



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN TURISMO**

TÍTULO PROYECTO

**MEDICIÓN A LOS FACTORES DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE
HOTELES UBICADOS EN LOS CANTONES DEL GUAYAS DE LA
ZONA DE PLANIFICACIÓN 5**

AUTORAS:

Larrosa Gorozabel Karen Karolina
Quiñonez Villavicencio Lorena Elizabeth

TUTOR:

MAE. Villegas Yagual Félix Enrique

MILAGRO, JUNIO, 2016

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

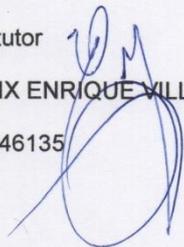
Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por las estudiantes LARROSA GOROZABEL KAREN KAROLINA y QUIÑONEZ VILLAVICENCIO LORENA ELIZABETH, para optar al título de LICENCIADA EN TURISMO y que acepto tutoriar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 10 días del mes de Junio del 2016

Firma del tutor

MAE. FÉLIX ENRIQUE VILLEGAS YAGUAL

CI.: 0906346135



DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución Nacional o Extranjera.

Milagro, a los 10 días del mes de Junio del 2016



Larrosa Gorozabel Karen Karolina

CI: 092804891-7



Quiñonez Villavicencio Lorena Elizabeth

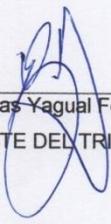
CI: 093048711-1

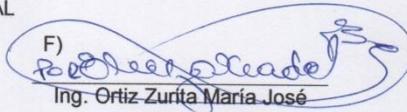
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El tribunal calificador previo a la obtención del título de LICENCIADA EN TURISMO otorga al presente proyecto de investigación a la **Srta. Larrosa Gorozabel Karen Karolina** las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[50]
DEFENSA ORAL	[50]
TOTAL	[100]
EQUIVALENTE	[]

F) 
Ing. Sánchez León Edwin
PROFESOR DELEGADO

F) 
MAE. Villegas Yagual Félix Enriqi
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

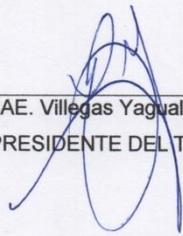
F) 
Ing. Ortiz Zurita María José
PROFESOR SECRETARIO

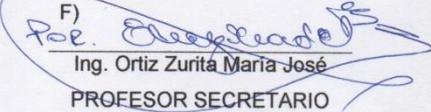
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El tribunal calificador previo a la obtención del título de LICENCIADA EN TURISMO otorga al presente proyecto de investigación a la **Srta. Quiñonez Villavicencio Lorena Elizabeth** las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[50]
DEFENSA ORAL	[50]
TOTAL	[100]
EQUIVALENTE	[]

F) 
Ing. Sánchez León Edwin
PROFESOR DELEGADO

F) 
MAE. Villegas Yagual Félix Enriq
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

F) 
Ing. Ortiz Zurita Maria José
PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por iluminarme siempre el camino, por brindarme salud y dicha para culminar este trabajo.

A mi madre Martha Gorozabel por ser mi ejemplo de fuerza, fe y perseverancia en la vida y enseñarme que cuando uno se propone algo, con amor y esfuerzo todo es posible

A mi tío Edy Gorozabel quien fue la figura paterna en mi vida, convirtiéndose es un pilar fundamental de valores y dedicación en la vida; y a mi abuela Manuela Estrada quien me acogió en su corazón y regazo, me dio protección y amor incondicional.

Larrosa Gorozabel Karen Karolina

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo en primer lugar a Dios, por cobijarme bajo los dones del Espíritu Santo y darme la fuerza necesaria para poder culminar mis estudios con éxito.

A mi familia quienes han sido un pilar fundamental en mi vida, apoyándome siempre y dándome los consejos necesarios para poder seguir adelante a pesar de las adversidades encontradas en mi camino.

A mi novio por toda su paciencia y apoyo en esos años importantes en mi ida.

Quiñonez Villavicencio Lorena Elizabeth

AGRADECIMIENTO

Principalmente a Dios, porque gracias a él he logrado las cosas más maravillosas que se puede tener en la vida y una de ellas es culminar mis estudios.

Mi madre, siempre viviré agradecida de tenerle por haberme apoyado en cada momento de mi vida, por tenerme fe y confianza en todo lo propuesto en mi vida.

A mi abuela y mi tío por ser los pilares que muchas veces hicieron el papel de padre y madre encaminándome por el camino del bien, inculcándome siempre que todo con fe y perseverancia todo sueño puede hacerse realidad.

Larrosa Gorozabel Karen Karolina

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme dado vida, salud y sabiduría para poder realizar mis estudios de la mejor forma posible.

A mis Padres que han sido el apoyo fundamental en mi vida, realizando los sacrificios necesarios para que pueda tener un estudio universitario. A mis hermanos que a pesar de ser menores a mí me han ayudado y acompañado en las largas noches que he pasado estudiando.

A mi familia en general por siempre confiar en mí y brindarme siempre unas palabras de aliento y apoyo para nunca darme por vencida y siempre salir adelante de la mejor manera posible.

A mi novio quien ha sido un pilar fundamental en mi vida y de quien he aprendido mucho y siempre me ha apoyado en todo lo que me he propuesto.

Quiñonez Villavicencio Lorena Elizabeth

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Jorge Fabricio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

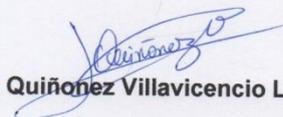
Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue "**Medición a los factores de calidad de servicio en hoteles ubicados en los cantones del Guayas de la zona de planificación 5**" y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales

Milagro, a los 10 días del mes de Junio del 2016



Larrosa Gorozabel Karen Karolina

CI: 092804891-7



Quiñonez Villavicencio Lorena Elizabeth

CI: 093048711-1

x

x

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I	2
1. EL PROBLEMA	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1. Problematización	2
1.1.2. Delimitación del problema.....	4
1.1.3. Formulación del problema	4
1.1.4. Sistematización del problema	4
1.1.5. Determinación del tema	4
1.2. OBJETIVOS.....	5
1.2.1. Objetivo general	5
1.2.2. Objetivos específicos.....	5
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	5
1.3.1. Justificación de la Investigación.....	5
CAPÍTULO II	7
2. MARCO REFERENCIAL	7
2.1. MARCO TEÓRICO	7
2.1.1. Antecedentes históricos.....	7
2.1.2. Antecedentes referenciales	23
2.1.3. Fundamentación.....	33
2.2. MARCO LEGAL	38
2.3. MARCO CONCEPTUAL	44
2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	45
2.4.1. Hipótesis General	45

2.4.2.	Hipótesis Particulares	45
2.4.3.	Declaración de variables	46
2.4.4.	Operacionalización de las variables.....	47
CAPÍTULO III	48
3. MARCO METODOLÓGICO	48
3.1.	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	48
3.2.	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	49
3.2.1.	Características de la población.....	49
3.2.2.	Delimitación de la población	49
3.2.3.	Tipo de muestra.....	50
3.2.4.	Tamaño de la muestra.....	50
3.2.5.	Proceso de selección.....	50
3.3.	LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	51
3.3.1.	Métodos teóricos	51
3.3.2.	Métodos empíricos	52
3.3.3.	Técnicas e instrumentos	52
3.4.	PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	52
CAPÍTULO IV	53
4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	53
4.1	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	53
4.2	ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	55
4.3	Resultados	56
4.4	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	81
CAPÍTULO V	87
5 PROPUESTA	87
5.1	TEMA.....	87

5.2	FUNDAMENTACIÓN	87
5.3	JUSTIFICACIÓN.....	89
5.4	OBJETIVOS.....	90
5.4.1	Objetivo General de la Propuesta	90
5.4.2	Objetivos Específicos de la Propuesta.....	90
5.5	UBICACIÓN.....	91
5.6	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	92
5.7	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	95
5.7.1	Actividades	95
5.7.2	Recursos, análisis financiero	125
5.7.3	Impacto.....	128
5.7.4	Cronograma.....	129
5.7.5	Lineamiento para evaluar la propuesta.....	130
	CONCLUSIONES	131
	RECOMENDACIONES	132
	BIBLIOGRAFÍA.....	133
	ANEXOS.....	138
	ANEXO N°1. ANALISIS DE PLAGIO	139
	ANEXO N°2. MATRIZ DE INVESTIGACIÓN	140
	ANEXO N°3 FORMATO DE ENCUESTA	141
	ANEXO N°4 FORMATO ENCUESTA DEL MINISTERIO DE TURISMO	144
	ANEXO N°5 REGLAMENTOS DE ALOJAMIENTO HOTELERO DEL MINISTERIO DE TURISMO	145
	ANEXO N°6 PRUEBAS DE REALIZACION DE LA ENCUESTA.....	187

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Apariencia moderna	56
Cuadro 2 Instalaciones Atractivas	57
Cuadro 3. Apariencia Pulcra de Empleados	58
Cuadro 4. Marketing Atractivo	59
Cuadro 5. Cumplimiento del Servicio	60
Cuadro 6. Interés en Solución de Problemas	61
Cuadro 7. Primera Impresión	62
Cuadro 8. Servicio en el Tiempo Prometido	63
Cuadro 9. Registro de Errores	64
Cuadro 10. Comunicación Eficaz al Cliente	65
Cuadro 11. Servicio Rápido	66
Cuadro 12. Disponibilidad de Ayuda	67
Cuadro 13. Disponibilidad de Tiempo	68
Cuadro 14. Confianza	69
Cuadro 15. Seguridad	70
Cuadro 16. Amabilidad	71
Cuadro 17. Conocimientos	72
Cuadro 18. Atención Individualizada	73
Cuadro 19. Atención 24/horas	74
Cuadro 20. Atención Personalizada	75
Cuadro 21. Preocupación por los Clientes	76
Cuadro 22. Comprensión al Cliente	77
Cuadro 23. Característica más Importante	78
Cuadro 24. Segunda Característica Importante	79
Cuadro 25. Característica Menos Importante	80
Cuadro 26 Verificación de Hipótesis General	81
Cuadro 27. Pruebas de chi-cuadrado hipótesis general	81
Cuadro 28. Verificación de Hipótesis Particular 1	82

Cuadro 29. Pruebas de chi-cuadrado hipótesis particular 1	83
Cuadro 30. Verificación de hipótesis particular 2.....	84
Cuadro 31. Pruebas de chi-cuadrado hipótesis particular 2	84
Cuadro 32. Verificación de hipótesis particular 3.....	85
Cuadro 33. Pruebas de chi-cuadrado hipótesis particular 3	85
Cuadro 34. Verificación de hipótesis particular 4.....	86
Cuadro 35. Pruebas de chi-cuadrado hipótesis particular 4	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio.....	23
Figura 2. Apariencia moderna	56
Figura 3. Instalaciones Atractivas.....	57
Figura 4. Apariencia Pulcra de Empleados	58
Figura 5. Marketing Atractivo	59
Figura 6. Cumplimiento del Servicio	60
Figura 7. Interés en Solución de Problemas.....	61
Figura 8. Primera Impresión.....	62
Figura 9. Servicio en el Tiempo Prometido.....	63
Figura 10. Registro de Errores	64
Figura 11. Comunicación Eficaz al Cliente	65
Figura 12. Servicio Rápido	66
Figura 13. Disponibilidad de Ayuda.....	67
Figura 14. Disponibilidad de Tiempo	68
Figura 15. Confianza.....	69
Figura 16. Seguridad.....	70
Figura 17. Amabilidad	71
Figura 18. Conocimientos	72
Figura 19. Atención Individualizada.....	73
Figura 20. Atención 24/horas	74
Figura 21. Atención Personalizada.....	75
Figura 22. Preocupación por los Clientes	76

Figura 23. Comprensión al Cliente	77
Figura 24. Característica más Importante	78
Figura 25. Segunda Característica Importante	79
Figura 26. Característica Menos Importante	80
Figura 27. Análisis de Verificación de Hipótesis General	82
Figura 28. Análisis de Verificación de Hipótesis Particular 1	83
Figura 29. Análisis de Verificación de Hipótesis Particular 2	84
Figura 30. Análisis de Verificación de Hipótesis Particular 3	85
Figura 31. Análisis de Verificación de Hipótesis Particular 4	86
Figura 32. Mapa Turístico del Guayas	91
Figura 35. Realización de encuestas cantón General Villamil Playas.....	187
Figura 34. Realización de encuestas cantón General Villamil Playas.....	187
Figura 33. Realización de encuestas cantón Daule.....	187
Figura 36. Realización de encuestas cantón General Villamil Playas.....	188
Figura 37. Realización de encuestas cantón General Villamil Playas.....	188
Figura 38. Realización de encuestas cantón Balzar	188
Figura 39. Realización de encuestas cantón Naranjal.....	188
Figura 40. Realización de encuestas cantón General Villamil Playas.....	188
Figura 41. Realización de encuestas cantón General Villamil Playas.....	188
Figura 42. Realización de encuestas cantón Balao	188
Figura 43. Realización de encuestas cantón Balao	188
Figura 44. Realización de encuestas cantón El Empalme.....	188

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Las dimensiones del Modelo SERVQUAL.....	25
Tabla 2. Evaluación de las Dimensiones.....	26
Tabla 3. Investigaciones réplica con la herramienta SERVQUAL en el Sector hotelero Caso Colombia.....	30
Tabla 4. Dimensión e indicadores para la encuesta SERVQUAL.....	31
Tabla 5. La medición de la calidad de servicio: una aplicación en empresas hoteleras mediante SERVQUAL.....	32
Tabla 6. Declaración de Variables.....	46
Tabla 7. Operacionalización de las Variables.....	47
Tabla 8. Catastro de Hoteles del Guayas de la zona de planificación 5	54
Tabla 9. Hoteles de la Provincia del Guayas de la zona de planificación 5	54
Tabla 10. Análisis FODA.....	92
Tabla 11. Análisis FO-FA-DO-DA.....	93
Tabla 12. Balance ScoreCard	94
Tabla 13. Análisis Financiero	125
Tabla 14. Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura.....	153
Tabla 15. Categorías según la clasificación de establecimientos de hospedaje	155
Tabla 16. Requisitos de Categorización.....	156
Tabla 17. Requisitos para categorización.....	156
Tabla 18. Requisitos de los establecimientos en zonas donde no hay red pública.	159
Tabla 19. Porcentaje de personal profesional que deben tener los hoteles.	160
Tabla 20. Porcentaje de personas que dominen un idioma que deben tener los hoteles	160

RESUMEN

El motivo de nuestra investigación es identificar si los factores de calidad según el modelo SERVQUAL se están cumpliendo en el sector hotelero de los cantones de la provincia del Guayas de la zona de planificación 5.

