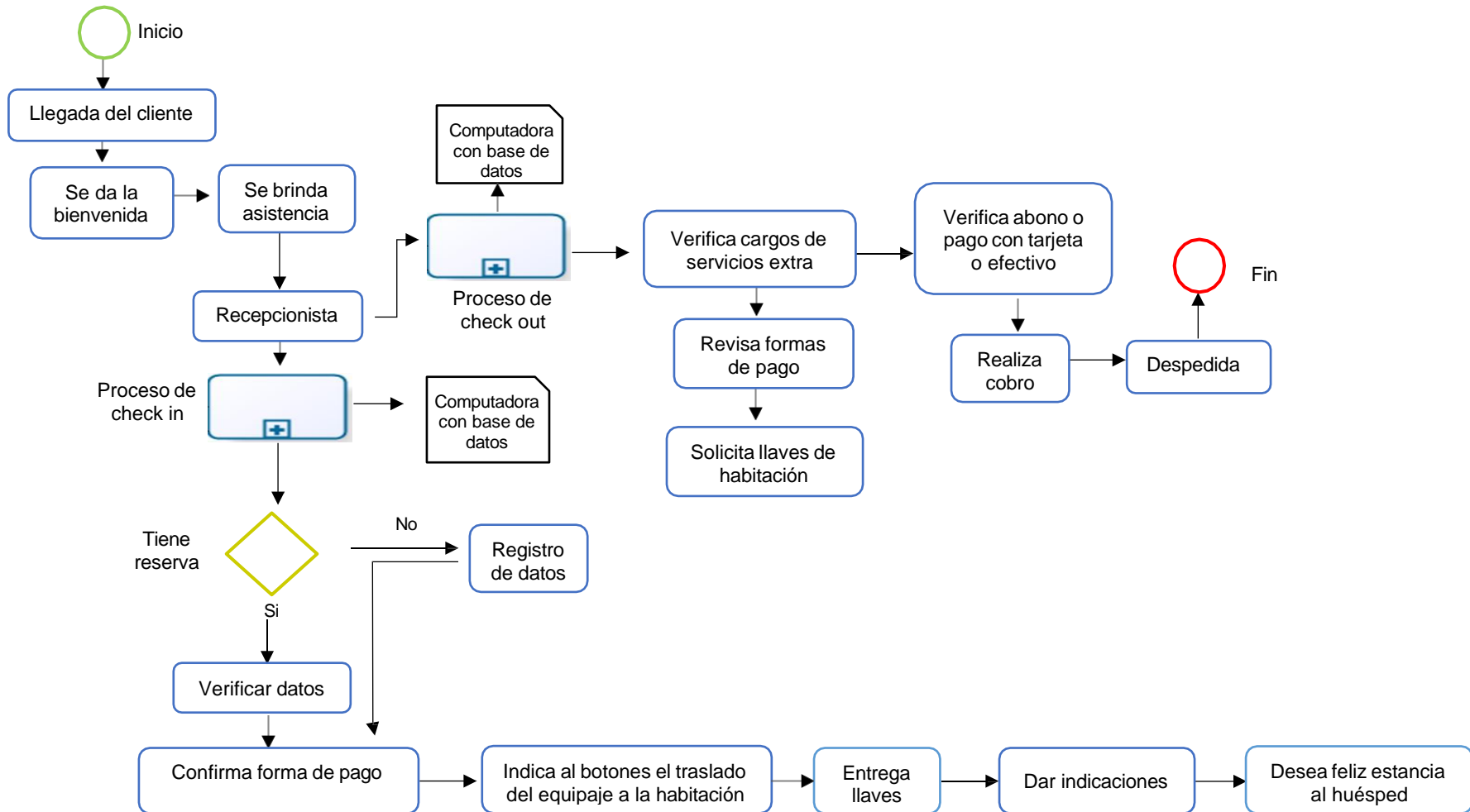


Figura 4. Mapa básico de procesos – recepcionista.

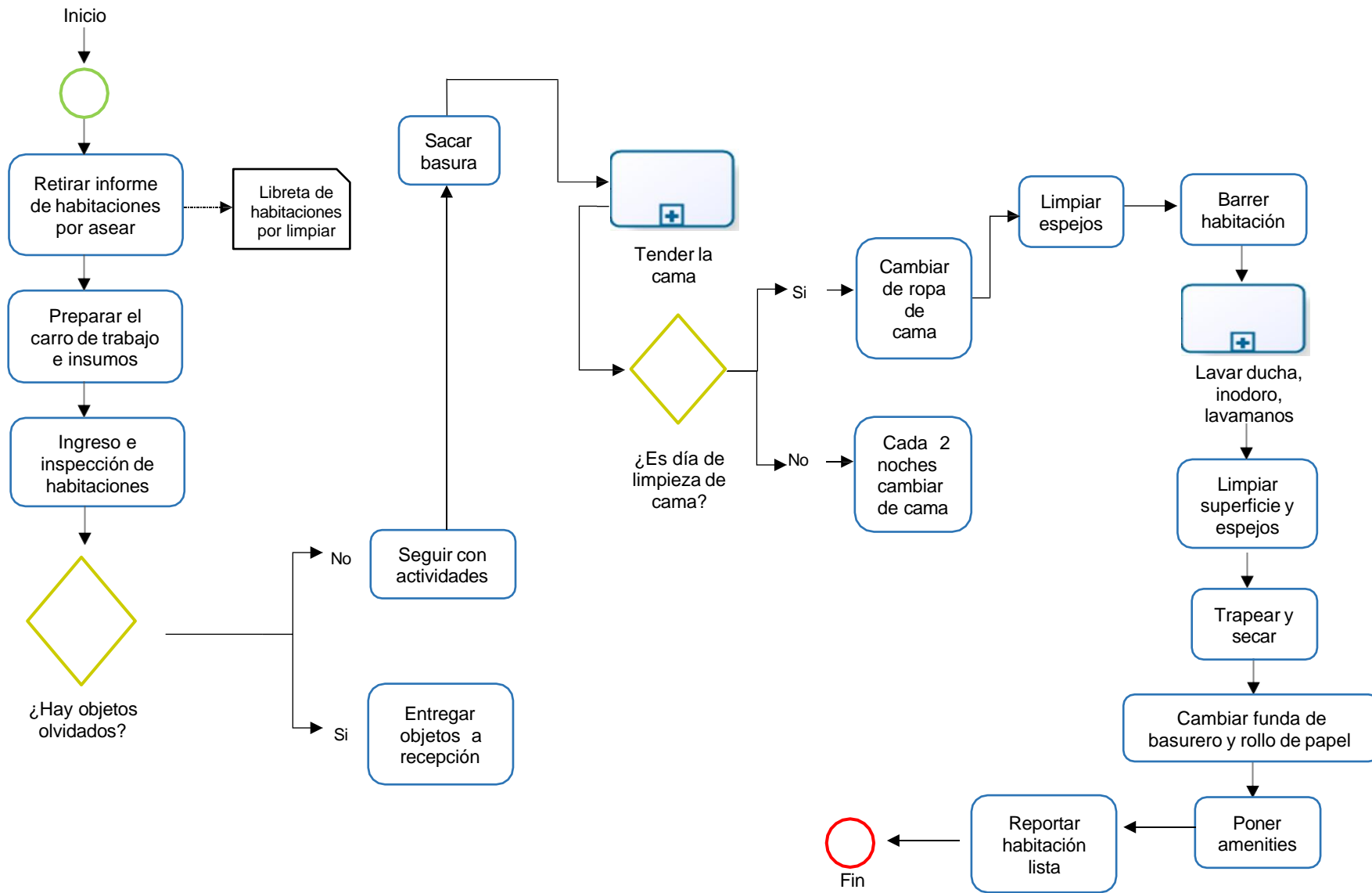


Figura 5. Mapa básico de procesos – camarera.