En primer lugar se planteó un proceso sistemático, especificando las problemáticas existentes, la población, el planteamiento de hipótesis y los métodos y técnicas a utilizar para poder lograr nuestro objetivo.

La técnica utilizada en el estudio es la encuesta del modelo internacional SERVQUAL, usada para medir los factores de calidad por medio de 5 dimensiones dando como resultado el nivel de satisfacción que los clientes adquieren durante el servicio. La encuesta va dirigida a los usuarios de los establecimientos de alojamiento y a sus administradores (en algunos casos no se encontraban en las instalaciones y permitían a sus recepcionistas dar la entrevista)

Para lograr nuestro objetivo se elabora un manual de hospitalidad turística el cual está enfocado en las deficiencias encontradas en la calidad de atención de servicio, la mayoría de los trabajadores del sector hotelero son empíricos, llegando a la conclusión de que la elaboración de un manual es la respuesta más factible a la problemática planteada.

En el manual se detallan conocimientos básicos para poder brindar un servicio de calidad que toda persona que labore directamente con clientes deben conocer, además utilizando el Balance ScoreCard se sugiere utilizar estrategias de marketing y capacitaciones a los trabajadores de los hoteles en las áreas turísticas.

PALABRAS CLAVES: Factores de Calidad, Modelo SERVQUAL, Sector Hotelero, Hospitalidad Turística, Balance ScoreCard, Estrategias de Marketing, Áreas Turísticas.

ABSTRACT

The reason for our research is to identify if the quality factors are according to the SERVQUAL model are being met in the hotel sector in the cantons of the province of Guayas of the planning area 5.

First a systematic process is proposed, specifying existing problems, the population, the approach of assumptions and methods and techniques to use in order to achieve our goal.

The technique used in the study is the international model SERVQUAL survey, used to measure quality factors through 5 dimensions resulting in the satisfaction level of customers obtained during the service. The survey is aimed at users of accommodation establishments and their managers (in some cases were not on the premises and allow their receptionists to do the interview)

To get our goal we do a manual of tourist hospitality which focuses on the deficiencies in the quality of care service is made, most hotel workers are empirical, reaching the conclusion that the development of a manual is the most feasible response to the issues raised.

In manual detailing basic knowledge to provide quality service that every person who works directly with customers must know, besides using the Balance ScoreCard it is suggested marketing strategies and training to workers of hotels in tourist areas.

KEYWORDS: Quality Factors, Model SERVQUAL, Hotel Sector, Hospitality Tourism, Balance Scorecard, Marketing Strategies, Tourist Areas.

INTRODUCCIÓN

La calidad a lo largo de los años ha sido evaluada con diferentes estándares y normas a las cuales debe sujetarse un producto cuya finalidad debe sujetarse a características estipuladas para determinar si cumple o no con la calidad demandante, pero en actividades donde se ofrecen servicios turísticos, la calidad puede ser muy cambiante puesto que se ve influenciada por las expectativas y percepciones de los clientes.

Con un número estimado de 1.100 millones de turistas viajando por el mundo según la página oficial de la OMT (*Organización Mundial Del Turismo*) (Programa de Comunicación y Publicaciones de la OMT, 2015) en el año 2014, el turismo es una de las actividades económicamente fuertes que contribuyen a una recuperación económica, genera millones de dólares en exportaciones y en la creación de fuentes de trabajo. Con tanta demanda de turistas los hoteles a nivel mundial no deben subestimar su calidad.

En los cantones que conforman la provincia del Guayas de la zona de planificación 5 el turismo está en desarrollo emergente, el sector hotelero que se desarrollan en estos cantones se encuentran acogidos bajo un reglamento de alojamiento establecido por el Ministerio de Turismo, estos establecimientos hoteleros deberían cumplir con lo que dice el reglamento brindando una calidad en el servicio de hospedaje, pero no todos estos establecimientos los cumplen haciendo que la calidad en el servicio sea baja, por ello se debió medir los factores de calidad de los centros de alojamiento del Guayas de la zona de planificación 5 por medio de los factores de calidad propuestos en el modelo SERVQUAL. Determinándose que la elaboración de un manual de hospitalidad sería la respuesta más factible para dar solución a la problemática en torno a los resultados obtenidos durante el estudio.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Problematización

La infraestructura hotelera actual en los cantones de la provincia del Guayas, exceptuando a la ciudad de Guayaquil, Durán y Samborondón, muestra una gran debilidad en el acondicionamiento de sus instalaciones tales como: imagen externa del establecimiento, conocimientos de la localidad o cultura general en los empleados, la presentación del personal no es uniforme, no poseen equipos para la carga de equipaje, personal sin conocimiento de otros idiomas, brindar un servicio apropiado para que los turistas regrese, no cumplen con las áreas de tránsito y habitaciones adecuadas para personas con discapacidad, señalización de habitaciones y áreas para fumadores, señalización de zonas de evacuación por emergencia, publicidad engañosa, irregularidad de los servicios básicos, habitaciones con pocos acondicionamientos de ventilación, entre otros.

El Ministerio de Turismo del Ecuador en su reglamento de alojamiento turístico menciona las condiciones que deben cumplirse para la categorización de establecimientos según las condiciones de la oferta, sin embargo las experiencias recogidas de los turistas dan información preliminar de que las condiciones internas y de atención en estos hoteles no se asemejan a lo que está estipulado en el mencionado reglamento.

Fijándonos solamente en los hoteles de tres estrellas, que son en su mayoría aquellos que podemos encontrar en los cantones del Guayas dentro de la zona de planificación 5, carecen de casilleros de seguridad, servicio de alimentos y bebidas,

habitaciones insonorizadas, cuenta de forma de pago con depósitos, tarjetas de débito o tarjeta de crédito.

El poco interés de los dueños de hoteles en estos cantones para generar mayor acondicionamiento y promoción de alojamientos genera un área con inconvenientes de la calidad de sus servicios, ya que no solo que se transforman en monótonos sino que además ocasiona que muchos turistas no se vean atraídos a visitar estas ciudades del Ecuador por la debilidad que presentan estos establecimientos de alojamiento.

Aunque la calidad es subjetiva también es cierto que las opiniones mayoritarias son las que dirán de cuanta calidad es el servicio ofertado, además los puntos de referencia para iniciar el análisis en cuanto a la calidad, nos referimos a los parámetros mínimos que deberán cumplirse para llamarse hoteles, sean categorías de mínimo tres estrellas hasta cinco estrellas, que lo estipula el reglamento de alojamiento turístico.

La realidad en estos catalogados hoteles, al menos así mencionan sus rótulos, de acuerdo a visitas realizadas durante las visitas de profesionalización dentro de la Licenciatura en Turismo, se logró acumular algunas experiencias, y además se conoció de primera mano que en su mayoría, estos establecimientos son heredados desde su principal creador hacia sus familias, que trabajan, viven y subsisten de esta actividad, pero por su bajo nivel de instrucción afectan a la calidad del servicio debido a que su conocimiento es empírico o no especializado en el sector.

La poca instrucción encontrada en su recursos humanos en cuanto a la administración y gestión de la calidad, permite que el personal no trabaje de manera eficaz ni mucho menos eficiente, reflejando los problemas e incomodidades que reciben principalmente los turistas, opacando la hospitalidad que pueda mantener la cultura en estos sitios, es bien conocido que un cliente insatisfecho no volverá.

1.1.2. Delimitación del problema

Este se llevará a cabo en

País: Ecuador

Provincia: Guayas – cantones de la zona de planificación 5, exceptuando Guayaquil, Durán y Samborondón

Sector: Turístico – Hotelero

Área: Procesos de Control de la Calidad

1.1.3. Formulación del problema

¿Qué factor ayuda a mantener un registro libre de errores en servicios para cuidar la calidad en atención al cliente en los hoteles?

1.1.4. Sistematización del problema

- ¿Qué incide a que el cliente se sienta seguro con las transacciones del hotel transmitiendo confianza?
- ¿Qué les permite a los empleados responder con rapidez las preguntas y necesidades del cliente durante el servicio?
- ¿Cómo los empleados de los hoteles pueden demostrar la preocupación por los intereses de sus clientes?
- ¿Qué incide en la apariencia moderna que transmiten los hoteles?

1.1.5. Determinación del tema

Análisis de la calidad del servicio hotelero en los cantones del Guayas de la zona de planificación 5 y su impacto en el turismo.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo general

Determinar qué factor ayuda a mantener un registro libre de errores en servicios, para cuidar la calidad en atención a los turistas en los Hoteles de los cantones de la provincia del Guayas mediante una investigación aplicada.

1.2.2. Objetivos específicos

- Analizar qué incide a que el cliente se sienta seguro con las transacciones del hotel transmitiendo confianza
- Investigar qué les permite a los empleados responder con rapidez las preguntas y necesidades del cliente durante el servicio
- Examinar cómo los empleados de los hoteles pueden demostrar la preocupación por los intereses de sus clientes
- Determinar qué incide en la apariencia moderna que transmiten los hoteles

1.3. JUSTIFICACIÓN

1.3.1. Justificación de la Investigación

El motivo de nuestra investigación es para conocer el grado de satisfacción de los clientes al momento de hospedarse en los hoteles que se encuentran en la provincia del Guayas. Para ellos investigaremos si los hoteles se encuentran cumpliendo los reglamentos dados por el Ministerio de Turismo para poder brindar un servicio de calidad.

El siguiente trabajo tiene la finalidad de estudiar la calidad de servicio hotelero-turístico en los cantones de la Provincia del Guayas de la zona de planificación 5, debido a que el área hotelera es una de las principales fuentes que contribuyen al desarrollo económico turístico de la provincia y para ello debemos identificar la calidad de servicios que se ofertan a los turistas. Los cantones del Guayas de la

Zona de Planificación 5 carecen del correcto desarrollo de los servicios hoteleros, en tanto a la calidad que ofrecen, ya sean por desinterés público como privado.

Se evaluará la creciente demanda de las necesidades de los huéspedes en relación a las nuevas rutas turísticas del Guayas, la fluencia del turismo receptivo (turistas internacionales), se reconocerá si la promoción que se elabora por parte de las operadoras de turismo, Prefectura del Guayas, Ministerio de Turismo y entes relacionados no están lo suficientemente distantes a la oferta real de servicio hotelero dentro de la provincia del Guayas.

Conociendo el catastro de hoteles del Guayas nos daremos cuenta el tipo de servicio y calidad brindada a los turistas, por lo que nos daremos cuenta del porqué el turista dejaría de visitar la provincia del Guayas si es que recibe un servicio inferior al ofrecido en otros hoteles o de la competencia que tienen frente a los acomodamientos del Turismo Comunitario o Agroturismo presentes en algunos cantones de la provincia del Guayas.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Antecedentes históricos

Ecuador, desde hace varias décadas por sus bellezas naturales, su cultura y el clima agradable se han constituido para los turistas nacionales e internacionales en un destino muy atractivo. Logrando en la década de los 40, realizar los primeros esfuerzos por dotar al país con la primera línea aérea doméstica SEDTA (Servicios Ecuatorianos de Transportación Aérea) de origen alemán, utilizada en la segunda guerra mundial.

La empresa pionera en realizar los primeros vuelos entre Quito, Loja, Cuenca, Guayaquil, Manta y Esmeraldas fue PANAGRA, con la promoción de un paquete turístico que consto de 21 días por toda Sudamérica, incluyendo de manera exitosa al Ecuador. La empresa PANAGRA impulsó la idea de empresarios prestigiosos hacia la creación de la primera agencia nacional de viajes en el Ecuador, llamada Ecuadorian Tours en el año de 1947 gracias a sus formaciones y experiencia adquirida. Durante el gobierno del presidente Galo Plaza Lasso (1948 – 1952) se llevó a cabo la primera promoción oficial del turismo en el país, creándose de manera oficial una oficina de turismo para la fomentación y fortalecimiento del mismo. Su primer trabajo fue la realización de la primera “caravana” por Estados Unidos, donde se dio a conocer por medio de folletos y artesanías típicas de nuestro país. Logrando en la presidencia de Galo Plaza Lasso, la creación de nuevas operadoras de turismo como lo fueron Metropolitan Touring (1950) y Turismundial (1956)

Estas nuevas agencias incursionaron hacia las islas Galápagos, logrando concretar paquetes turísticos en el año de 1969 gracias a la empresa Metropolitan Touring. La Corporación Ecuatoriana de Turismo (CETURISMO) fue creada en el año 1964 pero a pesar de ello, la promoción turística seguía en manos del sector privado. El Ecuador encuentra un nicho en el mercado del turismo internacional moderno, desde 1959 a 1973. Sin embargo, la expansión del sector se da a mediados de los años 80, con la aparición de nuevos prestadores de servicios a todo nivel.

Ministerio de Turismo

El Arq. Sixto Durán Ballén idealizó al turismo como una actividad que promovería el desarrollo económico y social del Ecuador creando de esta manera el 10 de agosto de 1992 el Ministerio de Información y Turismo. En 1994 se separó el Ministerio de turismo del de Información debido al desarrollo de la actividad turística buscando fortalecer e impulsar esta actividad.

En 1999 el entonces presidente Jamil Mahuad (1999), fusiono el Ministerio de Turismo con el de Comercio Exterior. Pero para el mes de febrero del 2000 con el nuevo presidente de la República, Gustavo Noboa, se decide que el ministerio de Turismo funcionaría de manera competente junto con el Ministerio de Ambiente. Mediante reuniones de las autoridades declararan por decreto ejecutivo en el mes de Abril del año 2000 dar independencia a todos los Ministerios permitiendo que ejecuten sus actividades de manera individual.

En la actualidad nuestro país posee grandes perspectivas de desarrollo en variados campos económicos. El turismo genera empleo, inversión local y extranjera, promueve el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero como factor principal genera divisas para Ecuador.

Sus maravillosos paisajes conformados por una exuberante e inigualable fauna y flora, sus grupos étnicos con sus tradiciones y costumbres, han logrado posicionar al país en unos de los principales destinos turísticos especialmente de turistas europeos, los cuales se han enamorado de los variados tipos de turismo que el Ecuador ofrece. El sector turístico ecuatoriano ha empezado a desarrollarse

recientemente, por lo que aún existe una gran necesidad de inversión para mejorar las infraestructuras y la imagen de Ecuador en muchos países.

El Estado está aplicando en varios países de Europa y América un Plan Integral de Marketing Turístico, con el cual pretende el incremento de las visitas a Ecuador en los próximos 10 años, objetivo primordial del Fondo Mixto de Promoción Turística de Ecuador. Además, Ecuador ha incrementado su presencia en ferias internacionales como FITUR en Madrid, ITB en Alemania y WTM en Londres, donde ha obtenido recientemente varios reconocimientos.

Turismo en la Provincia del Guayas (PREFECTURA DEL GUAYAS, 2013)



Figura 1. Prefectura del Guayas

El turismo en la provincia del Guayas era principalmente el turismo de sol y playa que se daba en los balnearios que ahora son la provincia de Santa Elena, pero en el 07 de noviembre del 2007 en el Registro Oficial #206 se dio la separación de tres cantones que conformaban el perfil costanero de la Provincia del Guayas y esos fueron los cantones: Salinas, Libertad y Santa Elena (Libertad) estos se separaron de la Provincia Del Guayas para formar otra provincia quedando Guayas solo con un cantón en el perfil costanero que es Villamil playas y los otros cantones que la conforman. Actualmente el turismo de la provincia se ve plasmado en sus rutas seis rutas turísticas:

❖ Ruta del Pescador

Cerca de la ciudad de Guayaquil se pueden recorrer los diferentes lugares turísticos que nos ofrece esta, ruta tales como: Puerto Hondo, Bosque protector Cerro Blanco, Parque “El Lago” y paraderos turísticos, que se pueden visitar, entre ellos destaca en la parroquia rural el Progreso que se puede acceder a ella a través de la autopista hasta el cantón playas.

Entre los nuevos destinos que ofrece la ruta se destacan el Ovniódromo y Playa Varadero, en Data de Posorja, además de poder navegar en lanchas rápidas donde

en un recorrido en Puerto El Morro se puede disfrutar de la flora y fauna exótica del lugar entre ellos destaca el avistamiento de delfines pico de botella y la posibilidad de llegar a la isla puna donde se puede realizar eco campamentos. En esta ruta se puede disfrutar de las diferentes playas que ofrece la playa El Pelado, El Arenal, Engabao y data de Villamil donde las olas son exclusivas para surf además de poder disfrutar de la gastronomía típica costeña elaborado con productos frescos del mar que se sirven en los diferentes restaurantes frente al mar.

Cantones integrantes en la ruta:

- Cantón Guayaquil - Posorja
- Cantón Guayaquil – Isla Puná
- Cantón Playas
- Cantón Guayaquil- El Morro
- Cantón Playas - Engabao

¿Cómo llegar?

El acceso depende de su ubicación, para acceder a esta ruta se puede hacer de diferentes formas tales como:

- Desde la provincia de Santa Elena, la parroquia rural del progreso recibe por el sector Norte – Este.
- Desde la ciudad de Guayaquil - Progreso pasando la autopista Progreso – Playas y a 15 min empezará a observar los diferentes atractivos que ofrece la ruta del pescador.

Los principales atractivos turísticos que destacan en esta ruta son:

- Comuna Engabao y su Puerto (donde se puede realizar en sus playas surfing)
- Cerro El Morro, mejor conocido como Cerro del Muerto (Turismo de aventura)
- Estero de Data (Está entre Data de Posorja y Data de Villamil. Se realizan paseos en canoa)

- La gruta de la Virgen (Se realizan peregrinaciones)
- Bosque Protector Cerro Blanco, Jardín Botánico, Puerto Hondo, Puerto El Morro, Posorja, Comunidades de Puná (Isla), Playa Varadero.

En esta ruta destaca su gastronomía con productos del mar donde se puede deleitar en los diferentes restaurantes frente al mar entre los platos más significativos destacan la ostra gratinada, arroz con mariscos; arroz con cangrejo, arroz con pescado

Sus deliciosos platos típicos preparados con productos frescos del mar; servidos en los restaurantes frente a sus amplias playas, serán su deleite al visitarlo. Algunos de sus platos típicos, destacan las preparaciones a base de ostra gratinada, y arroz con mariscos; Arroz con cangrejo, Arroz con pescado, Arroz Engabadeño, Arroz Marinero, Seco de Chivo, Cazuela de Mariscos, Ceviches de Mariscos, Conchas Asadas, Sopa Marinera.

❖ **Ruta de la Aventura**

Ubicada a una hora de la ciudad de Guayaquil se puede llegar al primer cantón que conforma esta ruta que es El Cantón El Triunfo donde destacan sus atractivos como la hacienda turística TJR en el km 88 de la vía a Güira hasta El Guabito una comunidad donde las artesanías en sapan (la corteza del banano) son vendidas a diferentes turistas.

A media hora del Cantón El Triunfo está el Cantón general Elizalde o también conocido como Bucay, en este cantón destacan las haciendas turísticas como san Rafael donde se puede realizar actividades campestres, canoping entre otras y el bosque protector La Esperanza donde se puede realizar ecoturismo, Aviturismo y turismo de aventura.

Cantones integrantes en la ruta:

- Cantón Gral. Elizalde, Bucay
- Cantón El Triunfo

- Cantón El Empalme

¿Cómo llegar?

El acceso depende de su ubicación, para acceder a esta ruta se puede hacer de diferentes formas tales como:

- Desde la provincia de Bolívar por el sector este
- Desde la ciudad de Guayaquil llegando a la parroquia Virgen de Fátima o también conocida como Km 26 pasando el redondel a 20 min llegamos al Cantón El Triunfo.

Los principales atractivos turísticos que destacan en esta ruta son:

- Bosque húmedo 'La Esperanza' (Turismo de aventura, Aviturismo, etc.)
- Hacienda San Rafael (se puede realizar actividades campestres, canoping y degustar de la comida típica del lugar)
- El Río Chimbo (rafting y otras actividades al aire libre).
- 'Recinto El Guabito': Artesanías en sapán. (base del tallo o corteza del banano)
- Hacienda TJR (Productores de limones, posee un bosque húmedo tropical occidental)
- Central Hidroeléctrica 'Marcel Laniado de Wind' (Existe un bambuzareo, variedad de flora y fauna)
- Cascada Salto del Armadillo (Es una cascada ubicada entre las provincias de Manabí y Los Ríos)
- Cascada Salto del Pintado (Se puede realizar turismo de aventura)

La gastronomía de esta ruta es muy variada, entre ellos destacan los siguientes platos:

- Fritada
- Seco de gallina criolla
- Pescado Frito
- Aguado de gallina
- Arroz con puré y carne asada
- Arroz con cangrejo
- Caldo de cangrejo
- Ensalada de cangrejo
- Seco de guanta
- Sudado de robalo
- Bollo de chancho
- Puros de Frutas.

❖ **Ruta de la Fe**

La ruta de la fe ofrece principalmente a sus turistas el turismo religioso y entre sus atractivos destacan las iglesias con su arquitectura representando el patrimonio cultural tangible, cultos, ritos, cuentas, leyendas y creencias tradicionales que representan el patrimonio cultural intangible que se caracteriza por ser heredado y pasar de generación en generación.

Esta ruta se muestra la fe como tal la creen sus comunidades aledañas, sin duda alguna el turista puede disfrutar de una amplia variedad de atractivos y productos a su elección que nacen en la fe y creencias de los habitantes que conforman esta ruta de la fe. En el guayas es una de las provincias privilegiadas en tener 2 catedrales en 2 de sus cantones que hacen la ruta de la fe y esas son: Guayaquil y Yaguachi La Catedral San Jacinto.

Cantones integrantes en la ruta:

- Cantón Guayaquil
- Cantón Durán
- Cantón Nobol
- Cantón Daule
- Cantón Yaguachi

¿Cómo llegar?

El acceso depende de su ubicación, para acceder a esta ruta se puede hacer de diferentes formas tales como:

- El punto de partida la ciudad de Guayaquil donde se puede circular hacia el este por Av. Pedro Menéndez Gilbert en dirección al puente de la unidad nacional y cruzando al cantón Eloy Alfaro más bien conocido como el Cantón Duran
- El acceso hacia los otros cantones de esta ruta se realiza por el norte donde se debe tomar la vía Daule hacia Nobol y por la misma vía hasta el Cantón Daule

Los principales atractivos turísticos que destacan en esta ruta son:

- Turismo: parque de las iguanas o también conocido como parque seminario, malecón Simón Bolívar, Barrio Las Peñas, Santa Ana, y el cementerio general.
- Áreas verdes como: Cerro Blanco, Bosque Protector, Jardín Botánico, El Morro, Puerto Hondo, comunidades de Puna, Playa Varadero y Posorja.
 - ❖ Estación de ferrocarril (Tren histórico)
 - ❖ Santuario del Divino Niño
 - ❖ Malecón de Durán con expendio de fritada
 - ❖ Isla Santay (Humedal sitio RAMSAR. Existen guías nativos certificados por el Ministerio de Turismo)
 - ❖ Santuario Narcisa de Jesús (Sepulcro de la Santa Narcisa de Jesús)
 - ❖ Centro de Recreación La Garza Roja.

- ❖ Santuario del Cristo Negro (La leyenda cuenta que durante la época de la Colonia un esclavo tocó la imagen de Cristo y fue azotado por su amo; mientras esto ocurría, la imagen se tornó del color del esclavo como muestra de solidaridad).
- ❖ Río Daule y Sembríos de arroz (Capital arrocerera)
- ❖ Catedral de San Jacinto de Yaguachi
- ❖ Fiesta de San Jacinto de Yaguachi (Fiesta popular donde se mezcla lo pagano con lo religioso)

La gastronomía de esta ruta es muy variada, entre ellos destacan los siguientes platos:

- Encebollado
- Arroz con Menestra y carne asada
- Caldo de Salchicha
- Cebiche de camarón
- Fritada
- Seco de gallina
- Maduro con Queso
- Humitas
- Tortillas de choclo
- Seco de chivo
- Dulce de Reyes

❖ **Ruta del Cacao**

Antes de que el Ecuador se denominara República, el símbolo de nobleza y prosperidad económica era representado por el cacao actualmente es el nombre que hoy se le da a esta ruta.

En la parroquia rural virgen de Fátima del Cantón Yaguachi se puede observar la gran variedad de frutas tropicales que se comercializan en este lugar procedentes de diferentes regiones del país cerca de la parroquia se encuentra la reserva

ecológica Manglares Churute un sitio natural para realizar aviturismo, camping, turismo de aventura, paseos en canoa, senderismo y observar la recolección del cangrejo en el estuario de manglar.

Cerro de Hayas está asentado en la cordillera Molleturo en el recinto El Aromo a 4 km de la cabecera cantonal que poseen 7 chorreras formadas por aguas cristalinas a las que los comuneros han denominado 7 cascadas, más adelante encontramos a “Cañas” y “Jambelí” que son haciendas turísticas donde los visitantes puedes conocer los productos agrícolas y productos de exportación entre ellos el principal el caco y banano. La gastronomía de esta ruta es muy variada, entre ellos destacan los siguientes platos:

- Patacones con cuajada
- Jugo puro de cacao
- Seco de guanta con trozos de yuca
- Encebollado de cangrejo

En esta ruta destaca una de las comunidades Shuar a la altura de la carretera principal Naranjal- Balao un lugar que ofrece a sus visitantes aguas termales y sitios de esparcimiento, otra atractivo que se puede observar en la ruta es en camino del inca y recorrer paisajes a través de la zona de manglar en la parroquia Tenguel.

Cantones integrantes en la ruta:

- Cantón Guayaquil - Tenguel
- Cantón Yaguachi
- Cantón Naranjal
- Cantón Balao

¿Cómo llegar?

El acceso depende de su ubicación, para acceder a esta ruta se puede hacer de diferentes formas tales como:

- Desde Guayaquil (Naranjal y/o Balao) por cualquiera de las dos vías

- La Autopista E40 Duran - Boliche o Durán – El Tambo hacia la parroquia rural Virgen de Fátima (mejor conocida como Km 26), y de ahí siguiendo por la carretera E25 que conduce a la Provincia de El Oro.

Los principales atractivos turísticos que destacan en esta ruta son:

- El Recreo (Balneario de agua dulce)
- Hacienda Jambelí (Centro de rescate de vida silvestre, actividades de agroturismo)
- Hacienda Cañas (Elaboración de chocolate artesanal y de exportación)
- Comunidad Shuar y sus aguas calientes (A la altura del Km. 105 de Balao Chico, vía Guayaquil - Machala)
- Estación del tren
- Obelisco en homenaje a la Batalla de Cone (Placa donada por el Gobierno Provincial del Guayas)

La gastronomía de esta ruta es muy variada, entre ellos destacan los siguientes platos:

- Caldo de cangrejo
- Ceviche de concha
- Ceviche mixto
- Ensalada de cangrejo
- Guatita
- Seco de pollo
- Aguado de pollo
- Arroz con cangrejo
- Caldo de bolas
- Lomito saltado de cangrejo

❖ Ruta del Arroz

La ruta del arroz es una de las rutas con gran riqueza ancestral artesanal montubia ya que en la confección de hamacas de mocora tejidas a mano preparación de dulces y alfajores y escobas de fibra vegetal denotan sus costumbres y tradiciones. Vía al Cantón Samborondón “por el camino del montubio se puede observar en el recorrido de verdes paisajes donde los cultivos de arroz predominan a lo largo de la ruta además la alfarería, y los hornos a leña donde elaboran las rosquitas son los atractivos que se denotan en el malecón a orillas del río Babahoyo. En los diferentes cantones como: Balzar, Colimes, Palestina, Santa Lucía y Daule se puede observar los diferentes balnearios ubicados en las cercanías del río Daule.

Cantones integrantes en la ruta:

- Cantón Lomas De Sargentillo
- Cantón Isidro Ayora
- Cantón Pedro Carbo
- Cantón Samborondón
- Cantón Salitre
- Cantón Balzar
- Cantón Colimes
- Cantón Palestina
- Cantón Santa Lucía
- Cantón Daule

¿Cómo llegar?