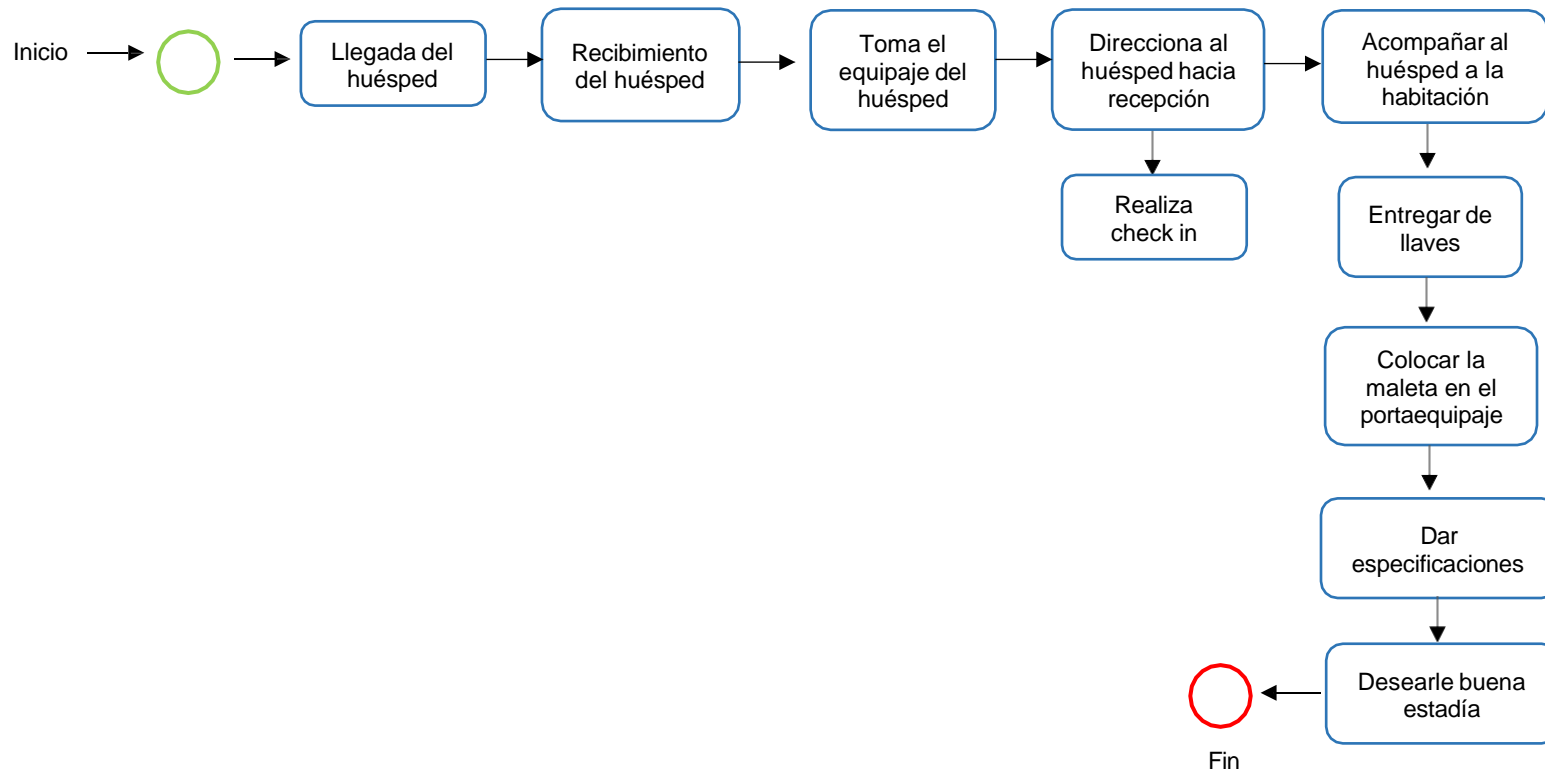


Figura 6. Mapa básico de procesos – botones.

Mapas básicos de procesos para las funciones principales en servicio de alimentación.

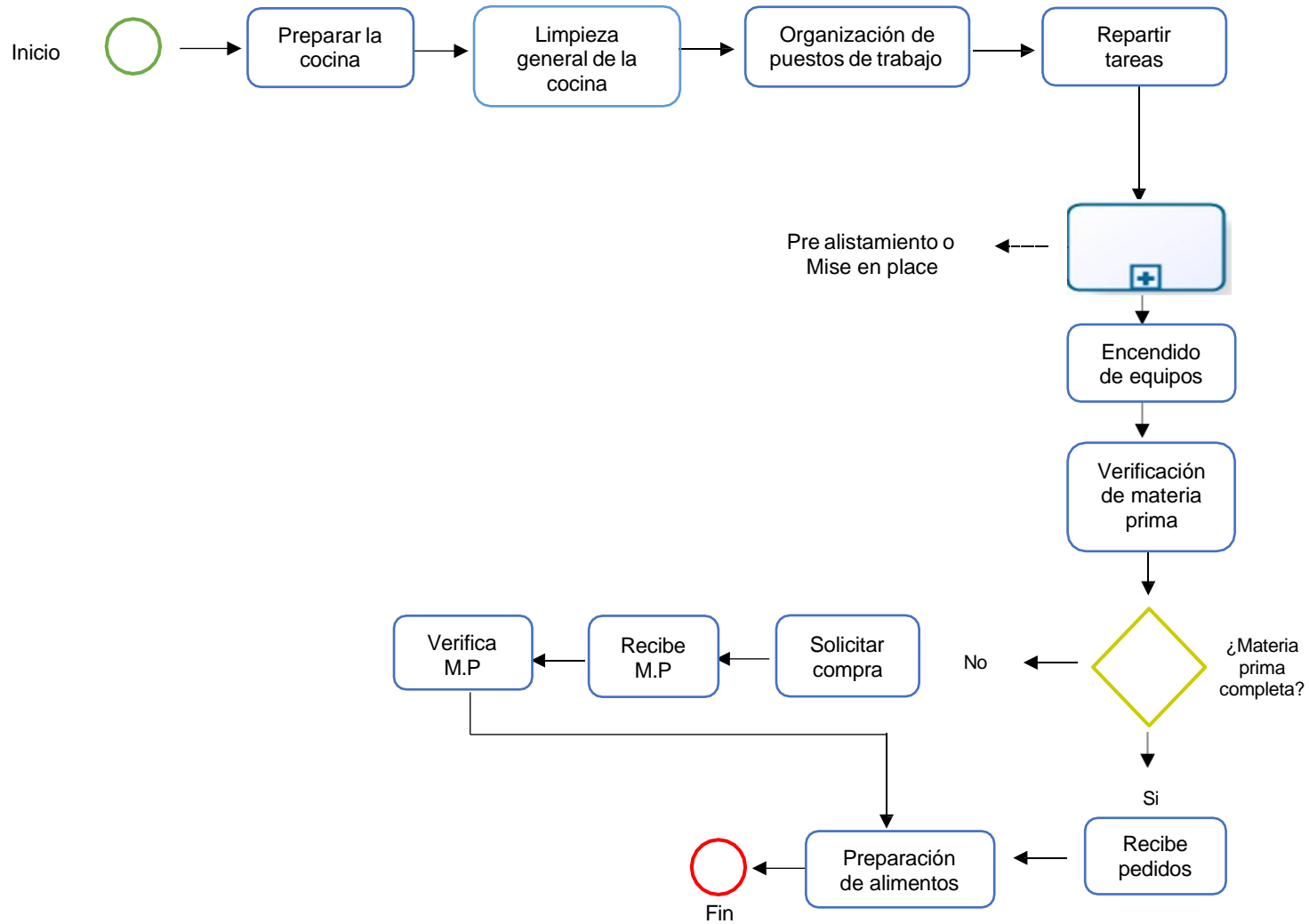


Figura 7. Mapa básico de procesos – cocinero.

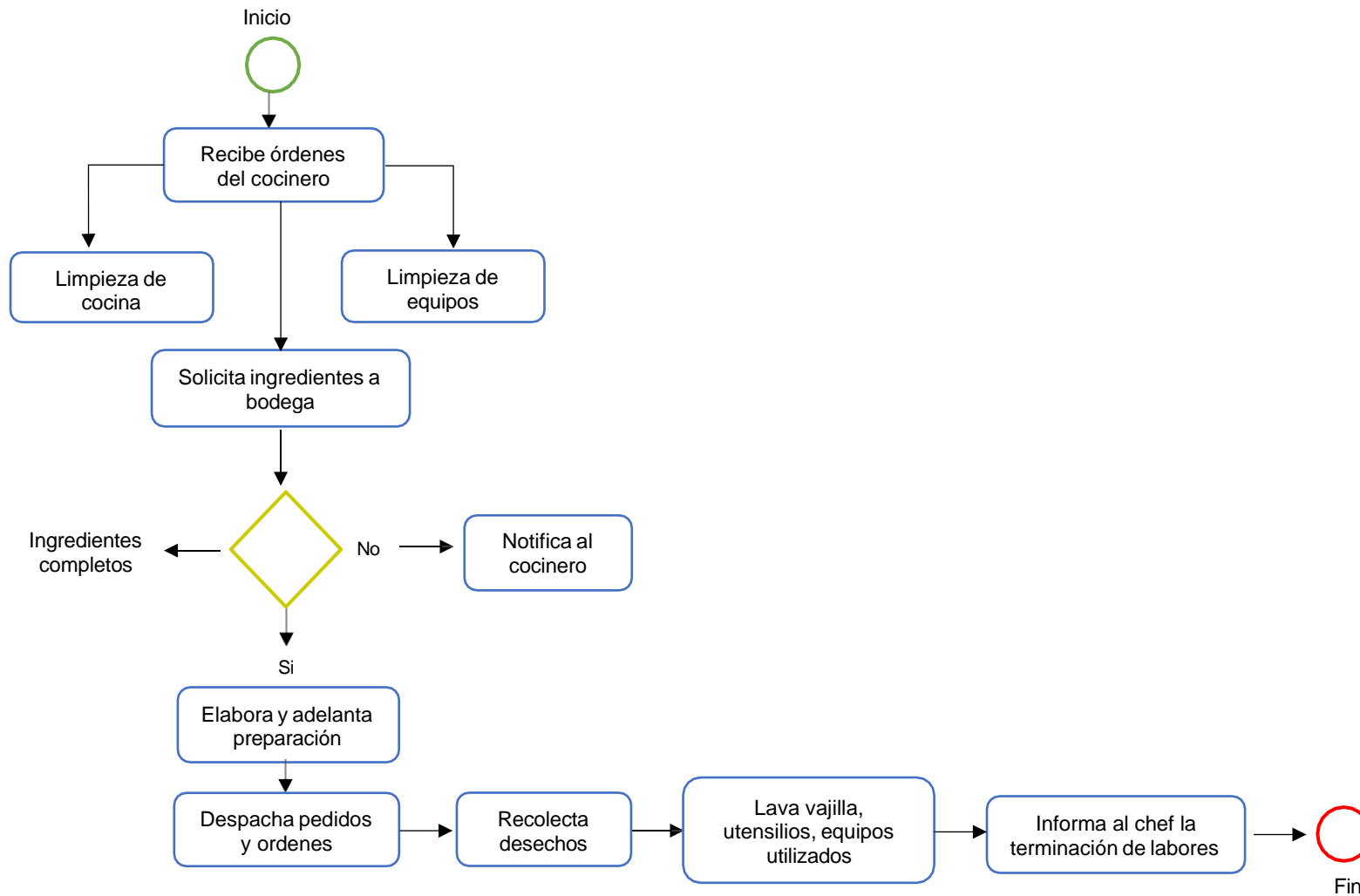


Figura 8. Mapa básico de procesos – ayudante de cocina.