- Esta ruta se encuentra saliendo de la ciudad de Guayaquil y se puede acceder a ella tomando los buses intercantionales desde la terminal terrestre de la ciudad de Guayaquil

Los principales atractivos turísticos que destacan en esta ruta son:

- Las hamacas de paja macora (La mocora es una fibra como la paja toquilla)
- La casa de los Dulces y Manjares

- Las piladoras de arroz (Más de 15 piladoras)
- Tortillas artesanales de la Tía Manuca (Tortillas de maíz cocinadas en horno de leña)
- Venta de hamacas de paja mocora
- Parque Ecológico (Sitio ideal para camping y esparcimiento familiar)
- Venta de artesanías en fibra de sapán
- Hacienda Destino (Hacienda de estilo vernáculo que ofrece una experiencia de antaño como sus costumbres, tradiciones y leyendas)
- Rodeo Montubio
- Parque Histórico Guayaquil
- Centro de Equino terapia
- Artesanías en barro
- Malecón de Samborondón
- La Casa de la familia Quijije (Una de las viviendas más antigua de la Provincia del Guayas, con 100 años de construcción)
- Hacienda Rosa Herminia (Actividades de agroturismo)
- Iglesia de San Bartolomé y Cristo crucificado (Iglesia que se quemó hace 10 años, pero quedó intacta la imagen de Cristo crucificado, por lo que los habitantes veneran esta imagen)
- Iglesia de Santa Lucía (Posee una campana en la Iglesia creada en 1880 y fabricada en Guayaquil. Tiene libros de bautizo desde el año 1820 hasta 1830)
- Santuario Cristo Negro (La leyenda cuenta que durante la época de la colonia, un esclavo tocó la imagen de Cristo y fue azotado por un español; mientras esto ocurría, la imagen se tornó del color del esclavo como muestra de solidaridad)

Encontraremos deliciosos platos que destacan a lo largo de la ruta:

- Cazuelas de pescado o camarón
- Corvina frita
- Caldo de bola rellena
- La cuajada (Queso fresco)
- Bollo de corvina
- Caldo de bagre
- Fritada
- Rosquitas
- Humitas de maíz
- Seco de pato y gallina criolla
- Caldo de salchicha
- Torrejas de choclos
- Malarrabia (Dulce de plátano maduro)
- Torta de camote y de fruta de pan
- Mazamorra
- Chucula (bebida hecha con plátano maduro)
- Muchines de Yuca
- Bolones de verde
- Arroz con menestra y carne o pollo asado
- Encebollado de pescado
- Tortillas de maíz
- Maduro con queso

❖ Ruta del Azúcar

Esta ruta está representada por el cantón San Francisco de Milagro principalmente por sus cultivos de caña de azúcar, variedad de frutas tropicales, plantas ornamentales que ofrecen las diferentes familias en sus viveros un ejemplo la familia donoso.

Uno de los atractivos más relucientes se encuentra en El cantón Bucay donde el turismo es una de las actividades principales de sustento, entre las actividades de

ecoturismo están los trapiches, y la producción artesanal que se le hace a la caña de azúcar para transformarse en aguardiente y demás derivados. El cantón Jujan es el más reconocido en esta ruta por su exquisita fritada y por además tener túneles naturales formados por árboles

Cantones integrantes en la ruta:

- Cantón Baquerizo Moreno – Jujan
- Cantón Milagro
- Cantón Simón Bolívar
- Cantón Naranjito
- Cantón Marcelino Maridueña
- Cantón Bucay

¿Cómo llegar?

El acceso depende de su ubicación, para acceder a esta ruta se puede hacer de diferentes formas tales como:

- Desde la provincia de los ríos, Jujan recibe por este sector norte
- Por el este desde la provincia de Chimborazo desde el Cantón Bucay
- Desde Guayaquil por la vía Duran - Boliche accediendo por la parroquia Virgen De Fátima hacia la Ciudad De Milagro

Los principales atractivos turísticos que destacan en esta ruta son:

- Viveros (Variedad de plantas exóticas y tropicales)
- Hacienda Bella Isla (Es una quinta rústica)
- Hacienda La Danesa (Criadero de perros de raza y cultivos de cacao)
- Viviendas antiguas (Son casas que registran entre 80 y 100 años de construcción)
- Bosque húmedo 'La Esperanza' (Turismo de aventura, Aviturismo, etc.)
- Hacienda San Rafael (Nobis)
- El Río Chimbo (Se realiza rafting y otras actividades)

Encontraremos deliciosos platos que destacan a lo largo de la ruta:

- Arroz con menestra y carne asada
- Seco de carne
- Seco de chivo
- Caldo de salchicha
- Hornado
- Fritada
- Yapingacho
- Tortillas de verde
- Muchines
- Empanadas de maíz
- Ceviches

Cada una de estas rutas está creada principalmente para fortalecer el turismo del cantón promocionando sus atractivos es las seis rutas turísticas establecidas por la Prefectura Del Guayas.

2.1.2. Antecedentes referenciales

El Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL conocido como "Modelo de Discrepancias" fue creado y desarrollado por Valerie A. Zeithaml, A. Parasumaran y Leonard L. Berry en el año 1992, este modelo está desarrollado principalmente para medición y evaluación de calidad de un servicio mediante cinco dimensiones.

- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- Empatía
- Elementos tangibles

CLIENTE

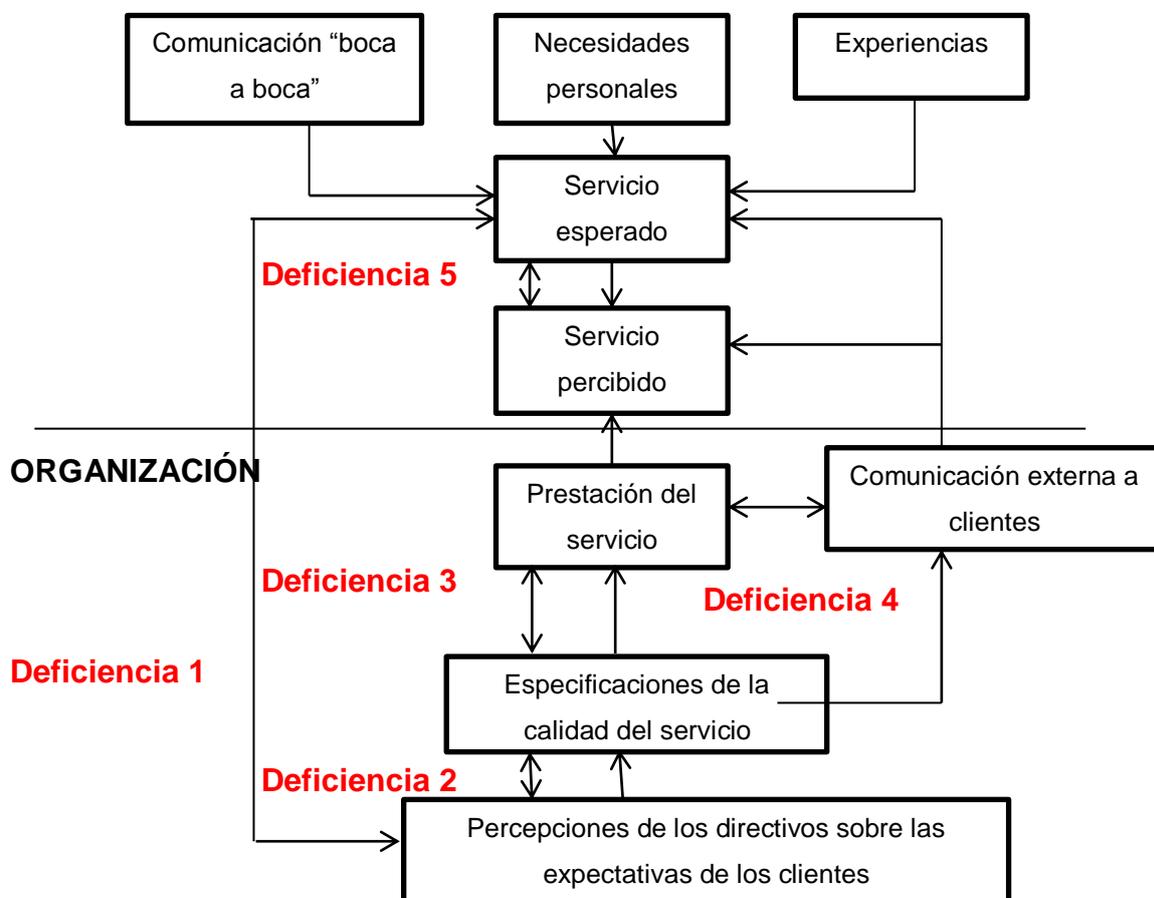


Figura 2. Esquema Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio
Fuente: (Aiteco Consultores, 2016)

El instrumento escala SERVQUAL ayuda a interpretar las expectativas que los usuarios tiene respecto a un servicio o y nos ayuda a determinar los niveles de satisfacción de los clientes, usuarios o en este caso los huéspedes.

Al aplicarse SERVQUAL a muestras de usuarios mide:

- Una calificación global de la calidad del establecimiento.
- Lo que desean los consumidores de ese establecimiento (Beneficios Ideales).
- Lo que encuentran los consumidores en ese establecimiento (Beneficios Descriptivos).
- Calcula brechas de insatisfacción específicas.
- Ordena defectos de calidad desde el más grave y urgente hasta el menos grave.

Desde un punto de vista teórico

- SERVQUAL, está basado en un modelo inapropiado de comparación (expectativas - percepciones) más que en modelo actitudinal frente a la calidad de servicio.
- La operacionalización de las percepciones y expectativas (P - E) ha sido criticada debido a que hay muy poca evidencia de que los consumidores evalúen la calidad de servicio en función de la brecha existente entre percepciones y expectativas.
- SERVQUAL, centra su atención en el proceso de entrega del servicio más que en el resultado de la provisión del servicio, es decir del encuentro del proveedor con el consumidor.
- El número de dimensiones propuestas por el instrumento SERVQUAL y su estabilidad cuando se cambia el contexto en el cual fueron desarrolladas.

Desde un punto de vista operacional.

- Las expectativas no desempeñan un rol fundamental en la calidad de servicios.
- Los encuestados muestran una gran confusión cuando son inquiridos en base a expectativas y percepciones.

Estas controversias respecto a la validez, conceptualización y operacionalización de la medición de la calidad de servicio y su relación con la satisfacción del consumidor no son más que evidencias de que aún es necesario desarrollar mayor investigación sobre estos temas y tiene una evaluación del servicio que recibe el cliente:

- Busca la calidad de servicio diferenciando entre las expectativas y percepciones de los clientes recalcando las diferencias entre ellas para que las mismas superen las expectativas para elevar la calidad de servicio de la satisfacción del cliente.
- Demuestra los determinantes que muestran las expectativas de los usuarios.
- La comunicación “boca a boca”, opiniones sobre un servicio de diferentes personas como familiares, amigos.
- Necesidades personales
- Experiencias previas al servicio
- Identifica cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar el servicio y estas son tomadas en cuenta al momento de elaborar el cuestionario:

Tabla 1. Las dimensiones del Modelo SERVQUAL

Fiabilidad	La habilidad de realizar un servicio
Capacidad De Respuesta	Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios para brindar un servicio rápido
Seguridad	Los conocimientos y las atenciones demostradas por parte del personal y sus habilidades para demostrar credibilidad y confianza.
Empatía	Atención personalizada para los clientes.
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación

Fuente: (Aiteco Consultores, 2016)

El Cuestionario SERVQUAL.

Esta herramienta es un cuestionario dividido en tres secciones, tres cuestionarios que cada uno identifica diferentes percepciones de la calidad desde:

- **Cuestionario 1.-** este cuestionario capta las percepciones de los clientes a través de 22 interrogantes al respecto de un servicio que brinda una entidad, las interrogantes son redactadas de manera general para ser aplicables a cualquier entidad de servicio.
- **Cuestionario 2.-** mediante este cuestionario los usuarios evalúan la importancia de las cinco dimensiones del servicio.
- **Cuestionario 3.-** en este cuestionario se le pide a los usuarios sus percepciones con respecto a la entidad de estudio, son similares a los del cuestionario 1 pero estos se aplican a la entidad de estudio preguntando por la percepción del cliente. (Sirebrenik, 2003)

Las 22 interrogantes tienen referencia a las cinco dimensiones de la evaluación de la calidad, agrupándolas de la siguiente manera:

Tabla 2. Evaluación de las Dimensiones.

Elementos Tangibles	Ítems De 1 Al 4
Fiabilidad	Ítems De 5 Al 9
Capacidad De Respuesta	Ítems De 10 Al 13
Seguridad	Ítems De 14 Al 17
Empatía	Ítems De 18 Al 22

Fuente: (Aiteco Consultores, 2016)

Se indaga al cliente o usuario sobre las expectativas que tiene sobre el servicio, este se realiza mediante 22 preguntas que el usuario debe calificar en una escala de 1 a 7, según el grado de expectativa de las preguntas.

Se obtiene las percepciones del usuario respecto al servicio que presta la entidad o empresa, en esta fase se toman en cuenta las características descritas en las declaraciones Se cuantifica la evaluación de los usuarios respecto a la importancia de los cinco criterios antes establecidos y esto permitirá tener una ponderación del puntaje obtenido.

El modelo SERVQUAL sobre la calidad de servicio demuestra que hacer para mejorar o elevar la calidad de servicio que se brinda. Se ha considerado para base de comparación de estudios similares realizados en el Ecuador aplicando el modelo SERVQUAL, a un proyecto realizado por Guzmán (2013) Universidad Técnica de Ambato, cuyo tema “LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DEL HOTEL TITANIC” de la misma ciudad, plantea la observación de un problema en cuestiones de calidad y fidelización de los clientes de este establecimiento, para ello utilizaron el modelo SERVQUAL para la elaboración de sus encuestas como herramienta clave para luego determinar la creación de un manual de aplicación para el personal que labora en el HOTEL TITANIC para mejorar las percepciones de los clientes dando como resultado lo siguiente:

Los más relevantes con respecto a la atención al cliente es que del 100% del porcentaje un 70 % los clientes manifiestan que el personal tiene una buena presencia acorde al protocolo del lugar y respecto a la cortesía en la atención al cliente la califican como deficiente ya que un 56 % manifiesta una mala atención recibida y de un 7% de excelente además de la atención rápida y eficaz que demuestra que apenas un 73 % que la rapidez de servicio es a veces rápida (Guzmán E., 2013)

Respecto a los equipos el 85% de los encuestados demuestran que los equipos de las habitaciones funcionan excelentes demostrando una de las cualidades de la escala SERVQUAL sobre los clientes y la satisfacción de los servicios adquiridos

Uno de los resultados más importantes es que la mayoría de los encuestados piensan o creen que el personal que trabaja en el Hotel Titanic según la investigación desarrollada por parte de la Universidad Técnica De Ambato es que el 58% de los encuestados perciben que los empleados no responden eficientemente a las inquietudes de los clientes por que no poseen conocimientos sobre la actividad a la cual están desarrollando en sus labores.