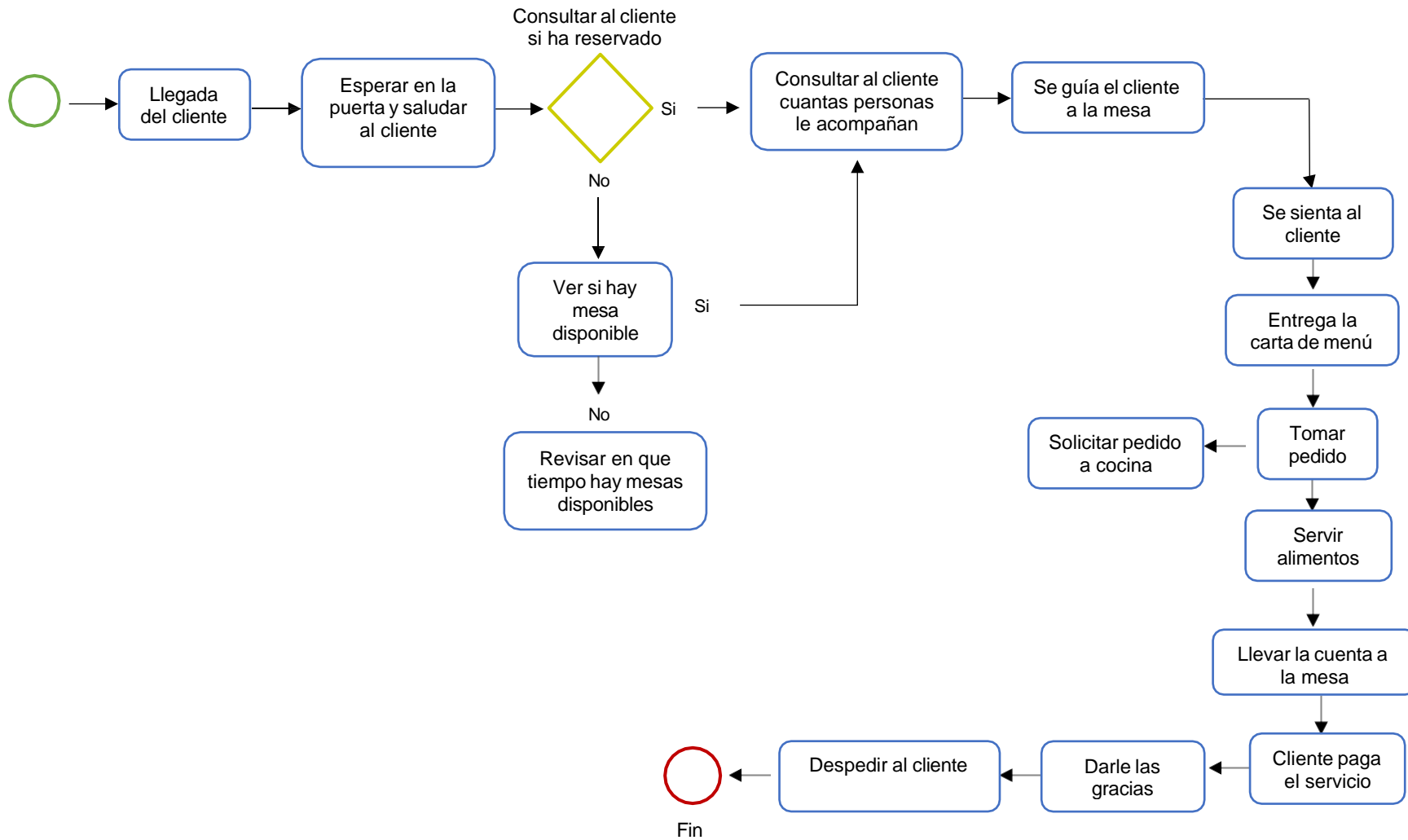


Figura 9. Mapa básico de procesos – mesero.

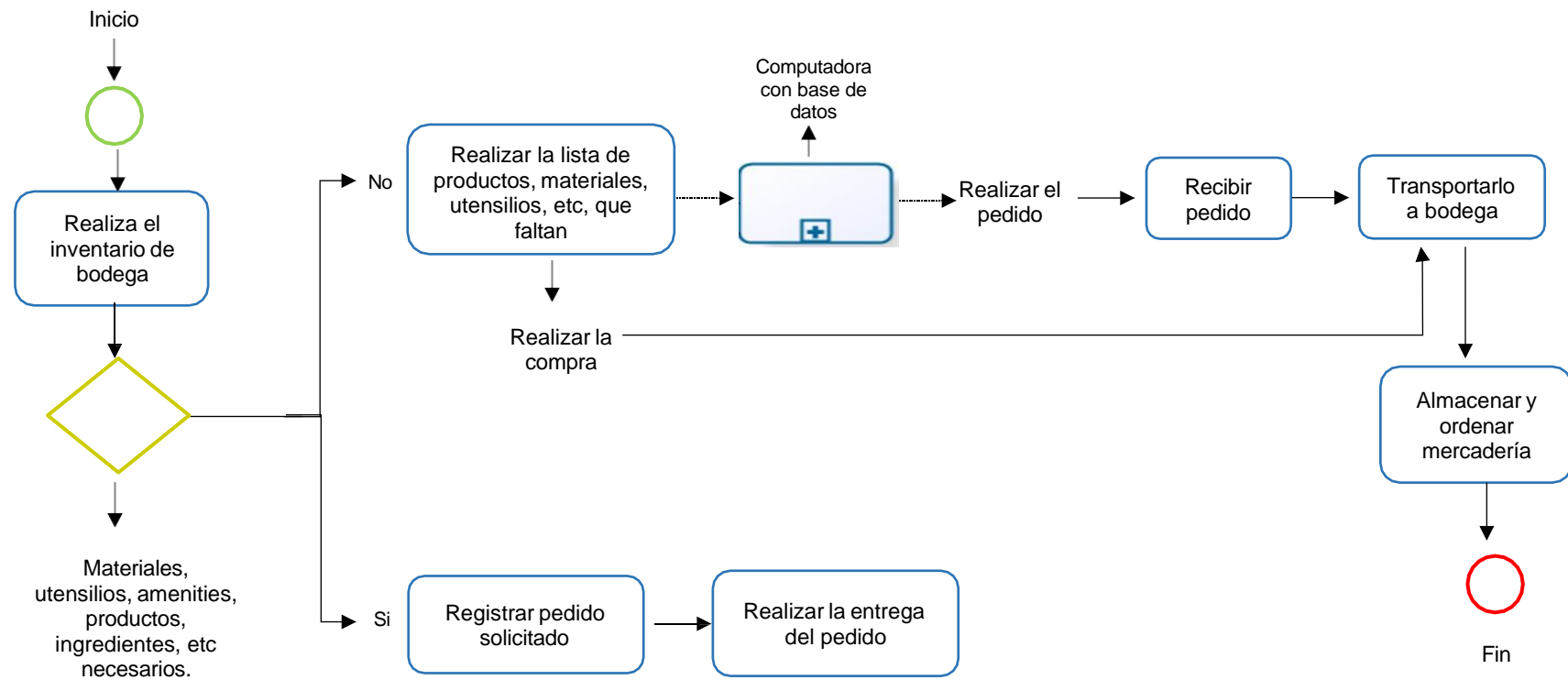


Figura 10. Mapa básico de procesos – bodeguero.

7. Discusión

La percepción de servicios está encadenada con los elementos tangibles, como cumplimiento de promesa, actitud profesional y competencia, teoría expuesta por (Salinas, Bustamante, & Iñiguez, 2019), por lo que se complementa la investigación con la realización de entrevistas y revisión del reglamento para mejores resultados.

Brindar un buen servicio de calidad es una alternativa para que las empresas puedan obtener ventajas únicas y sostenibles respecto a sus competidores. Cuando una empresa cumple con las expectativas del cliente, se consolida la “satisfacción del cliente” (Silva, Macías, Tello, & Delgado, 2021). Esta investigación alineada a esta importancia analiza las percepciones que tienen los estudiantes sobre los servicios de alojamiento y alimentación en la Estación Experimental El Padmi.

En la metodología, propuesta por Arrunategui & Souza (2018) con relación a la encuesta del modelo ServQual, emplea 10 de las 22 preguntas, por lo tanto, la encuesta está incompleta, repercutiendo en resultados; mientras que la presente investigación además de las 22 preguntas del modelo ServQual se incluyeron 10 preguntas más, ampliando el estudio para determinar el perfil de cliente, aspectos turísticos y las percepciones; Además, en la investigación de Arrunategui & Souza (2018) las encuestas se realizaron por correo electrónico, lo cual influye en insuficiencia de opiniones de la mayoría de clientes. Por otro lado, en la metodología de Pérez (2018) utiliza cómo única técnica de recolección de datos, la encuesta, contrario a la presente investigación, la cual además de aplicar fichas de diagnóstico, se realizó entrevistas con el fin de tener una visión clara e integral sobre los dos servicios. Se considera que la muestra aplicada por Pérez (2018) es más amplia diferencia de este estudio, incidiendo positivamente en la obtención de resultados más eficientes.

En la presente investigación los resultados de las encuestas del Modelo ServQual en las 5 dimensiones se muestran intermedios (ni de acuerdo ni en desacuerdo), en el servicio de alojamiento la dimensión más débil es “fiabilidad”, debido a que el personal no tiene la habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa. Y la más fortalecida es la dimensión “seguridad” puesto que el personal muestra cortesía para prestar el servicio, como habilidad para transmitir confianza al cliente. En los resultados obtenidos por Pérez (2018) la dimensión más fuerte es “seguridad” debido a los horarios convenientes para la atención a clientes, y la dimensión menos fortalecida es “tangibilidad”, ya que los mariales con que cuenta el hotel son visualmente atractivos.

En cuanto al servicio de alimentación, en la presente investigación la dimensión menos fortalecida es “elementos tangibles”, por tanto, para los estudiantes, la apariencia de las instalaciones físicas, equipos y empleados no son las adecuadas. Por otro lado, la dimensión

más fortalecida es la dimensión “seguridad”, pues los estudiantes se sienten seguros en las instalaciones y con el servicio del personal. Resultados diferentes se muestran en la investigación de Arrunategui & Souza (2018), la dimensión más fuerte es “empatía” puesto que no hay un trato individualizado, y la dimensión menos fuerte es “fiabilidad” ya que el servicio no se cumple de acuerdo a lo ofrecido. Se evidencia una percepción sobre la calidad de servicio positiva de los clientes que frecuentan los restaurantes de esta cadena de resorts, estos resultados son concordantes, ya que al pertenecer a este tipo de establecimientos ofrece una experiencia más integral, con instalaciones de alta categoría, es por eso que, si el personal es profesional en turismo y está capacitado, influirá positivamente en la percepción de los clientes.

En lo referente al desarrollo de estrategias en el presente trabajo de investigación se detalla cómo se llevará a cabo el desarrollo de las mismas, contrario a la investigación de Suárez (2020), la cual no utiliza una metodología en la que se detalla aspectos importantes cómo soluciones, responsables, recursos y tiempo de ejecución de la estrategia.

8. Conclusiones

- La Estación Experimental El Padmi en cuanto al servicio de alojamiento y alimentación, cumple con el 38% de requisitos obligatorios según el reglamento turístico de alojamiento, así mismo cumple con el 15% de requisitos obligatorios para el servicio de alimentación. Las habitaciones, área de cocina y alimentación deben cumplir con una infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento en perfectas condiciones de funcionamiento; así mismo, las habitaciones deben ser amplias, tener conexión a internet, tener colchón y almohadas cómodas, televisor, mesa y ventilador. El área de cocina debe ser amplia, paredes impermeables, aire acondicionado con una correcta gestión del espacio.

- De acuerdo a los resultados del Modelo ServQual, se determinó que en el servicio de alojamiento que brinda la Estación Experimental El Padmi, 2 de las 5 dimensiones reflejan valores positivos a las otras dimensiones como es la dimensión seguridad con el 44,0%, ya que la Estación brinda seguridad de guardianía las 24 horas, seguida por la dimensión capacidad de respuesta con el 32,30%. Así mismo, en el servicio de alimentación, 3 de las 5 dimensiones reflejan valores positivos como son la dimensión capacidad de respuesta con el 39,3%, la dimensión seguridad con el 52,00% y la dimensión empatía con el 41,2%. Por otro lado, en los dos servicios con respecto a la dimensión elementos tangibles los valores negativos son altos; en el servicio de alojamiento con el 32,0% y el servicio de alimentación 46,0%, puesto que los encuestados indican que las instalaciones no están en buenas condiciones y que las mismas no son atractivas. Pues actualmente no existe un mantenimiento constante, ya que los ingresos no son 100% invertidos en la mejora de las instalaciones de los dos servicios.

- Los aspectos positivos identificados en la Estación de acuerdo al diagnóstico, check list y encuestas son principalmente que cuenta con capacidad de alojamiento para 38 personas y área para el servicio de alimentación para 30 personas, el personal del servicio de alimentación es experimentado y dispuesto a ayudar; además, la Estación cuenta con seguridad y está cerca del barrio el Padmi y cantón Yantzaza. Y los factores negativos que más repercuten en el servicio de alojamiento y alimentación son la falta de profesionales en turismo, infraestructura en malas condiciones, falta de equipos, materiales, utensilios, amenities y no existen proceso de administración en los dos servicios.

- Las estrategias de acuerdo al diagnóstico, análisis y percepciones realizadas para los servicios de alojamiento y alimentación en la Estación son: generar alianzas con los ONG y empresas mineras, adecuar la página web institucional, fortalecer la red social facebook, mejorar la infraestructura del servicio de alojamiento y alimentación de la Estación, adquirir e incluir nuevos materiales, utensilios equipos y amenities, diseñar un sistema de evaluación de la calidad, elaborar el contenido para una carta menú, promover la implementación de productos turísticos, capacitar al personal de la Estación en temáticas sobre calidad, contratar profesional en turismo, y elaborar un mapa básico de procesos para el personal de la Estación, los cuales son fundamentales para el mejoramiento de los servicios de alojamiento y alimentación.

9. Recomendaciones

A la Universidad Nacional de Loja:

- Destinar recursos financieros a la mejora significativa de la infraestructura de alojamiento y alimentación de la Estación Experimental El Padmi, abordando las áreas identificadas como deficientes en el estudio, con el objetivo de hacerlas más atractivas para los clientes. así como recursos para adquirir materiales, equipamiento y mobiliario, además de establecer un plan de mantenimiento constante para garantizar que las instalaciones se mantengan en óptimas condiciones.
- Fortalecer las colaboraciones con la Estación Experimental El Padmi en el desarrollo de proyectos de investigación que amplíen el estudio en otras áreas como: Generar alianzas con los ONG y empresas mineras para obtener recursos con el fin de mejorar las instalaciones; Adecuar la página web institucional con un link que promocione los servicios de alojamiento y alimentación; Fortalecer la red social facebook con información sobre los servicios de alojamiento y alimentación y un espacio para evaluar la calidad de los mismos y la creación de otras redes sociales; Mejorar la infraestructura del área de alojamiento y alimentación; Elaborar el contenido para una carta de menú; Promover la implementación de productos turísticos. Elaborar un sistema de evaluación de calidad de los servicios de alojamiento y alimentación.

Al administrador de la Estación:

- Acoger los resultados del presente estudio para la implementación de las estrategias propuestas que permitirá mejorar la calidad del servicio de alojamiento y alimentación.
- Cumplir con los requisitos de la normativa vigente para los dos servicios, la cual aportará fiabilidad, prestigio, promoción y confianza al establecimiento si se llegara a aperturar el servicio externo.

A la carrera de Turismo:

- Que para futuras investigaciones estudie el marketing, promoción, comercialización de la Estación Experimental El Padmi; así mismo que se implementen más productos turísticos generando así fuentes de empleo y contribuyendo a la puesta en valor de los atractivos turísticos, las instalaciones, lo servicios que existen en la Estación.

10. Bibliografía

- Aguirre Mendoza, Z. (2011). CENTRO DE CONSERVACIÓN EX SITU EL PADMI (JARDÍN BOTÁNICO EL PADMI). CEDAMAZ 02, Págs 01-31.
- Aguirre, N., Pozo, M., Armijos, R., Romero, J., Salazar, Y., Zhapa, E., . . . Mejia, M. (mayo de 2023). Universidad Nacional de Loja. Obtenido de Informe de rendición de cuentas 2022 - Universidad Nacional de Loja: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://unl.edu.ec/sites/default/files/rc/2022/08_RC2022.pdf
- Arrunátegui, C., & Sousa, V. (2018). Percepción del cliente sobre la calidad de servicio en los restaurantes de una cadena de resort en Latinoamérica y El Caribe. [Trabajo de Investigación para optar el Título Profesional de Bachiller en Administración Hotelera]. Repositorio Institucional-Universidad San Ignacio de Loyola., 34.
- BCE. (septiembre de 29 de 2023). Banco Central del Ecuador. Obtenido de La economía ecuatoriana registró un crecimiento interanual de 3,3% en el segundo trimestre de 2023: <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-registro-un-crecimiento-interanual-de-3-3-en-el-segundo-trimestre-de-2023#:~:text=BCE-,La%20econom%C3%ADa%20ecuatoriana%20registr%C3%B3%20un%20crecimiento%20interanual%20de%203%2C3>
- BeeDIGITAL. (3 de marzo de 2020). BeeDIGITAL. Obtenido de BeeDIGITAL: <https://www.beedigital.es/experiencia-de-cliente/tipos-de-clientes-caracteristicas/>
- Bendig, B. R., Manfugás, J. M., Cabelleira, L. P., & Fernández, D. C. (2019). Satisfacción del Cliente con los Servicios de Alimentos y Bebidas en Hoteles del Destino Cuba. Redalyc, 13.
- Castro, D., Poma, J., Canga, P., Castro, G., & Adrianzen, Y. (2020). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Yantzaza 2020-2023. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.yantzaza.gob.ec/images/PDyOT/RESUMEN-EJECUTIVO.pdf>: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.yantzaza.gob.ec/images/PDyOT/RESUMEN-EJECUTIVO.pdf>
- Cerem. (2022). Calidad del servicio y satisfacción del cliente. Global Business School, 6.
- CFN. (mayo de 2023). Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios - Corporación Financiera Nacional. Obtenido de Actividades de alojamiento y servicio de comidas :

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2023/fichas-sectoriales-1-trimestre/Ficha-Sectorial-Turismo.pdf

Constitución de la República del Ecuador, 2. (20 de octubre de 2008). [Const]. Art 53. Obtenido de Decreto Legislativo 0 - Registro Oficial 449 de 20-oct.-2008.

Coyago, L. (agosto de 2023). Secretaría Técnica de la CTEA- Dirección de Inversión Pública de la CTEA 2023-2025. Obtenido de Programa de Desarrollo Amazónico mediante la gestión del Fondo Común: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.secretariadelamazonia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/11/6-programa_desarrollo_amazonico_fondo_comun_act_2023.pdf

Durán, A., & Bacigalupe, M. d. (2018). Redalyc. 04, 22. Recuperado el 11 de junio de 2023, de Redalyc.

ENCUENTROS., G. P. (15 de Mayo de 2019-2023). Gadlosencuentros.gob.ec. Obtenido de https://gadlosencuentros.gob.ec/wp-content/uploads/2021/12/PDyOT_LOS_ENCUESTROS-2019-2023_compressed.pdf

ESPOL. (27 de septiembre de 2021). Espol. Recuperado el 2 de junio de 2023, de Espol: https://www.espol.edu.ec/es/noticias/desaf%C3%ADos-que-plantea-planificar-un-turismo-accesible#:~:text=Seg%C3%BAAn%20la%20OMT%2C%20hacer%20turismo,persona%2C%20con%20o%20sin%20discapacidad

Guachisaca, G. (18 de noviembre de 2021). "LAS PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LOS HABITANTES DE LAS PARROQUIAS CASANGA, YAMANA Y EL CENTRO URBANO DE CATACOCHA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL "CENTRO BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA ZAPOTEPAMBA" . Recuperado el 11 de junio de 2023, de [Tesis de ingeniería, Universidad Nacional de Loja]: https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/24394

INEC. (13 de septiembre de 2023). Instituto Nacional de Estadística y Censos. Obtenido de Ecuador creció en 2.5 millones de personas entre 2010 y 2022: https://www.hotelesecuador.com.ec/downloads.php?tipo=Sector%20Turismo:%20Alojamiento&menu=23&submenu1=45&idiom=1