Con el respectivo análisis esta investigación concluye que las estrategias de fidelización de los clientes es muy importante y el personal que atiende directamente al cliente más que todo el personal operativo debe mejorar con respecto a la calidad de servicio mostrando una buena presentación de sus empleados y que a su vez los mismo estén capacitados y que los trabajadores que están en el área de atención al cliente sean personas conocedoras que demuestren confianza, seguridad y más que todo una buena presencia. (Guzmán E., 2013)

- En el estudio sobre El Análisis de la Calidad de Atención al Cliente en los lugares de Hospedaje de la Provincia de Imbabura realizada por Rivera., Álvaro Coronado de la Pontificia Universidad Católica Del Ecuador Sede Ibarra (Rivera Álvaro Coronado, 2010) Se realizó a través de la universidad y la regional de ministerio de turismo realizando encuestas siguiendo los parámetros de SERVQUAL para determinar si la calidad del servicio que percibían los usuarios en relación al servicio estipulado cumplía sus expectativas, este estudio se realizó en 69 establecimientos de hospedaje (Rivera Álvaro Coronado, 2010) Entre los más importantes resultados obtenidos por la encuesta realizada en la provincia de Imbabura a través del modelo SERVQUAL arrojó que un 43 % de excelencia el servicio brindado en los centros de hospedaje y que la mayoría de los administradores manejan un talento humano profesional al momento de brindar el servicio a los turistas, la parte de atención al cliente el 30% de los encuestados dijo que el servicio era excelente y que a su vez el protocolo y etiqueta del personal con 42% de excelente en el aspecto físico de las instalaciones se dio una ponderación de un 48% de muy bueno y que los equipos que se encuentran en las habitaciones con un 54% de inconformidad.

El trabajo fue concluyente en afirmar que los resultados obtenidos por parte de la calidad de servicio obtenido por parte del personal de atención al cliente era muy buena mientras que los aspectos físicos como la infraestructura era aún excelente mientras que los equipos que se encuentran en las habitaciones y los equipos que se encuentran en los centros de hospedaje son no muy buenos, a esto se determinaron recomendaciones para mejorar la calidad del servicio como hacer un

nuevo catastro de hoteles y centros de alojamiento en el área que cumplan con las normas de calidad para que puedan funcionar (Rivera Álvaro Coronado, 2010)

- En el caso de estudio de Análisis de los procesos de atención al cliente en el Hotel Howard Johnson Guayaquil este estudio utilizó el modelo SERVQUAL para determinar y medir la satisfacción de los clientes promoviendo estrategias y hacer mínimas a las percepciones que esperan los clientes que tiene del sector hotelero. Los resultados obtenidos demuestran que el acondicionamiento de las áreas de fumadores y la propuesta de construcción de parqueaderos que conecten con las suites ayudaba a que los clientes su satisfacción en relación al servicio adquirido sea mayor pasando de una ponderación 1.81 a una de 3.30 de satisfacción por parte de los usuarios dando claridad de la mejora de la calidad del servicio como sugerencias para seguir mejorando se propuso seguir aplicando la escala SERVQUAL para seguir mejorando la calidad de servicio ofrecido y seguir capacitando al personal sobre calidad de atención al cliente. (JACINTO ARTEAGA RAMÓN, 2014)

Es una herramienta para medir la calidad de los servicios, esta escala ayuda a determinar las percepciones, expectativas y demás criterios del encuestado para saber su percepción de calidad que está siendo usuario (Augusto Rodríguez Orejuela, Elías Ramírez Plazas, 2013)

Actualmente la calidad es un factor extremadamente importante para el éxito de las empresas ya que es una herramienta necesaria o estrategia para el éxito. (Sara Joana Gadotti dos Anjos, Aline França de Abreu, 2008) Estudios anteriormente realizados en Brasil demostraron que la escala SERVQUAL es de vital importancia ya que demuestra e los resultados elementos intangibles tales como sensibilidad, empatía, seguridad y eficiencia (Sara Joana Gadotti dos Anjos, Aline França de Abreu, 2008, pág. 178).

Tabla 3. Investigaciones réplica con la herramienta SERVQUAL en el Sector hotelero Caso Colombia.

INVESTIGACIÓN	HERRAMIENTA	SECTOR	DIMENSIONALIDAD
Knutson et al. (1990)	Adaptación SERVQUAL (escala resultante LOGSERV)	Hoteles	Fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta tangibles, empatía.
Oberoi y Hales (1990)	Metodología propia	Hoteles Congreso Reino Unido	Tangibles, intangibles
Saleh y Ryan (1992)	Adaptación SERVQUAL	Hoteles	Convivencia, tangibles, tranquilidad, evitar sarcasmo, empatía
Patton et al. (1994)	Adaptación LOGSERV para el japonés y chino	Hoteles: Japón, Taiwán, Hong Kong, Australia y Reino Unido	Fiabilidad de la herramienta en culturas fuera de EE.UU.
Webster y Hung (1994)	Adaptación SERVQUAL	Hoteles	Tangibles, confiabilidad, comunicación, capacidad de respuesta, seguridad, comprensión, convivencia.
Akan (1995)	Adaptación SERVQUAL	Hoteles de cuatro y cinco estrellas en Turquía	Cortesía y competencia del personal, comunicación y transacciones, tangibles, conocimiento del cliente, adecuación y prontitud del servicio, solución a los problemas, adecuación de las reservas.
Armstrong et al. (1997)	6SERVQUAL	Hoteles Hong Kong	No validación de la escala SERVQUAL
Ekinci et al. (1998)	SERVQUAL	Resorts en Turquía	Tangibles e intangibles.
Mei et al. (1999)	Adaptación SERVQUAL (escala resultante HOLSERV)	Hoteles en Australia	Empleados, tangibles, fiabilidad
Caruana et al. (2000)	Adaptación SERVQUAL	Hoteles	Fiabilidad, tangibles, capacidad de respuesta, seguridad y empatía en un único factor

FUENTE: Elaborada a partir de Akbaba (2006)

Tabla 4. Dimensión e indicadores para la encuesta SERVQUAL

DIMENSIONES	INDICADORES
Aspectos Tangibles	Comodidad de las habitaciones
	Calefacción – refrigeración
	Limpieza
	Alimentación & Bebidas
	Decoración – ambientación del hotel
Empatía	Atención y cortesía del personal del hotel – recepción
	Atención y cortesía del personal del hotel – demás empleados
Sensibilidad	Disponibilidad de la empresa para solucionar los problemas de los huéspedes
	Compromiso de la empresa con los huéspedes
	Rapidez y atención
Eficiencia	Comunicación por parte de los empleados en diversas lenguas
	Puntualidad en las actividades del hotel
	Informaciones claras y pertinentes
	Facilidad en obtener informaciones de la empresa
Seguridad	Estado de la conservación del hotel
	Imagen de la empresa
	Conocimiento de las tareas específicas por parte de los empleados

FUENTE: Elaborada a partir de Akbaba (2006)

La satisfacción fueron obtenidas por puntuaciones que denotan cada dimensión, para cada usuario varia, las puntuaciones van entre 1 y 4 y las de 4,5 como la más alta de las satisfacciones siendo 3.5 la satisfacción baja, esta ponderación ayuda a tener en cuenta todas las relaciones de los componentes en las expectativas de los huéspedes. (Gadotti & França, 2008, pág. 181)

De este análisis se determinó el grado de importancia es indispensable para la satisfacción del usuario más que todo con esos resultados obtenidos establecer programas a corto, mediano y largo plazo para las estrategias.

Tabla 5. La medición de la calidad de servicio: una aplicación en empresas hoteleras mediante SERVQUAL

	HOTEL X	2 ESTRELLAS	HOTEL Y	3 ESTRELLAS	HOTEL Z	4 ESTRELLAS
	Satisfacción media	Importancia media	Satisfacción media	Importancia media	Satisfacción media	Importancia media
AMBIENTE E INFRAESTRUCTURA						
Comodidad de las habitaciones	4.50	5	4.33	5	4.65	5
Calefacciones – refrigeración	4.33	4.5	4.17	4.5	4.59	5
Limpieza	5.00	5	4.67	5	4.47	5
Alimentación & bebidas	4.50	5	4.17	3.5	4.59	5
Decoración – ambientación del hotel	4.50	4.5	4.67	4	4.71	4.82
Estado de conservación del hotel	4.50	4.5	4.50	5	4.53	4.76
Imagen de la empresa	4.67	5	4.50	4.5	4.59	4.76
ATENCIÓN						
Atención y cortesía del personal del hotel – recepción	4.83	5	4.83	5	4.71	4.76
Atención y cortesía del personal del hotel – demás funcionarios	4.83	5	4.67	4.5	4.71	4.76
Disponibilidad de la empresa para solucionar los problemas de los huéspedes	4.33	4.5	4.33	5	4.53	4.59
Compromiso de la empresa con los huéspedes	4.83	5	4.50	5	4.47	4.76
Rapidez y atención	4.50	4	4.33	4.5	4.47	4.76
Comunicación por parte de los funcionarios en diversas lenguas	4.33	3.5	4.50	4	3.41	4.59
Puntualidad en las actividades del hotel	4.67	5	4.17	4.5	3.29	4.76
Informaciones claras y pertinentes	4.83	5	4.17	4.5	3.41	4.76
Facilidad en obtener informaciones de la empresa	4.50	4.5	4.83	5	3.35	4.76
Conocimiento de las tareas específicas por parte de los funcionarios	4.50	4.5	4.50	4.5	4.29	4.35

FUENTE: (Sara Joana Gadotti dos Anjos, Aline França de Abreu, 2008)

2.1.3. Fundamentación

El Servicio Hotelero

Forma De Medición A La Calidad Del Servicio Hotelero

En el siglo actual la calidad del servicio es lo principal en la actividad turística y con mayor énfasis en el sector hotelero donde el turista está más involucrado con los servicios que propician estos centros de alojamiento principalmente hoteles, la calidad influye un factor clave en el turismo ante los retos del futuro donde el Ecuador se proyecta como futura potencia turística.

La calidad es un factor cambiante, por ello depende de muchas perspectivas, principalmente de los clientes (turistas), para ello existen escalas que ayudan a medir la satisfacción o los factores que influyen en las personas y su percepción a lo que se denomina calidad en el servicio y una de ella es la escala SERVQUAL que ayuda a desde la perspectiva a la expectativa del cliente si la calidad de servicio recibido durante un servicio le ha satisfecho sus expectativas.

Antiguamente medir la calidad solo era para empresas que se dedicaban a la producción de algún bien, en este caso la escala SERVQUAL ayuda a medir la calidad de un servicio, en este caso el turístico.

El servicio como tal es más complicado de medir su calidad ya que se caracteriza por ser inseparable, heterogéneo e intangible (Augusto Rodríguez Orejuela, Elias Ramírez Plazas, 2013, pág. 91) y para poder satisfacer la demanda de calidad el servicio debe estar al nivel de las expectativas del cliente o a su vez superarlas.

Factores de la calidad en el servicio hotelero

Lo que diferencia un producto a un servicio son una serie de factores que destacan las percepciones que se dan sobre un servicio yales como:

- **Elementos Tangibles:** Depende de los aspectos físicos como la infraestructura de las instalaciones, equipos y materiales para la comunicación.
- **Fiabilidad:** Habilidad para entregar y demostrar cómo realizar el servicio de forma cuidadosa y acertada
- **Capacidad de Respuesta:** Disposición de proporcionar o brindar la rapidez oportuna al brindar un servicio eficiente.
- **Seguridad:** Inspirar confianza y demostración por parte de los empleados voluntad de ayuda a los usuarios
- **Empatía:** Atención personalizada empresa - cliente

Control de gestión de procesos básicos en hoteles

Este estudio establece indicadores que se deben tomar en cuenta para garantizar un logro eficaz y eficiente para alcanzar el éxito entre estos se demuestran los siguientes.

- **Gerencia en mercadeo y ventas.-** desarrollar, promover la venta de los servicios concretando en la publicidad y la promoción de los mismos
- **Control en las habitaciones.-** asistencia al huésped a cada momento desde el check-in hasta check-out e incluso cuando lo necesite y hacer un trato cordial entre todo el personal involucrado en el alojamiento desde el botones al recepcionista.
- **Control de gestión de alimento y bebidas.-** es una de las actividades de la planta turística más rentables después de la actividad hotelera y para mantener una buena calidad del servicio y el producto elaborado se necesita de personal calificado en el área
- **Control global ejercido por la gerencia general.-** esta principalmente en la función de la administración coordinación y operación en el sector hotelero (Ferrer, 2004)

En las empresas de servicio, el mismo se caracteriza por:

- La Intangibilidad
- La Heterogeneidad
- La Inseparabilidad

Las empresas de servicios son intangibles de ahí depende mucho la calidad ya que esta la denomina el cliente o usuario según sus percepciones a diferencia de un producto que ya tiene una forma estándar y especificaciones concretas.

Los servicios son heterogéneos ya que varían de un servidor a otro (Augusto Rodríguez Orejuela, Elías Ramírez Plazas, 2013) ya que demandan una gran cantidad para elaborarlos y al momento de su prestación pueden ser muy variantes por ende es difícil asegurar un nivel de calidad estandarizado o uniforme, porque en la empresa se cree prestar un buen servicio, mientras que todo depende de la percepción del cliente (Edinson Jair Duque Oliva, 2005)

Los servicios son inseparables ya que de la persona que lo ofrece o brinda el servicio depende del grado de satisfacción de la persona que recibe dicho servicio esto indica que no hay mucha diferencia entre la producción y el consumo durante o en la misma entrega del servicio (Augusto Rodríguez Orejuela, Elías Ramírez Plazas, 2013)

Promoción Turística

La promoción turística ecuatoriana se está incrementando cada día más gracias a los fortalecimientos de la Matriz Productiva y Plan de Tour 2020 que hace que el turismo se proyecte a futuro como una fuente productora económica limpia y de bajo impacto ambiental.

En Guayas el fortalecimiento de la promoción turística también forma parte del plan de tour 2020 y de la matriz productiva pero en Guayas la promoción turística se ve más reflejada en su prefectura que hace proyectos para fortalecer el turismo a través de ferias de conservación y difusión de tradiciones y con la creación de las seis rutas turísticas del Guayas (Prefectura del Guayas, 2013) que potencializan el turismo a

nivel de provincia, además entes privados como es FITE (Feria Internacional Del Turismo En Ecuador).