- León, R., & Reyes, M. (2020). Percepción de los actores locales respecto al turismo rural como estrategia de desarrollo. Caso parroquia Malacatos, Ecuador. *Revista Científica Ecociencia*, 33.
- Ley de Turismo, 2. (27 de diciembre de 2002). Por la cual se determina el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios. Obtenido de R.O.309.
- Llamo, E. (2021). APLICACIÓN DEL MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA ATENCIÓN DE CLIENTES, DIRIGIDO AL PERSONAL DE CONTACTO DEL HOTEL GRAN SIPÁN, CHICLAYO. Recuperado el 11 de junio de 2023, de [Tesis de Licenciatura, Universidad Señor de Spain]. Repositorio Institucional - Universidad Señor de Spain: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8363/Elvis%20Yhonny%20Llamo%20Hernandez.pdf?sequence=1>
- Malpartida, D., Granada, A., & Salas, H. (2021). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa comercializadora de sistemas de climatización doméstica e industrial, distrito de Surquillo (Lima - Perú), 2021. *SciELO*, 7.
- Martín, L. G. (2021). DETERMINACIÓN DE FACTORES INFLUYENTES EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. *Unimilitar*, 19.
- Martínez, J. M., Toro, M. F., Oñate, C. F., & Gómez, Y. A. (2023). Los servicios turísticos y el imaginario del turista, caso de estudio Ambato. *Conciencia digital*, 18.
- Masache, J. (septiembre de 2022). Repositorio Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de [Informe de proyecto de investigación de fin de carrera previo a la obtención del título de ingeniero en Gestión Turística y Medio Ambiente]: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/5773/1/UIDE-L-TTUR-2023-3.pdf>
- Meza, D. M., López, A. G., & Salas, H. J. (2021). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa comercializadora de sistemas de climatización doméstica e industrial, distrito de Surquillo (Lima - Perú), 2021. *Scielo [Universidad Científica del Sur]*, 13.
- Minero, M. (27 de enero de 2023). *Mundo Minero Revista Digital*. Obtenido de El impacto de la minería en la reducción de la pobreza: <https://mundominero.com.ec/zamora-chinchipe-mineria-pobreza/>

- MINTUR. (2 de diciembre de 2021). MINTUR. Recuperado el 2 de junio de 2023, de MINTUR: <https://www.turismo.gob.ec/loja-una-ciudad-accesible/>
- Miranda, M., Romero, M., Chiriboga, P., Tapia, L., & Fuentes, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí. Las Ciencias, 17.
- Naranjo Paute , E. G., & Ramírez Guamán, T. G. (2009). dspace.unl.edu.ec. Obtenido de [https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/5363/1/Naranjo%20Paute%20El sa%20%26%20Ram%c3%adrez%20Guaman%20Tito.pdf](https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/5363/1/Naranjo%20Paute%20El%20sa%20%26%20Ram%c3%adrez%20Guaman%20Tito.pdf)
- Naranjo, Martines, & Subia. (23 de Diciembre de 2023). NMS Naranjo, Martines Y Subia. Obtenido de Entra en vigencia la Ley Orgánica de Eficiencia Económica en Ecuador: <https://nmslaw.com.ec/ley-organica-eficiencia-economica-en-ecuador>
- Normalización, I. N. (2007). Instituto Nacional de Normalización - Norma Técnica Ecuatoriana. Obtenido de Coinero Polivalente - Requisitos de Competencia Laboral: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/COCINERO%20POLIVALENTE.pdf>
- NTE, I. E. (2007). Obtenido de Turismo: Recepcionista Polivalente. Requisitos de Competencia Laboral: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/RECEPCIONISTA%20POLIVALENTE.pdf>
- Orozco, C., & Álava, F. (15 de 04 de 2021). Plan Sectorial de Turismo 2022-2025. Obtenido de Ministerio de Turismo: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/PLAN-SECTORIAL-DE-TURISMO-11-8-2022_compressed.pdf
- Paccha, M. P. (2022). Análisis de las percepciones de los pobladores, frente a la actividad turística de la parroquia San Antonio de las Aradas, cantón Quilanga, provincia de Loja. [Tesis de licenciatura en Turismo, Universidad Nacional de Loja], 93.
- PEDI. (2019). Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2019-2023. Plan Estratégico de Desarrollo Institucional , 152.
- Perez, D. (2018). Percepción del cliente sobre de la calidad del servicio que brinda el Hostal Becerra. [Tesis de Licenciatura en Turismo y Hotelería]. Repositorio institucional - Univeridad Nacional de Cajamarca., 102. Obtenido de Calidad percibida por los clientes en el Complejo turístico Mayae Club, Cantón Montalvo.

- Pilla, F. (2022). Modelo de Gestión de Calidad de los servicios en el restaurante "Lo Tipico Mi Tierra". [Tesis de Magister en Gestión de Empresas Turísticas, Universidad Católica del Ecuador, sede en Ambato]., 88.
- Plan Estrategico de Desarrollo Institucional, 2. (21 de Marzo de 2019). Plan Estratégico de Desarrollo Insttucional (2019-2023). Obtenido de Universidad Nacional de Loja: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://unl.edu.ec/sites/default/files/2019-12/PEDI%202019-2020.pdf
- Poma Cuenca, M. Y. (Septiembre de 2015). dspace.utpl.edu.ec. Obtenido de https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/13185/1/Poma%20Cuenca%20,Maritza%20Janeth.pdf
- Primicias. (20 de diciembre de 2023). Así viven los ecuatorianos y el Estado un riesgo país de más de 2.000 puntos. Obtenido de El riesgo país de Ecuador: https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-estado-deuda-costos/
- Reglamento de Alimentos y Bebidas, 2. (5 de octubre de 2018). Acuerdo Ministerial 53 de 2018. Obtenido de [Ministerio de Turismo]. Por la cual regular, clasificar, categorizar, controlar y establecer los requisitos para el ejercicio de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional. .
- Reglamento de Alojamiento Turístico, 2. (27 de diciembre de 2015). Acuerdo Ministerial 24 - No. 20150024-A. Obtenido de [Ministerio de Turismo] Por la cual se regula la actividad turística de alojamiento.
- Reglamento General a la Ley de Turismo, 2. (5 de enero de 2004). Decreto Ejecutivo 1186 de 2004. Obtenido de Por la cual se establecen los requisitos para el desarrollo y regulación de las actividades turísticas del Ecuador.: Registro Oficial 244 de 05-ene.-2004
- Reglamento General de la Ley de Turismo, E. (Dirección). (2015). Decreto ejecutivo 1186 Título segundo de las Actividades Turísticas [Película].
- Reyes, K. (2019). Análisis de la calidad de servicio del Deja-Vu Restaurante & Lounge de la ciudad de Loja. [Tesis de Ingeniería en Administración Turística, 22-23.
- Salinas, J. L., Bustamante, K. J., & Iñiguez, M. P. (2019). Percepción del turista sobre el servicio de alimentos y bebidas. Sitio, Playa Bajoalto, Cantón El Guabo, El Oro, Ecuador. SciELO, 10.

- Sánchez, I. (2019). Sensación y Percepción; Una revisión conceptual. Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia.
- Sandoval, K. (2019). Análisis de la calidad del servicio al cliente, en el restaurante típico, Mamá Loja, de la parroquia El Valle, Cantón Loja. [Tesis de Ingeniería en Administración Turística, Universidad Nacional de Loja]. Repositorio Institucional - Universidad Nacional de Loja.
- Segarra, G., & Loaiza, D. (2023 de 2023). Modelo de Gestión para las Quintas Experimentales de la Universidad Nacional de Loja (Quinta Experimental El Padmi). Modelo de Gestión para las Quintas Experimentales de la Universidad Nacional de Loja, 43.
- Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. SciELO, 6.
- Suarez, D. (2020). Percepción del servicio de los consumidores del restaurante Casa de Piedra, en la Calera. [Tesis para Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo] Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD , 94.
- Telégrafo, E. (9 de agosto de 2023). Gobierno presentó la campaña de turismo “Time To Reset in Ecuador. Obtenido de El Telegrafó: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/actualidad/44/gobierno-presento-turismo-time-to-reset-in-ecuador>
- Turístico, E. (26 de Febrero de 2021). ENTORNO TURÍSTICO. Obtenido de ENTORNO TURÍSTICO: <https://www.entornoturistico.com/caracteristicas-de-los-servicios-turisticos/>
- Yoldy, M. (3 de octubre de 2023). Cinco días. Obtenido de Ecuador prevé aumentar un 10% el número de turistas por ser país socio de Fitur 2024: <https://cincodias.elpais.com/companias/2023-10-03/ecuador-preve-aumentar-un-10-el-numero-de-turistas-por-ser-pais-socio-de-fitur-2024.html>
- Zabala, C. (2021 de 2021). Secretaría de la Amazonía. Obtenido de Plan Integral para la Amazonía- Resumen Ejecutivo 2021 - 2025 : chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.proamazonia.org/wp-content/uploads/2022/08/Resumen-Plan-Integral-para-la-Amazoni%CC%81a_compressed.pdf

11. Anexos

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



unl

Universidad
Nacional
de Loja

FACULTAD, JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA
TURISMO

Presentada el día de hoy, 12 de septiembre del 2023, a las 09h10. Lo certifica, el Secretario Abogado (E) de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.



LEONARDO RAMIRO
VALDIVIESO
JARAMILLO

Dr. Leonardo Ramiro Valdivieso Jaramillo, Mg. Sc
**SECRETARIO ABOGADO (E) DE LA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 12 de septiembre del 2023, a las 09h15. 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 UNL vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto, se designa a la **Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, 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: **"PERCEPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN QUE OFRECE LA ESTACIÓN EXPERIMENTAL EL PADMI, DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, AÑO 2023"**, de autoría del Sr./Srta. **Victoria del Cisne Pineda Armijos**. 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.**

RUBEN DARIO
ROMAN AGUIRRE

Firmado digitalmente por
RUBEN DARIO ROMAN
AGUIRRE
Fecha: 2023.09.12 15:35:44
-05'00'

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

Loja, 12 de septiembre del 2023, a las 09h20. Notifiqué con el decreto que antecede a la Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc..., para constancia suscriben:

GLADYS
ALEXANDRA
SUÁREZ JARAMILLO

Firmado digitalmente por
GLADYS ALEXANDRA
SUÁREZ JARAMILLO
Fecha: 2023.09.12
12:00:07 -05'00'

Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.
DIRECTOR/A DEL PROYECTO



LEONARDO RAMIRO
VALDIVIESO
JARAMILLO

Dr. Leonardo Ramiro Valdivieso Jaramillo, Mg. Sc
SECRETARIO ABOGADO (E)

Elaborada por: Soledad Medina G.