- **Definiciones**

Según la Secretaria de Turismo de México define la promoción turística de la siguiente forma: Actividad que implica la difusión de las bondades de la oferta turística hacia los "clientes" potenciales, es decir dar a conocer el producto turístico. Este incluye tanto los atractivos, como actividades turísticas, infraestructura y todo tipo de servicios que dentro del territorio comunal pueden ser de interés para una visita. (SECTUR de México)

Según el Glosario de terminología turística de la Universidad Nacional de la Patagonia define la promoción turística de la siguiente forma: dentro del contexto de la comunicación integrada, por promoción turística se entiende al conjunto de las acciones, públicas o privadas, llevadas a cabo con el fin de incrementar el número de visitantes a un país, región o una determinada comarca turística. (Universidad Nacional de la Patagonía)

- **Eventos más representativos en la provincia**

FITE (FERIA DEL TURISMO EN ECUADOR) es un evento turístico que se realiza en septiembre de cada año en el cual guayas ha sido participe con su oferta turística promocionando sus rutas turísticas (PREFECTURA DEL GUAYAS, 2012)

Eventos como fiestas cantonales que contribuyen al patrimonio cultural inmaterial como son las tradiciones y fiestas patronales de los cantones con la realización de cabalgatas y juegos ancestrales motivando la identidad cultural montubia (GUAYAS, GUAYAS TURISTICO, 2015)

- **Ferias y festivales gastronómicos:**

- "Playas Gastronómico, Sol, Mar y Arena" esta se realiza las demostraciones de los platos típicos del cantón playas para destacar la comida patrimonial del cantón. (GUAYAS, GAUYAS TURISTICO, 2015)
- El festival del cangrejo en el Cantón Naranjal donde se exponen los platos típicos a base de cangrejo y la forma de su preparación y demostrando el record de "la cangrejada más grande del mundo" esta feria se da gracias al apoyo de La Red de Gestores Culturales, junto al Ministerio de Cultura (MINTUR, 2015)

- **Apoyo gubernamental**

"Ecuador Bacano" fue la campaña que creó el MINTUR para incentivar al mundo a visitar Ecuador. Anato es el evento turístico más importante de Colombia. La Prefectura del Guayas formó parte de la delegación que representó a Ecuador en la Vitrina Turística Internacional Anato 2015, que se llevó a cabo en Bogotá – Colombia. (Prefectura del Guayas y MINTUR, 2015)

- **Apoyo de la empresa privada**

FITE (FERIA DEL TURISMO EN ECUADOR) es un evento turístico que se realiza en septiembre de cada año en el cual Guayas ha sido participe con su oferta turística promocionando sus rutas turísticas (PREFECTURA DEL GUAYAS, 2012)

- **Desafíos**

- Problemas ambientales que afectan a la provincia tales como: inundaciones
- Mantener un buen ciclo de vida de los destinos turísticos ofertados
- Mantener buenas vías de acceso a los sitios turísticos
- Los índices de robos a turistas
- Publicidad fraudulenta

- **Oferta turística**

Guayas oferta su turismo a través de varias guías turísticas descargables para que todos los usuarios accedan por medio del portal web de la prefectura, guías tales como:

- La guía del ciclo turismo (PREFECTURA DEL GUAYAS, 2015)
- La guía de Aviturismo (PREFECTURA DEL GUAYAS, 2014)
- La guía de las rutas turísticas del guayas (PREFECTURA DEL GUAYAS)
- Comida gourmet (PREFECTURA DEL GUAYAS, 2014)
- Guayas se convierte en una de las provincias más visitadas, Cifras oficiales confirman que las Rutas Turísticas impulsan el turismo interno de esta jurisdicción A partir del lanzamiento oficial de las Rutas Turísticas del Guayas (2012), el trabajo y ardua gestión empiezan a dar resultados a nivel nacional e internacional, pues cifras oficiales del Ministerio de Turismo avalan el argumento de que Guayas se convierte en una de las provincias más visitadas en relación al turismo interno y externo. (PREFECTURA DEL GUAYAS, 2014)

- **Publicidad**

Con motivo de celebrarse el 27 de septiembre el Día Mundial del Turismo, varias entidades públicas y privadas realizaron en la provincia del Guayas una serie de actividades turísticas por el Mes del turismo (EL VERDADERO DIARIO EL PP , 2013). OMT promociona atractivos del Guayas fortaleciendo el turismo para que se promocióne a nivel internacional. (PREFECTURA DEL GUAYAS, 2015)

2.2. MARCO LEGAL

- Reglamento de categorización de hoteles (VER ANEXO)
- Normas Iso 9000 de calidad de servicio.
- Ley orgánica de defensa al consumidor / derechos y obligaciones de los consumidores/ regulación de la publicidad y su contenido art 7 / cap. XII control de calidad art 64/ ley de turismo cap. 2 art 5-8-10-42:

CAPÍTULO II
DERECHOS Y OBLIGACIONES
DE LOS CONSUMIDORES

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,

10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

CAPÍTULO III

REGULACION DE LA PUBLICIDAD Y SU CONTENIDO

Art. 6.- Publicidad Prohibida.- Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

Art. 7.- Infracciones Publicitarias.- Comete infracción a esta Ley el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño en especial cuando se refiere a:

1. País de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada;
2. Los beneficios y consecuencias del uso del bien o de la contratación del servicio, así como el precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costos del crédito;
3. Las características básicas del bien o servicio ofrecidos, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y otras;
4. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras tales como medallas, premios, trofeos o diplomas.

CAPÍTULO V

RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

Art. 17.- Obligaciones del Proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

CAPÍTULO XII

CONTROL DE CALIDAD

Art. 64.- Bienes y Servicios Controlados.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones. Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborará una lista de productos que se consideren peligrosos para el uso industrial y agrícola y para el consumo. Para la importación y/o expendio de dichos bienes, el ministerio correspondiente, bajo su responsabilidad, extenderá la debida autorización.

- Ley de Turismo:

CAPÍTULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- 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;
- 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.

Art. 8.- 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.

Art. 10.- 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.

CAPÍTULO X

PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe todo discrimen a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- a) El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;
- b) El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;
- c) El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;
- d) El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;
- e) En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,
- f) Los demás determinados en otras leyes.

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

- **Agroturismo:** Es la actividad que se realiza y tiene un acercamiento a tareas productivas que se realiza en el campo.
- **Aviturismo:** Es la actividad de observar e identificar aves en sus hábitats naturales.
- **Calidad.-**Superioridad o excelencia de algo o de alguien
- **Demanda.-**Petición o solicitud de algo, especialmente si consiste en una exigencia o se considera un derecho
- **Gastronomía.-**Conjunto de conocimientos y actividades que están relacionados con los ingredientes, recetas y técnicas de la culinaria así como con su evolución histórica.
- **Gourmet.-**Persona que es aficionada a comer bien y que aprecia y disfruta la buena comida y conoce los buenos restaurantes.
- **Infraestructura.-**Conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones necesarios para el desarrollo de una actividad o para que un lugar pueda ser utilizado, su existencia es vital para el desarrollo del turismo
- **Norma.-**Principio que se impone o se adopta para dirigir la conducta o la correcta realización de una acción o el correcto desarrollo de una actividad.
- **Oferta.-**Ofrecimiento para hacer o cumplir una cosa.
- **Ovniódromo:** Edificación ubicada en el Parque del Cosmos en la parroquia rural Posorja perteneciente a la Prov. Del Guayas, es una gran explanada

donde se encuentra una terraza de observación con 17 telescopios y un parque en menor escala de centros energéticos del mundo para mostrar las maravillas de las Pirámides de Egipto, de las líneas de Nasca de Perú, de los Agrogramas de Inglaterra, entre otros atractivos mundiales.

- **Percepciones.**-Primer conocimiento de una cosa por medio de las impresiones que comunican los sentidos
- **Planta turística.**- Son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de servicios turísticos privados: Hoteles, restaurantes, agencias de viaje, etc.
- **Servicio.**- Trabajo, especialmente cuando se hace para otra persona
- **SERVQUAL.**- (Service of Quality) Cuestionario con preguntas estandarizadas que sirve para determinar el nivel de satisfacción de calidad en servicios que se brindan a los clientes, herramienta desarrollada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L.
- **Turismo.**- El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. (TURISMO)

2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1. Hipótesis General

La realización de un buen servicio por primera vez ayuda a mantener un registro libre de errores.

2.4.2. Hipótesis Particulares

- El comportamiento de los empleados del hotel permite que el cliente se sienta seguro con las transacciones del hotel transmitiendo confianza.
- El conocimiento de los empleados del hotel les permite responder con rapidez las preguntas y necesidades del cliente durante el servicio.

- La atención personalizada que los empleados del hotel brindan a sus clientes demuestra la preocupación por los intereses de sus clientes.
- El marketing influye en la apariencia moderna que transmiten los hoteles.

2.4.3. Declaración de variables

Tabla 6. Declaración de Variables

	VARIABLES INDEPENDIENTES	VARIABLES DEPENDIENTES
HG	Ejecución de un buen servicio por primera vez	Registro libre de errores
HP1	Comportamiento de los empleados del hotel	Seguridad con las transacciones del hotel
HP2	Conocimiento de los empleados del hotel	Necesidades del cliente durante el servicio
HP3	La atención personalizada que los empleados del hotel brindan a sus clientes	Demostración de preocupación por los intereses de sus clientes.
HP4	El marketing	Apariencia moderna que transmiten los hoteles

Fuente: Matriz de Investigación
Elaborado por: Lorena Quiñonez y Karen Larrosa

2.4.4. Operacionalización de las variables

Tabla 7. Operacionalización de las Variables

	VARIABLES	BREVE DESCRIPCIÓN	INDICADORES
VI-HG	Ejecución de un buen servicio por primera vez	Realización de un servicio de manera correcta y sin fallas.	Porcentaje de satisfacción del cliente
VD-HG	Registro libre de errores	Estadísticas que presentan el porcentaje o la cantidad de errores cometidos en un servicio con el fin de mejorar.	Porcentaje de sugerencias dejadas por los huéspedes
VI-HP1	Comportamiento de los empleados del hotel	Forma de actuar y comportarse las personas que laboran en un hotel.	Nivel de conocimientos en servicio al cliente
VD-HP1	Seguridad con las transacciones del hotel	Confianza que tiene el cliente en los negocios que vaya a tener con el establecimiento	Porcentaje de reservaciones vía online o telefónica
VI-HP2	Conocimiento de los empleados del hotel	Saber de las personas que laboran en el hotel sobre aspectos de la localidad y cultura general.	Nivel de conocimiento de aspectos turísticos
VD-HP2	Necesidades del cliente durante el servicio	Requisitos que presente el cliente durante la estancia en los establecimientos de alojamiento	Porcentaje de requerimientos pedidos por parte del cliente
VI-HP3	La atención personalizada que los empleados del hotel brindan a sus clientes	Trato personal que tenga el empleado con el cliente para poder satisfacer y cumplir con todas sus necesidades.	Número de clientes que solicitan determinado servicio por parte de un trabajador del hotel
VD-HP3	Demostración de preocupación por los intereses de sus clientes.	Muestra de afecto y amabilidad hacia los clientes que presentan los empleados de un establecimiento	Porcentaje de visitas recurrentes
VI-HP4	El marketing	Es el conjunto de estrategias y técnicas que se emplean para mejorar la comercialización de un producto.	Porcentaje de visitas al hotel
VD-HP4	Apariencia moderna que transmiten los hoteles	Aspecto renovado de las instalaciones de un hotel que cautivan a los clientes y los distingue.	Porcentaje de clientes frecuentes

Fuente: Matriz de Investigación

Elaborado por: Lorena Quiñonez y Karen Larrosa

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

La presente investigación trata de demostrar cuales son los factores más influyentes en la calidad hotelera de los cantones del guayas y de la zona de planificación 5 mediante el modelo SERVQUAL que permite identificar y medir los factores de calidad del servicio ofertados a los turistas.

Esta investigación pretende contribuir y dar solución a los problemas de calidad que se están suscitando en los hoteles para que los mismos ofrezcan un servicio de calidad a través de un modelo aplicado a nivel internacional para estar a la vanguardia administrativa en comparación con la competencia para una ventaja competitiva en relación a las demás provincias e incrementar el turismo local.

- **Investigación exploratoria.-** Este tipo de investigación nos permitió observar que problemática se suscitaban para así concretar y determinar las variables para establecer prioridades y solucionar la problemática, mediante esta se determinó que las hipótesis establecidas fueron validadas y así se determinó que modelo de medición de calidad aplicar para ayudar a solucionar los problemas que se estaban suscitando en el servicio.

- **Investigación de campo.-** Este tipo de investigación nos permitió clasificar y decretar que está ocurriendo con las empresas de hospedaje y observar que problemas están ocurriendo para dar posibles soluciones que ayudarían a mantener un registro libre de errores o minimizar dichos errores además de la visita a los diferentes cantones que nos permitió aumentar el catastro de

hoteles otorgado por la CAPTUR. A través de este tipo de investigación se concluyó que problemas en función a la calidad se presentaron y las posibilidades que se pueden proponer para definir soluciones.

- **Investigación bibliográfica.-** se utilizó este tipo de investigación ya que se recurrió a diferentes estudios de medición de calidad a nivel internacional tales como artículos y publicaciones para determinar el modelo SERQUAL como el más factible para utilizar en este trabajo.
- **Investigación cuantitativa.-** este tipo de investigación la aplicamos en conjunto para la recolección de datos cualitativos para luego plasmarlos en cuantitativos a través de una encuesta de expectativas y percepciones a las cuales se les otorgaba una ponderación a las cualidades más importantes según el punto de vista del usuario para así determinar la calidad del hospedaje, (ANEXO 1. LA ENCUESTA)

3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1. Características de la población

La población tomada en cuenta para la investigación de los cantones del Guayas y de la zona de planificación 5, se tomaron en cuenta 13 hoteles entre ellos de 5, 4 y 3 estrellas según el documento oficial de la Cámara de Turismo Del Guayas CAPTUR y a través de las visitas a los cantones se logró aumentar 12 hoteles lo que permitió llegar a un numero de 25 hoteles para proceder a encuestar a los huéspedes.

3.2.2. Delimitación de la población

Se estableció los cantones de la provincia del Guayas a excepción de los cantones Guayaquil, Duran y Samborondón. Dando un total de 22 cantones a encuestar de los cuales a través del catastro y de las visitas se llegaron a un total de 23 hoteles.

Tomando en cuenta el crecimiento turístico de la provincia con la creación de las rutas turísticas del guayas, se consideró evaluar la calidad del sector hotelero que ofrece la provincia a sus clientes, para ello, fue necesario ver cuáles eran los

factores de calidad que permiten mantener un registro libre de errores para ofrecer un servicio de calidad.

3.2.3. Tipo de muestra

Muestra probabilística.- Es aquella donde se integra a la población dándole la oportunidad de participar en la muestra. En esta investigación se utiliza la muestra probabilística por motivo de que se seleccionara una muestra de los huéspedes de los hoteles para realizar la encuesta, por lo tanto todos tendrán la posibilidad de ser encuestados

3.2.4. Tamaño de la muestra

Para este tipo de investigación se tomó en cuenta los usuarios de los hoteles “huéspedes” por lo tanto la población es infinita.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$
$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$
$$n = \frac{3.84 * 0.05 * 0.5}{0.0025}$$
$$n = 0.96$$
$$n = 384$$

Z= nivel de confianza (1.96)

P= probabilidad de éxito o proporción esperada (0.5)

Q= probabilidad de fracaso (0.5)

E= precisión (0.05)

3.2.5. Proceso de selección

Se llevó a cabo a través de la información suministrada por la CAPUR donde se estableció 13 hoteles para proceder el trabajo de estudio en la provincia del guayas

3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1. Métodos teóricos

En la investigación se usó métodos teóricos para la recolección de información que brindo información para la resolución de las hipótesis establecidas, como el método hipotético

- **Método hipotético.-** este método tiene la función de observar y determina que estudiar para la creación de las hipótesis, este establece y estudia los posibles resultados a través de una revisión para la comprobación de las hipótesis. Se establecieron hipótesis con base a la problemática y se determinó que los hoteles no dan un buen servicio de calidad por que la percepciones de los turistas al monto de adquirir el servicio observaban que las instalaciones no estaban en óptimas condiciones, un falso marketing como publicidad engañosa o la cordialidad de los empleados hacían que los clientes ya no prefieran volver a los hoteles.
- **Método hipotético- deductivo:** Este método parte desde un análisis o deducciones que nacen desde un contexto hipotético que pretende comprobar o desmentir las hipótesis las cuales deben darse a conclusiones para su comprobación. Este método se emplea ya que las hipótesis se esperan comprobarla a través del instrumento. Permitiendo así verificar la problemática

3.3.2. Métodos empíricos

Para la investigación se requirió de: la encuesta

3.3.3. Técnicas e instrumentos

La técnica utilizada para esta investigación es la encuesta, Es un instrumento de investigación la cual está formada de un conjunto de preguntas que determinan un resultado para evaluar diferentes criterios, las encuesta está realizada de manera precisa la cual no dificulta el entendimiento del encuestado por ende no se necesita de personal capacitado en temas de investigación para llevarla a cabo, ya que en la misma consta cada pregunta con ponderaciones las cuales facilita al encuestado la realización del cuestionario, la facilidad del cuestionario permitió que se pueda publicar a través de la red social Facebook la cual permitió tener un mayor rango de encuestados permitiendo tener datos de antiguos clientes.

3.4. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

La recopilación de la información se llevó a cabo a través de una serie de 22 del modelo SERVQUAL, preguntas dirigidas a los usuarios de los hoteles, modelo el cual permite la medición de los factores de calidad percibidos durante el servicio, la información obtenida en el estudio fue determinante para la verificación de las hipótesis para darle solución a la problemática establecida en la investigación.

Para el conteo de los datos recolectados de la encuesta se necesitó del uso del programa SPSS, el cual permite tener un conteo, visualización y comprensión de la información a través de cuadros estadísticos y representaciones gráficas.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

En busca de soluciones a la problemática planteada, se realizó un trabajo de campo a los hoteles de la provincia del Guayas de la zona de planificación 5, donde por medio de la encuesta, se analizó la situación actual sobre calidad en servicio en los hoteles, evidenciando que la calidad y el servicio brindado a los clientes tiene una incidencia directa en cuanto al incremento de turismo en los cantones de la provincia, provocando que ciertos lugares puedan mejorar su economía si presentan buenos lugares de alojamiento.

Pero se decidió aumentar esta lista y para ellos se visitaron los diferentes GADs cantonales para poder tener información en las oficinas de turismo, encontrando una gran ayuda por parte de sus funcionarios, debido a esto la lista quedo de la siguiente manera:

Esta investigación fue basada en el catastro de hoteles de la provincia del Guayas a excepción de Guayaquil, Durán y Samborondón, otorgada por la Mgs. Roxana Flores quien es Técnica de Regulación y Control del Ministerio de Turismo, en esta lista constaban los siguientes hoteles:

Tabla 8. Catastro de Hoteles del Guayas de la zona de planificación 5

	Provincia	Cantón	Actividad Turística	Tipo de Actividad	Nombre	Dirección
1	GUAYAS	MILAGRO	ALOJAMIENTO	HOTEL	CARSO INN	CALLE 9 DE OCTUBRE Y ABDON CALDERON
2	GUAYAS	MILAGRO	ALOJAMIENTO	HOTEL	SUITE DON JUAN	GARCIA MORENO Y 9 DE OCTUBRE
3	GUAYAS	MILAGRO	ALOJAMIENTO	HOTEL	NACIONAL	BOLIVAR Y 5 DE JUNIO (ESQUINA)
4	GUAYAS	MILAGRO	ALOJAMIENTO	HOTEL	EDEN	GARCIA MORENO 1219 Y ROCAFUERTE
5	GUAYAS	EMPALME	ALOJAMIENTO	HOTEL	FOUR WAYS	BARRIO SAN VICENTE, CALLE 18 Y AV. QUEVEDO, MZ. 25, SOLAR 1
6	GUAYAS	NARANJAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	DELICIAS INTERNACIONAL	HIPOLITO GONZALES S/N Y RIO AMAZONAS (FRENTE A LA FARMACIA POPULAR)
7	GUAYAS	PLAYAS	ALOJAMIENTO	HOTEL	PLAYA PARAÍSO	KM. 5,5 VÍA DATA DEL PLAYAS, SECTOR EL ARENAL
8	GUAYAS	PLAYAS	ALOJAMIENTO	HOTEL	EL TUCANO	KM. 1.5 VIA A DATA, BARRIO SAN JACINTO
9	GUAYAS	PLAYAS	ALOJAMIENTO	HOTEL	ARENA CALIENTE	AV. PAQUISHA Y AV. GUAYAQUIL ESQUINA
10	GUAYAS	PLAYAS	ALOJAMIENTO	HOTEL	PLAYAS	MALECON Y JAMBELI
11	GUAYAS	PLAYAS	ALOJAMIENTO	HOTEL	CASTILLO DE ARENA	AV. SIMON BOLIVAR S/N Y CALLE A
12	GUAYAS	PLAYAS	ALOJAMIENTO	HOTEL	LAS REDES	KM 0,5 VIA A DATA, AV. JAIME ROLDOS AGUILERA, BARRIO LOS ESTEROS

Tabla 9. Hoteles de la Provincia del Guayas de la zona de planificación 5

CANTONES		HOTELES	NOMBRES			
1	Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)	0				
2	Balao	2	Hotel San Francisco de Asís.	Hotel Rey Balao		
3	Balzar	1	Hotel del Malecón			
4	Colimes	0				
5	Daule	2	Hotel Oro Daule	Hotel San Francisco		
6	El Empalme	2	Hotel FourWays	Hotel Caromo		
7	El Triunfo	1	Hotel El Triunfo			
8	Gral. Antonio Elizalde (Bucay)	3	Hotel San Paulo	Hotel San Francisco	Hotel Anderson	
9	Gral. Villamil Playas	5	El Tucano	Arena Caliente	Playas	
			Castillo de Arena	Las Redes		
10	Isidro Ayora	0				
11	Lomas de Sargentillo	0				
12	Marcelino Maridueña	0				
13	Milagro	4	Hotel Carso Inn	Hotel Don Juan	Hotel Nacional	Hotel Eden
14	Naranjal	3	Hotel Delicias Internacional	Hotel Palmitas	Hostal Naranjal	
15	Naranjito	1	Hotel Naranjito			
16	Nobol	0				
17	Palestina	0				
18	Pedro Carbo	0				
19	Salitre	0				
20	Santa Lucía	0				
21	Simón Bolívar	0				
22	San Jacinto de Yaguachi	1	Hotel Chang			
TOTAL DE HOTELES		25				

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

“Habitaciones vacías y capacidad instalada sin utilizar resultan indicadores poderosos que motivan la preocupación de representantes de la industria de viajes” dicho por el periodista Moisés Pinchevsky quien labora para la Revista Transport – Guía Ecuatoriana de Transporte y Turismo, en la edición impresa el 8 Abril del 2016. Donde se detalla la preocupación sobre la demanda de hospedaje

Durante el año 2015 la Federación Hotelera Del Ecuador (AHOTEC) llegó a la conclusión de *“en el país existe una gran cantidad de alojamientos informales. Son departamentos, villas, casas de alquiler que no cumplen con los requisitos que si son exigidos a los hospedajes formalizados”*, generando inconformidad en los turistas y en los dueños de los hoteles que sí se rigen a un reglamento de alojamiento puesto que perjudica la calidad del sector hotelero y a la imagen del Ecuador como país turístico. (TRANSPORT.EC, 2015)

Se atribuye la ausencia de turistas debido a la deficiente publicidad y marketing turístico que se debe desarrollar por parte de municipio local según la Sra. Esperanza López Presidente De La Cámara Provincial De Turismo Del Cantón Playas y propietaria del hotel Arena Caliente (TRANSPORT.EC, 2016) quien testifica que muchos eventos turísticos desarrollados en el cantón no son informados a los empresarios hoteleros ni mucho menos la población local lo cual impide poder formar parte del marketing para atraer más turistas al cantón, debido a esto el ministerio de turismo ha realizado un estudio en el porcentaje sobre la demanda de hospedaje en el país llegando a la conclusión de que las cifras de este año son menores a las del año pasado.

4.3 RESULTADOS

Luego de haber realizado las encuestas se logró obtener los siguientes resultados:

1. Los equipos del HOTEL tiene la apariencia de ser modernos.

Cuadro 1. Apariencia moderna

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	27	7,0	7,0	7,0
Desacuerdo	54	14,1	14,1	21,1
Neutro	165	43,0	43,0	64,1
De acuerdo	83	21,6	21,6	85,7
Total acuerdo	55	14,3	14,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

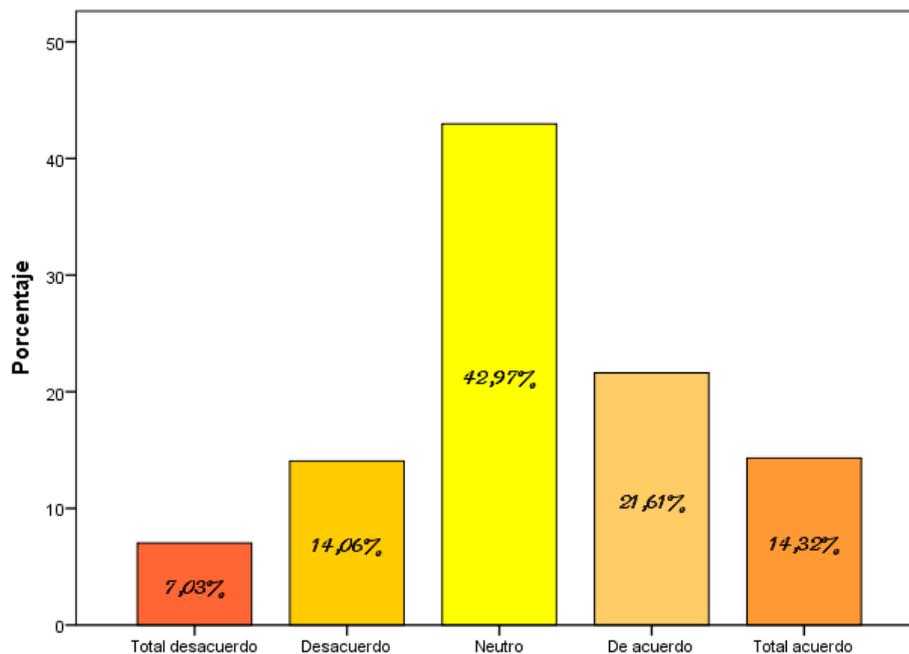


Figura 3. Apariencia moderna

ANÁLISIS

El mayor porcentaje de la muestra respondió de manera neutral correspondiente a un 42,97% de que los equipos de apariencia moderna no son realmente necesarios para el servicio de hospedaje, un 21,61% están de acuerdo y un 14,32% están totalmente de acuerdo en que los equipos modernos dan mayor calidad al servicio de hospedaje, mientras que un 14,06% están en desacuerdo junto a un 7,03% en total desacuerdo de que no es necesario equipamientos moderno para brindar el servicio debido a que solo van a descansar.

2. Las instalaciones físicas del HOTEL son visualmente atractivas.

Cuadro 2 Instalaciones Atractivas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	11	2,9	2,9	2,9
Desacuerdo	81	21,1	21,1	24,0
Neutro	127	33,1	33,1	57,0
De acuerdo	102	26,6	26,6	83,6
Total acuerdo	63	16,4	16,4	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

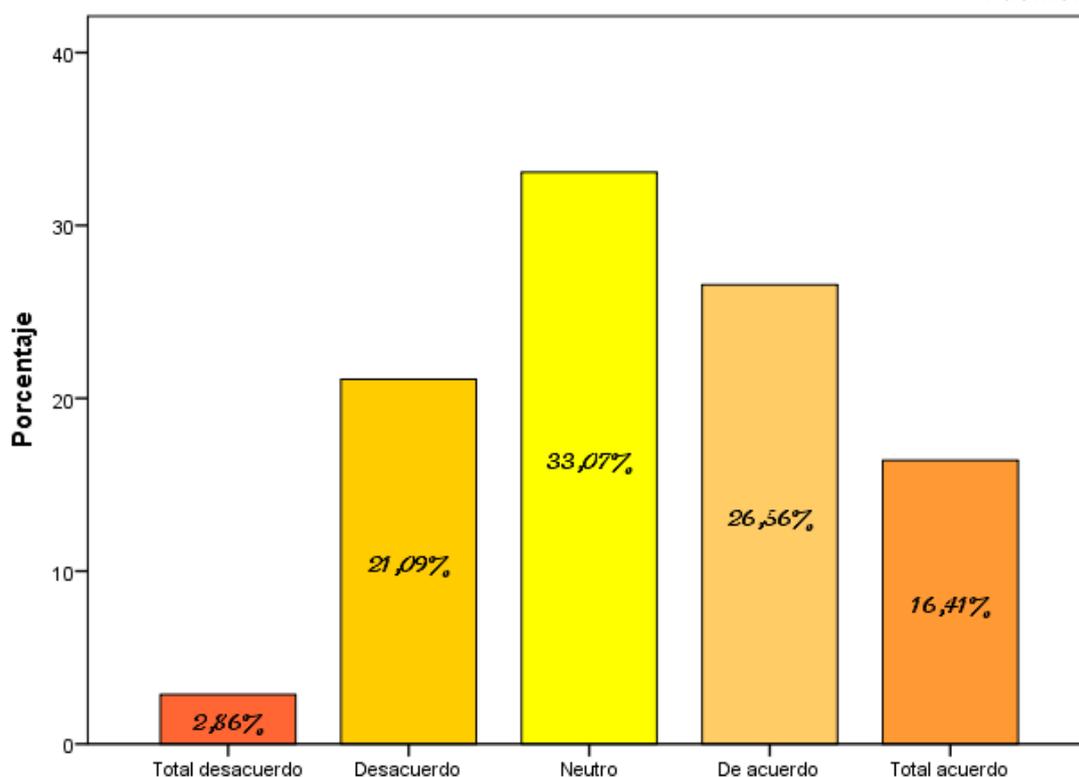


Figura 4. Instalaciones Atractivas

ANÁLISIS

El 33.07% de personas encuestadas opinaron de manera neutral sobre las instalaciones físicas de los hoteles, para ellos que sean visualmente atractivas no es un requisito indispensable como sí lo son para el 26.56% que está de acuerdo y el 16,47% que están totalmente de acuerdo. A diferencia de un 21,09% en desacuerdo opinan que la hermosura de las instalaciones no depende del tipo de servicio que se ofrezca, similar pensamiento tuvieron el 2,86% de personas en total desacuerdo.