Anexo 2. Metodologías, métodos, técnicas e instrumentos utilizadas en el objetivo 1.

Objetivo 1: Describir las percepciones de los servicios de alojamiento y alimentación en la Estación Experimental El Padmi.

Objetivo	Metodología	Método	Técnica	Instrumento
Objetivo 1: Describir las percepciones de los servicios de alojamiento y alimentación en la Estación Experimental El Padmi.	-Descripción de establecimientos turísticos del MINTUR (año)(adaptada).	-Método descriptivo. -Método analítico. -Método deductivo.	INTERNA -Revisión bibliográfica. -Observación directa. -Entrevista.	-Ficha para el levantamiento de información de empresas turísticas del MINTUR (ficha adaptada) (Ver anexo 4). - Matriz del check List (ver anexo 5 y anexo 6). - Entrevistas (ingeniero Diego Loaiza, ingeniero Eduardo Rengel doctor Roosevelt Armijos, experto en turismo. (Ver anexo 7).
	Manual de aplicación del Reglamento de Alimentos y Bebidas y del Reglamento de Alojamiento Turístico.			
	-Modelo de calidad del servicio SERVQUAL.		EXTERNA -Encuesta.	-Encuesta del modelo SERVQUAL (adaptada) (Ver anexo 8). -Tabulación de encuestas mediante el Software SPSS e interpretación.
	-Guía metodológica de PESTEL.			- Técnica del análisis PESTEL
	-Resultados del diagnóstico.			-Modelo de la estructura de la matriz FODA general (Ver anexo 9).

Anexo 3. Metodologías, métodos, técnicas e instrumentos utilizados en el objetivo 2.

Objetivo 2: Elaborar estrategias de mejoramiento para los servicios de alojamiento y alimentación en la Estación Experimental El Padmi.

Objetivo	Metodología	Método	Técnica	Instrumento
Objetivo 2: Elaborar estrategias de mejoramiento para los servicios de alojamiento y alimentación en la Estación Experimental El Padmi.	- Estructura de matriz FODA. Estratégico -Guías del procedimiento para elaborar el Plan de Mejoras del MINTUR año 2018	-Método descriptivo. -Método comparativo. -Método deductivo.	-Diseño de la matriz FODA.	-Modelo de matriz del FODA estratégico cruzado (Ver anexo 10). - Modelo de ficha "Procedimiento para elaborar el Plan de Mejoras Ministerio de Turismo" (ficha adaptada) (Ver anexo 11).

Anexo 4. Ficha adaptada sobre la información de la Estación Experimental El Padmi.

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DE EMPRESAS													
DATOS DE LA ESTACIÓN EXPERIMENTAL EL PADMI													
Nombre de la Estación						"Estación Experimental El Padmi"							
Nombre legal de la Estación						"Estación Experimental El Padmi"							
Dirección de la EEP													
Provincia:				Cantón:				Parroquia:					
Zamora Chinchipe				Yantzaza				Los Encuentros					
Calles		Teniente Hugo Ortiz E45											
Longitud		95°85'80,8" Norte		Latitud		longitud 76°47'41" Este		Referencia		Barrio El Padmi			
Teléfono		073035041		Correo electrónico		diego.r.loaiza@unl.edu.ec		Página web		No posee			
Redes sociales		Facebook		"Estación Experimental el Padmi Unl"		Twitter		No posee					
RUC/RISE		1160001720001				Nombre de quién emite la información		Ing. Diego Loaiza					
						Cargo		Administrador					
Nombre del propietario		UNL				Nombre del representante legal		Diego Loaiza					
Tipo de establecimiento		Privado		x		Público		Asociado		Otro			
Año de inicio de actividades		Hace más de 50 años se obtuvieron las tierras (1973) Construcción de infraestructura año 2006.				Actividad económica		SI		NO		x	
						Detallar		Son solo actividades académicas de investigación y vinculación, mediante prácticas pre-profesionales para estudiantes de la UNL y ciudadanía en general.					
Número de empleados en nómina				Mujeres		Hombres		8		Eventuales		Discapacidad	
INFORMACIÓN SOBRE EL SERVICIO QUE OFERTA													
Descripción de los principales servicios ofrecidos													
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alojamiento ▪ Alimentación ▪ Pasantías y prácticas pre-profesionales enmarcado en un proyecto de turismo educativo. 													

Descripción de información de proveedores						
No tiene proveedores, son por compras a través de la UNL						
Su principal cliente es						
Local	<input checked="" type="checkbox"/>	Provincial	<input checked="" type="checkbox"/>	Nacional	<input type="checkbox"/>	Extranjero
INFORMACIÓN SOBRE LA GESTIÓN DE LA EEP						
Capacitación						
¿En estos últimos 2 años ha recibido capacitación en temas acorde al servicio de alimentación y alojamiento?				SI	<input type="checkbox"/>	NO
					<input checked="" type="checkbox"/>	
Reconocimientos o certificaciones						
¿La EEP cuenta con reconocimientos o certificaciones?				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
¿Cuáles? Buenas Prácticas Apícolas						

Buenas prácticas						
¿La EEP desarrolla buenas prácticas en? (Legalidad, ambiente, calidad, sostenibilidad, RSE, otros)						
Legal	Permiso de funcionamiento	Si tiene			Permiso de bomberos	Si tiene
Ambiente	Manejo adecuado de basura	Reciclaje (recogen plásticos, basura orgánica la utilizan como abono) relleno sanitario				
	Medidas para ahorro energético	No realizan				
	Control de consumo de agua	No realizan				
	Reciclaje	Si		Reutilización	Si	
Calidad	Cursos de atención al cliente	Si	Desarrollo de sistema de gestión	No cuenta	Cuenta con plano de negocio	Si
Sostenibilidad	Programa contable	No	Registro de ventas	Si	Manejo de inventarios	Si
RSE	Trabajo con la comunidad	No	Apoyo a proyectos locales	No		
Los técnicos han recibido capacitaciones en los diferentes campos que se desarrollan en la parte pecuaria de la Estación.						
Estructura organizacional de la Estación Experimental el Padmi						
Misión	La misión de la EEP es la formación académica; la generación y aplicación de conocimientos científicos, tecnológicos y técnicos, que aporten al desarrollo integral del entorno y al avance de la ciencia; y, la producción y prquinta de servicios especializados.					

Visión	La EEP al 2030 lidera y desarrolla, con pertinencia, responsabilidad social y de manera articulada: la Docencia con alto nivel académico científico; la investigación por dominios científicos, tecnológicos e innovación; y, la vinculación con la sociedad, a través de proyectos de transferencia de conocimientos en correspondencia con los requerimientos de su entorno social; en el marco de un modelo de gestión innovador.	
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se fortalecerá la articulación de la investigación con la docencia y la vinculación con la sociedad, como medio para generar impacto en la producción y oferta de servicios de la EEP y el aporte a la solución integral de los problemas del entorno. ▪ Se promoverá el desarrollo de capacidades con el propósito de que los procesos de la EEP se articulen e implementen de conformidad a su planificación. ▪ Se promoverá, con preferencia en la zona de impacto de la EEP, la Vinculación con la Sociedad procurando con pertinencia y responsabilidad social, mediante la difusión de los conocimientos producidos para beneficio y aprovechamiento de la sociedad de su entorno más inmediato. ▪ Se optimizará y modernizará la infraestructura física y tecnológica y de escenarios de aprendizaje, investigación y vinculación del entorno de actuación de la EEP, como base para el mejoramiento de la calidad de sus productos y servicios. 	
Valores	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabilidad: Es la virtud de las personas naturales o jurídicas no sólo de tomar una serie de decisiones de manera consciente, sino también de asumir las consecuencias que tengan las citadas decisiones y de responder de las mismas ante quien corresponda en cada momento. ▪ Honestidad: Se refiere a la cualidad con la cual se designa a aquella persona natural o jurídica que se muestra, tanto en su obrar como en su manera de pensar, como justa, recta e íntegra. ▪ Solidaridad: Sentimiento de unidad basado en metas o intereses comunes. ▪ Transparencia: Se refiere a la actitud y decisión de las personas naturales o jurídicas en promover acciones para dar a conocer su conducta positiva frente a las responsabilidades; en términos de gestión pública, implica transparentar y democratizar el libre acceso a la información, acompañado de procesos técnicos para la rendición de cuentas a los usuarios y a la ciudadanía en general, consiguiendo con ello credibilidad, confianza y reconocimiento social. 	
Nombre del estudiante responsable de la ficha: Victoria del Cisne Pineda Armijos		Nombre del responsable de la Estación: Ing. Diego Renato Loaiza Andrade
Fecha: 14/11/2023		

Anexo 5. Requisitos del Reglamento Turístico de Alojamiento del Ecuador.

ANEXO A. REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGÍAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORÍA ÚNICA				
N ^{ro} .	Requisitos	Cumple	Cumple parcialmente	No cumple
CONDICIONES MINIMAS				
1.	Instalaciones de infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento.			
2.	Limpieza e higiene.			
REQUISITOS GENERALES				
3.	Contar con sistema de iluminación de emergencia.			
4.	Identificar y señalizar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras.			
5.	Exhibir en cada habitación y piso, un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente.			
6.	Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes.			
7.	Contar, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento.			
8.	En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento.			
9.	Equipar con contenedores de desechos, ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos.			
10.	Identificar y señalizar las áreas asignadas para fumadores, en caso de existir.			
11.	Identificar las áreas con facilidades para personas con discapacidad.			
12.	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal.			
13.	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal.			
14.	Identificar y señalizar el número de piso.			
15.	Identificar y señalizar las habitaciones por piso.			
16.	Identificar y señalizar las áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios.			
17.	Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción.			
18.	Contar con personal uniformado (con distintivo o atuendo).			
19.	Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped.			
20.	Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo.			
21.	Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.			

22.	Equipar al menos un área común con cámara de seguridad. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo.
23.	Contar con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata.
24.	Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos.
25.	Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con instalaciones eléctricas cuyo voltaje sea de 110V y 220V, debidamente señalizado.
INFRAESTRUCTURA	
26.	Acceso al establecimiento y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deberán contar con personal entrenado que permita dar el servicio. Los nuevos establecimientos se sujetarán a la normativa de accesibilidad universal vigente.
27.	Contar con sistemas de protección contra insectos.
28.	Contar con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento.
29.	Contar con iluminación y ventilación natural en habitaciones, se prohíben ventanas interiores. *
30.	Contar con ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores, con especial énfasis en cuartos de baño y aseo, bodegas, y áreas de preparación de alimentos (siempre que el establecimiento brinde el servicio de alimentación).
31.	Contar con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento.
32.	Contar con materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño y aseo, bodegas, áreas con uso de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuviera estas últimas).
33.	Contar con elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuvieran estas últimas).
34.	Destinar áreas para uso común y/o múltiple para huéspedes.
35.	En caso de contar con áreas para fumadores se deberá cumplir los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco.
36.	Contar con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos.
37.	Contar con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros).
38.	Contar con bodegas y/o compartimentos específicos para almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros.
39.	Contar con bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento, separadas y sin

	contacto directo con materiales inflamables o alimentos.	
SERVICIOS		
40.	Proveer del servicio de agua las veinticuatro horas.	
41.	Servicio de custodia de equipaje.	
42.	Servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio.	
43.	Botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento.	
44.	Servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas.	
45.	Proveer el servicio diario de limpieza.	
46.	Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente	
AREAS DE CLIENTES		
CUARTOS DE BANO Y ASEO EN AREAS COMUNES		
47.	Identificar y señalizar por género los cuartos de baño y aseo en áreas comunes.	
48.	La dimensión de los cuartos de baño y aseo estará determinada por la capacidad del servicio a prestar.	
Equipamiento insumos	e 49.	Inodoro con asiento y tapa.
	50.	Lavamanos con grifería con sistema temporizado.
	51.	Espejo sobre el lavamanos.
	52.	Tomacorriente.
	53.	Basurero con funda y tapa.
	54.	Dispensador de jabón líquido.
	55.	Jabón líquido biodegradable.
	56.	Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo;
	57.	Papel higiénico.
	58.	Dispensador de desinfectante de manos dentro o fuera del cuarto de baño y aseo;
	59.	Gel desinfectante de manos
	60.	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso;
	61.	Cartilla de control de limpieza
HABITACIONES		
62.	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso.	
63.	Las dimensiones de cama(s) se aplicarán según lo establecido en el presente Reglamento.	
64.	Las habitaciones matrimoniales deberán tener como mínimo una cama de 2 plazas y media. *	
		Circulación entre camas: 0.50 m - Distancia entre los costados de 2 camas. Ninguna habitación podrá tener un lado menor a 2.7 m.
65.	Dimensiones mínimas de circulación: todas las camas deben	Circulación entre cama y pared frontal o lateral: 0.60 m - Distancia entre el costado de una cama y la pared. Ninguna habitación podrá tener un lado menor a 2.7 m.

permitir su acceso lateralmente.	Circulación entre cama y clóset - puerta corrediza: 0.70 m - Distancia entre el costado de una cama y el closet. Ninguna habitación podrá tener un lado menor a 2.7 m.
	Circulación entre cama y clóset - puerta abatible: 0.80 m - Distancia entre el costado de una cama y el closet. Ninguna habitación podrá tener un lado menor a 2.7 m.
	Circulación entre el pie de la cama y la pared: Distancia entre el pie de la cama y la pared. Ninguna habitación podrá tener un lado menor a 2.7 m.
	Equipamiento
	66. Colchón
	67. Protector de colchón.
	68. Sábanas.
	69. Cobija (s).
	70. Cubrecama, edredón o plumón duvet.
	71. Almohadas por plaza.
	72. Protector de almohadas.
	73. Al menos un ventilador o mesa de noche.
	74. Basurero.
	75. Cobija extra a petición del huésped.
	76. Al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes.
	77. Teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico.
	78. Informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación.
	79. Contar con agua para consumo en la habitación.

Anexo 6. Requisitos del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas del Ecuador

ANEXO D. REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS - RESTAURANTES				
	Requisitos	Cumple	Cumple parcialmente	No cumple
1.	Tener acceso universal el establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o servicio personalizado que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades emitido por la autoridad competente.			
2.	Contar con manejo de desperdicios en contenedores con tapa, identificados por tipo de desperdicio.			
3.	Contar con sistema de iluminación de emergencia			
4.	Identificar y señalizar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y			

	mangueras según las disposiciones de la autoridad competente.
	Debe contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos:
5.	a. Dispensador de jabón con este elemento disponible.
6.	b. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible.
7.	c. Dispensador de desinfectante con este elemento disponible.
8.	Contar con suministro de agua permanente en el establecimiento.
9.	Contar con alarma de incendios y/o detector de humo.
10.	Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso (no se permite el uso de madera, no oxidadas), deben ser de material de fácil limpieza.
11.	La vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso
12.	Exhibir en un lugar visible al consumidor el aforo permitido en el establecimiento.
13.	Contar con sumideros en áreas de preparación de alimentos.
14.	Contar con un equipo que garantice la extracción de humos y olores de la zona de cocción
15.	Contar con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente.
16.	Nota: se exceptúa para los establecimientos que compartan baños
17.	Contar con menú de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos, exhibidos al público y legibles.
18.	Contar con personal uniformado de servicio: no uso de joyas, uso de uniforme limpio, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas.
19.	Personal que manipula alimentos: no uso de joyas, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas, uniforme limpio y sin maquillaje.
20.	El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello.
21.	Contar con un botiquín de primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido en este reglamento.
22.	Debe mostrar registros visibles de limpieza diaria de baños y/o baterías sanitarias.
23.	Los horarios de atención del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.
24.	Contar con bodega (s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje.
25.	Contar con vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas condiciones.
26.	Contar con pisos o elementos antideslizantes en el área de producción.
27.	Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias, y protegidas contra ingreso de roedores, animales y personas ajenas al servicio.

28.	Contar con trampa de grasa en el área de producción y área de lavado de vajilla.
29.	El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta debe contar con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad.
30.	Contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.
31.	Exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.
32.	Focos y lámparas de techo en áreas de producción deben aislarse con protectores en caso de rotura.
33.	Las superficies donde se preparan los alimentos son de materiales de fácil limpieza y lavables, resistentes a la corrosión, sin daños evidentes.
34.	Contar con salida(s) de emergencia identificadas y habilitadas.
35.	Debe contar con suministro continuo de energía eléctrica.
36.	Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores.
37.	El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.
38.	El personal de cocina conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.
39.	Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.
40.	Contar con un registro quincenal de limpieza profunda del establecimiento turístico.

Anexo 7. Modelo de la entrevista.



Universidad
Nacional
de Loja

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

Fecha:

Entrevistado:

Cargo:

1. ¿Qué beneficios cree usted puede traer el TIC a la mejora de los servicios alojamiento y alimentación de la Estación Experimental El Padmi?
2. ¿Conoce sobre el servicio de calidad o la percepción de los servicios de alojamiento y alimentación?
3. ¿Se evalúa la calidad de servicio de alojamiento y alimentación de la EEP?
4. ¿Cree que la evaluación de los servicios de alojamiento y alimentación son importantes para la Estación? ¿Por qué?
5. ¿Qué aspectos cree que son importantes al momento de brindar el servicio de alimentación y alojamiento?
6. ¿Cree que el área de alimentación y alojamiento de la EEP son adecuadas para brindar un buen servicio?
7. ¿La Estación invierte dinero en la mejora de los servicios de alimentación y hospedaje? Si la respuesta es "SI" ¿Cuánto invierte?
8. ¿Usted considera que la EEP podría lograr en un futuro brindar un servicio turístico de alojamiento y alimentación?
9. Según su criterio ¿cuáles son las debilidades y fortalezas que tienen los servicios de alimentación y hospedaje de la EEP?
10. ¿Considera importante que en la EEP el capital humano sea profesionales en turismo? ¿Por qué?
11. ¿Considera que el presupuesto es una limitante para contratar personal experto en turismo y para mejorar el servicio de alimentación y hospedaje de la EEP?
12. ¿Cree que el uso de los servicios de alimentación y hospedaje de la EEP son permanentes o estacionales? Si es estacional ¿Cuándo y debido a qué?
13. ¿Los servicios de alojamiento y alimentación están disponibles solo para personas de la universidad o está disponible para cualquier persona que desee visitar la Estación? Si están disponibles a particulares ¿cuál es el valor de los 2 servicios?
14. ¿Conoce que tipo de clientes tiene la EEP?

Anexo 8. Modelo de las encuestas basadas en el Modelo ServQual (adaptadas).



La finalidad de la presente encuesta con el TIC titulado “Percepción de los servicios de alojamiento y alimentación que ofrece la Estación Experimental El Padmi, de la Universidad Nacional de Loja, año 2023” es conocer su percepción, acerca del objetivo planteado, el cual se denomina “Describir las percepciones de los servicios de alojamiento y alimentación en la Estación Experimental El Padmi”, le agradezco mucho por dedicar su tiempo a la contestación de las siguientes preguntas. La información solicitada será utilizada exclusivamente para fines académicos.

Por favor, marque solo una opción con una (X).

Sexo:	Edad:
Masculino ()	17 - 22 ()
Femenino ()	23 - 28 ()
	29 – 34 ()
	Mayor de 35 años ()
Ingresos económicos	Estado civil
Menos de 450,00 ()	Soltero ()
\$451,00 a \$850,00 ()	Casado ()
\$851,00 a \$1250,00 ()	Divorciado ()
\$1251,00 a \$1500,00 ()	Unión de hecho ()
Más de \$1500,00 ()	Viudo ()
Motivo de su visita a la Estación:	¿Cuántos días se ha hospedado en la Estación?
Prácticas pre-profesionales ()	1 a 2 días ()
Trabajo de integración curricular ()	3 a 4 días ()
Investigaciones ()	Más de 5 días ()
Vinculación con la sociedad ()	
Otro () Especifique:.....	
¿Cuánto gasta en su estadía en la Estación?	¿Cuál es el medio de transporte que usa para dirigirse a la Estación?
Menos de \$10,00 ()	Transporte de la universidad ()
\$10,00 ()	Transporte público ()
\$15,00 ()	Transporte propio ()
\$20,00 ()	
Más de \$20,00 ()	
¿Cuántas veces ha visitado la Estación?	¿Con quién viaja?
1 a 2 veces ()	Solo ()
3 a 4 veces ()	En pareja ()
Más de 5 veces ()	Compañeros de trabajo ()
	Compañeros de carrera ()

Marque con una X conforme al **servicio de alojamiento** percibido de la Estación Experimental El Padmi. De acuerdo a la siguiente escala de calificación: siendo 1, la calificación más baja; y, 5, la calificación más alta.

Totamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totamente de acuerdo
1	2	3	4	5

Ítem	Dimensión	Indicadores	Escala				
			1	2	3	4	5
1	Elementos tangibles	Las cabañas cuentan con mobiliario y equipo adecuado.					
2		Las cabañas tienen apariencia moderna.					
3		El personal tiene apariencia limpia y agradable.					
4		La infraestructura de las cabañas es visualmente atractiva.					
5	Fiabilidad	El personal cumple con realizar el servicio que ofrece dentro de un tiempo establecido.					
6		El personal siempre está atento a mis necesidades.					
7		El personal siempre está con una sonrisa en el rostro; se interesa por servir a los huéspedes.					
8		Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos.					
9		El servicio de alojamiento se cumple dentro del tiempo establecido.					
10	Capacidad	El personal comunica cuando concluirá el servicio.					
11	de respuesta	El personal ofrece un servicio rápido.					
12		El personal siempre está dispuesto a ayudar.					
13		El personal responde correctamente las preguntas que se les hacen.					
14	Seguridad	El comportamiento del personal transmite confiabilidad, seguridad y conocimiento.					
15		Se siente seguro con el servicio prestado en la Estación.					
16		El personal de la Estación es amigable.					
17		Se siente seguro al cancelar el servicio sea en efectivo o con tarjeta.					
18	Empatía	El personal presta servicio individual.					
19		El horario de la prestación del servicio es cómodo.					
20		El personal se preocupa por sus intereses y lo que pueda desear como cliente.					
21		El personal comprende sus necesidades.					
22		El personal tiene conocimiento para responder sus inquietudes.					

Marque con una X conforme al **servicio de alimentación** percibido de la Estación Experimental El Padmi. De acuerdo a la siguiente escala de calificación: siendo **1, la calificación más baja**; y, **5, la calificación más alta**.

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
Ítem	Dimensión		Indicadores	Escala	
				1	2 3 4 5
1			El área de alimentación cuenta con mobiliario y equipo adecuado.		
2	Elementos tangibles		El área de alimentación tiene apariencia moderna.		
3			El personal tiene apariencia limpia y agradable.		
4			La infraestructura del área de alimentación es visualmente atractiva.		
5			El personal cumple con realizar el servicio que ofrece dentro de un tiempo establecido.		
6	Fiabilidad		El personal siempre está atento a mis necesidades.		
7			El personal siempre está con una sonrisa en el rostro; se interesa por servir a los clientes.		
8			Se cometen errores con los registros y anotaciones con los pedidos.		
9			El servicio de alimentación se cumple dentro del tiempo establecido.		
10	Capacidad de respuesta		El personal comunica cuando concluirá el servicio.		
11			El personal ofrece un servicio rápido.		
12			El personal siempre está dispuesto a ayudar.		
13			El personal responde correctamente las preguntas que se les hacen.		
14	Seguridad		El comportamiento del personal transmite confiabilidad, seguridad y conocimiento.		
15			Se siente seguro con el servicio prestado en la Estación.		
16			El personal de la Estación es amigable.		
17			Se siente seguro al cancelar el servicio sea en efectivo o con tarjeta.		
18	Empatía		El personal presta servicio individual.		
19			El horario de la prestación del servicio es cómodo.		
20			El personal se preocupa por sus intereses y lo que pueda desear como cliente.		
21			El personal comprende sus necesidades.		
22			El personal tiene conocimiento para responder sus inquietudes.		

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 9. Modelo matriz FODA general.

Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Amenazas

Anexo 10. Modelo matriz FODA estratégico.

	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Estrategias (FO)	Estrategias (DO)
Amenazas	Estrategias (FA)	Estrategias (DA)

Anexo 11. Matriz de estrategias.

HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURISTICA

Elaborado por:

Revisado por:

Aprobado por:

Fecha de aprobación:

Estrategias de mejoramiento:

Nombre del servicio:

Nro.	Problemas identificados	Solución	Responsables	Recursos necesarios	Fecha de cumplimiento
-------------	--------------------------------	-----------------	---------------------	----------------------------	------------------------------

1.-

2.-

Anexo 12. Presupuesto.

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Alianzas estratégicas			
Traslado hacia la EEP	4	\$50,00	\$200,00
Documentación legal	1	-	-
Total			\$200,00
Información de servicios			
Diseñador web	1	\$400,00	\$4.800,00
Profesional en marketing	1	\$458,00	\$5.496,00
Camarógrafo	2 horas	\$300,00	\$3.600,00
Total			\$13.896,00
Fortalecimiento de la red social facebook			
Profesional en marketing	1	\$458,00	\$5.496,00
Community Manager	1	\$458,00	\$5.496,00
Camarógrafo	2 horas	\$300,00	\$3.600,00
Internet	1	\$30,00	\$360,00
Total			\$14.952,00
Infraestructura de alojamiento y alimentación			
Constructores en general (construcción, remodelación y pintura)	1	\$22.250,00	\$22.250,00
Total			\$22.250,00
Sistema de evaluación de calidad			
Ingeniero en software	1	\$450,00	\$450,00
Total			\$450,00
Carta menú			
Diseño de la carta	1	\$50,00	\$50,00
Impresión de la carta	8	\$4,00	\$32,00
Total			\$82,00
Capacitación al personal			
Capacitador	3	\$0,00	\$0,00
Uniforme	3	\$35,00	\$105,00
Total			\$105,00
Contrato de personal			
Recepcionista	1	\$541,00	\$6.492,00
Camarera	2	\$454,86	\$5.458,32
Botones	1	\$453,51	\$5.442,12
Cocinero	1	\$454,86	\$5.458,32
Ayudante de cocina	1	\$452,61	\$5.431,32
Mesero	1	\$429,00	\$5.148,00
Bodeguero	1	\$465,00	\$5.580,00
Total			\$39.010,08
TOTAL			\$90.945,00

Anexo 13. Certificado del abstract.

Lic. Andrea Sthefanía Carrión Mgs

0984079037

andrea.s.carrion@unl.edu.ec

Loja-Ecuador

Loja, 24 de octubre del 2024

La suscrita, Andrea Sthefanía Carrión Fernández, Mgs, **DOCENTE EDUCACIÓN SUPERIOR** (registro de la SENESCYT número: 1008-12-1124463), **ÁREA DE INGLÉS-UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**, a petición de la parte interesada y en forma legal.

CERTIFICA:

Que la traducción del resumen del documento adjunto, solicitado por la señorita: **Victoria del Cisne Pineda Armijos** con cédula de ciudadanía **No. 1150628681**, cuyo tema de investigación se titula: **"Percepción de los servicios de alojamiento y alimentación que ofrece la Estación Experimental El Padmi, de la Universidad Nacional de Loja, año 2023"** ha sido realizado y aprobado por mi persona, Andrea Sthefanía Carrión Fernández, Mgs. en Pedagogía.

El apartado del Abstract es una traducción textual del Resumen aprobado en español.

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes, facultando al portador del presente documento, hacer el uso legal pertinente.

**ANDREA STHEFANIA
CARRION
FERNANDEZ**

Firmado digitalmente
por ANDREA STHEFANIA
CARRION FERNANDEZ
Fecha: 2024.10.24
12:32:15 -06'00'

Andrea Sthefanía Carrión Fernández. Mgs.

English Professor

Anexo 14. Evidencias fotográficas.

Imagen 1: Entrevista al administrador de la EEP



Imagen 2: Entrevista al decano de la FARNR de la UNL



Imagen 3: Entrevista al coordinador de las Estaciones Experimentales de la UNL



Imagen 4: Aplicación de encuestas a estudiantes



Imagen 5: Aplicación de encuestas a estudiantes



Imagen 6: Aplicación de encuestas a estudiantes



Imagen 7: Instalaciones de la EEP



Imagen 8: Área de piscina de la EEP



Imagen 9: Área de alimentación



Imagen 10: Fachada del área de cocina









Imagen 11: Área de cocina



Imagen 12: Cabañas de alojamiento



<p>Imagen 13: Habitaciones de estudiantes</p>	<p>Imagen 14: Habitaciones del “hotel”</p>
	
<p>Imagen 15: Centro de exposiciones arqueológicas “Arutam Wakam”</p>	<p>Imagen 16: Sala de exposiciones</p>
	
<p>Imagen 17: Socialización de estrategias</p>	
<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;">  <p>ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Generar alianzas con los ONG y empresas mineras para obtener recursos con el fin de mejorar las instalaciones. 2. Crear una página web para la EEP que promocioe los servicios de alojamiento y alimentación. 3. Fortalecer la red social facebook con información sobre la Estación. 4. Mejorar la infraestructura del área de alojamiento y alimentación. 5. Adquirir e incluir nuevos materiales, utensilios equipos y amenities para los servicios de alojamiento y alimentación. 6. Diseñar un plan de evaluación de la calidad de los servicios de alojamiento y alimentación. 7. Elaborar el contenido para una carta de menú. 8. Promover la implementación de productos turísticos para la EEP. 9. Capacitar al personal de la Estación que brinda servicios de alojamiento y alimentación en diferentes temáticas relacionadas con la calidad de servicio. 10. Contratar profesional en turismo. 11. Elaborar un manual básico de procesos para los servicios de alojamiento y alimentación. </div> <div style="flex: 0.5; display: flex; flex-direction: column; align-items: center;">  </div> </div>	