3. Los empleados del HOTEL tienen una apariencia pulcra

Cuadro 3. Apariencia Pulcra de Empleados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	11	2,9	2,9	2,9
Desacuerdo	81	21,1	21,1	24,0
Neutro	127	33,1	33,1	57,0
De acuerdo	102	26,6	26,6	83,6
Total acuerdo	63	16,4	16,4	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

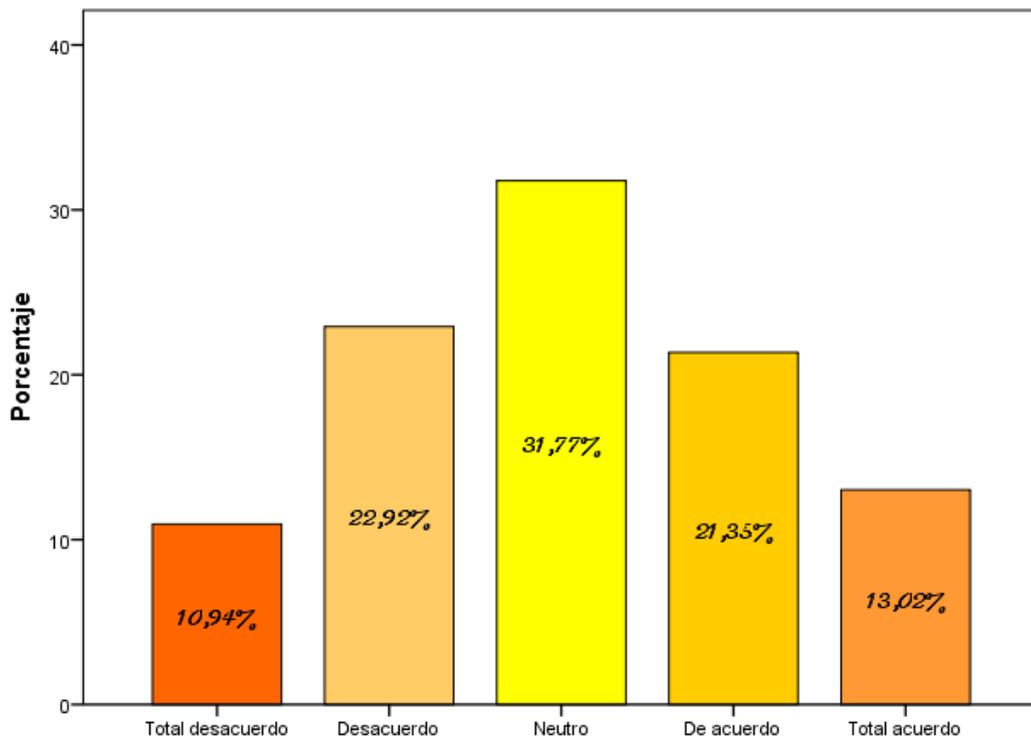


Figura 5. Apariencia Pulcra de Empleados

ANÁLISIS

Los resultados de la encuesta muestra que un 31,77% no le brindan mucha importancia a la presentación que presenten los empleados de un hotel, pero un 34,37% entre los que están de acuerdo y total acuerdo opinaron que la imagen es primordial para ofrecer un buen servicio ya que la presentación de los empleados habla mucho acerca del hotel. De diferente opinión fue el 33,86% de personas encuestadas quienes opinaron que mientras sean amables y confiables no presentan ningún problema en cuanto a la apariencia que tengan.

4. Los materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuentas, etc.) que utiliza el HOTEL son visualmente atractivos.

Cuadro 4. Marketing Atractivo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	59	15,4	15,4	15,4
Desacuerdo	89	23,2	23,2	38,5
Neutro	108	28,1	28,1	66,7
De acuerdo	89	23,2	23,2	89,8
Total acuerdo	39	10,2	10,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

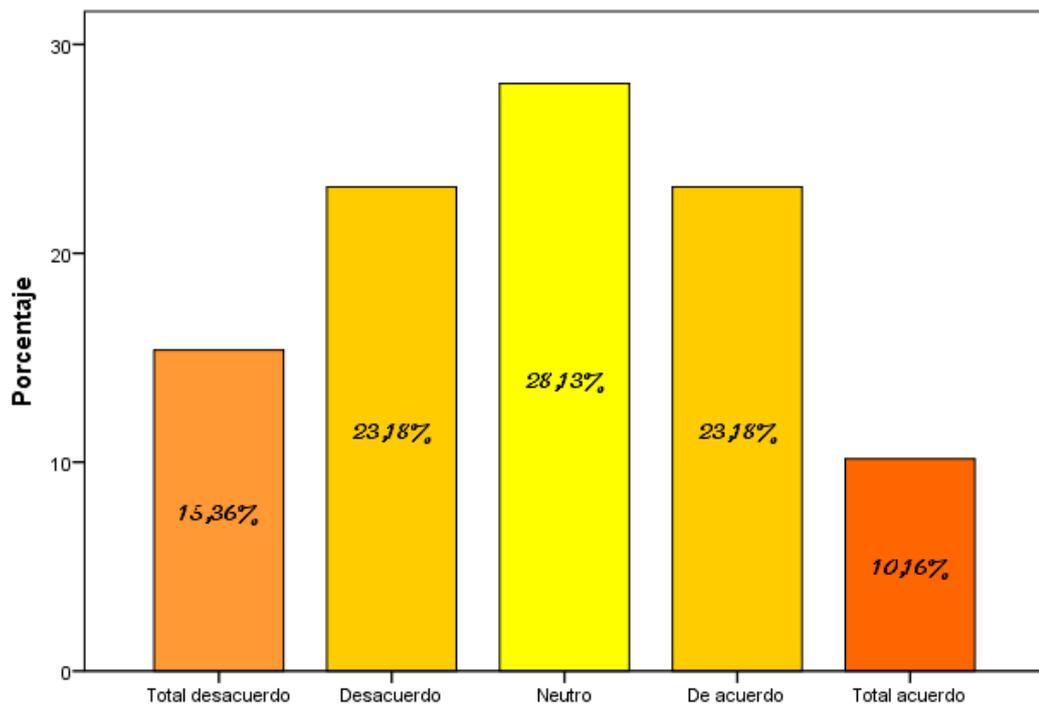


Figura 6. Marketing Atractivo

ANÁLISIS

En lo referente al marketing brindado por los hoteles notamos una igualdad entre las personas que están de acuerdo y las que están en desacuerdo sobre lo llamativo en folletos, volantes, etc. con un 23,18%. Lo que sorprende es el bajo valor en quienes están en total acuerdo sobre lo atractivo del marketing como herramienta de presencia de los hoteles con un 10,16%. A su vez un 15,36% de personas encuestadas mostraron su disconformidad sobre lo creativo del marketing usado en los establecimientos de alojamiento deseando que mejoren la calidad de publicidad.

5. Cuando en el HOTEL prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.

Cuadro 5. Cumplimiento del Servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	18	4,7	4,7	4,7
Desacuerdo	74	19,3	19,3	24,0
Neutro	110	28,6	28,6	52,6
De acuerdo	106	27,6	27,6	80,2
Total acuerdo	76	19,8	19,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

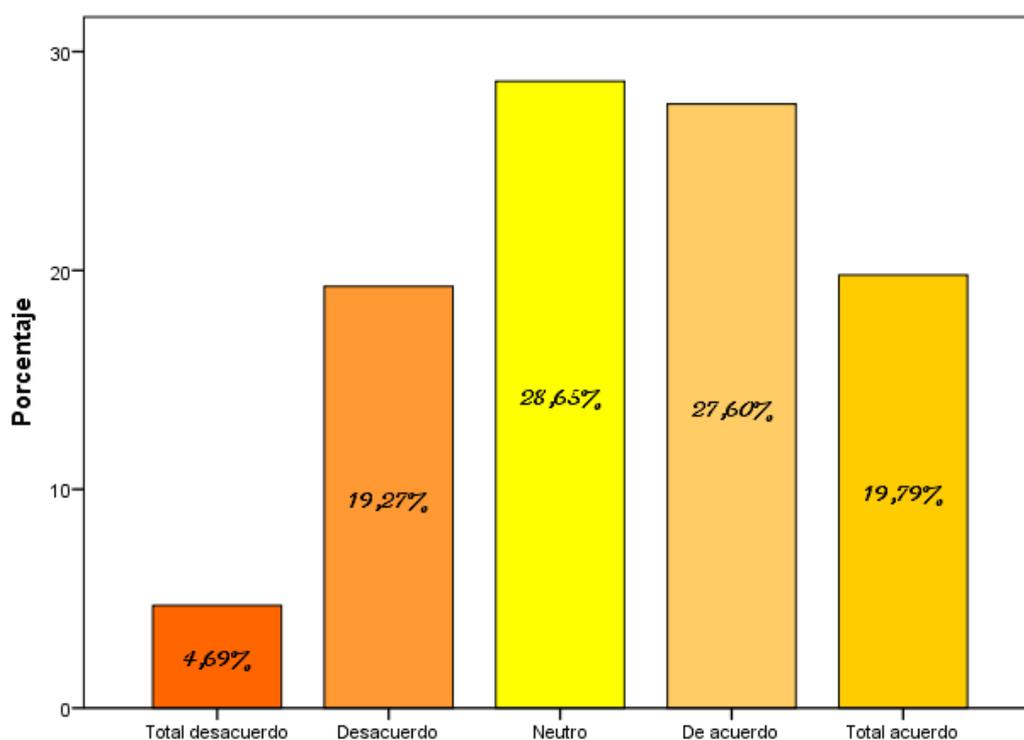


Figura 7. Cumplimiento del Servicio

ANÁLISIS

En lo relacionado al cumplimiento de los servicios dentro de los hoteles podemos notar que un 28,65% de la población piensa que los hoteles se mantienen en una forma neutral sobre los cumplimientos de sus promesas. Por otra parte el 27,60% de acuerdo y el 19,79% en total acuerdo de la población confirman el cumplimiento de los servicios en el tiempo establecido. Antagónico a este dato el 19,27% en desacuerdo junto al 4,69% en total desacuerdo consideran que la realización de las actividades no las concluye en el tiempo estimado con anterioridad.

6. Cuando usted tiene un problema en el HOTEL muestran un sincero interés en solucionarlo

Cuadro 6. Interés en Solución de Problemas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	22	5,7	5,7	5,7
Desacuerdo	30	7,8	7,8	13,5
Neutro	86	22,4	22,4	35,9
De acuerdo	124	32,3	32,3	68,2
Total acuerdo	122	31,8	31,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

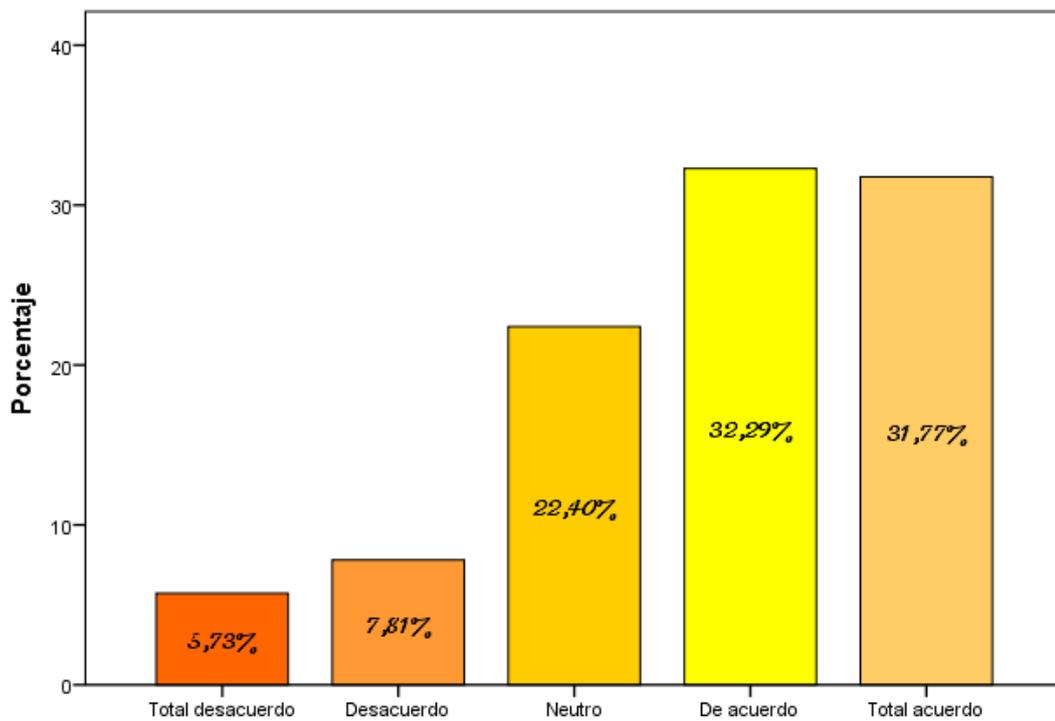


Figura 8. Interés en Solución de Problemas

ANÁLISIS

De acuerdo a los datos de la encuesta podemos notar que en su mayoría (32,29% y 31,77%) de las personas encuestadas opinan que los empleados de los establecimientos muestran interés y sinceridad al momento de brindar la ayuda requerida. A diferencia de un bajo porcentaje de personas (5,73% y 7,81%) opinan que los empleados de los hoteles se muestran descorteses al momento de brindar un servicio.

7. En el HOTEL realizan bien el servicio la primera vez.

Cuadro 7. Primera Impresión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	40	10,4	10,4	10,4
Desacuerdo	79	20,6	20,6	31,0
Neutro	83	21,6	21,6	52,6
De acuerdo	88	22,9	22,9	75,5
Total acuerdo	94	24,5	24,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

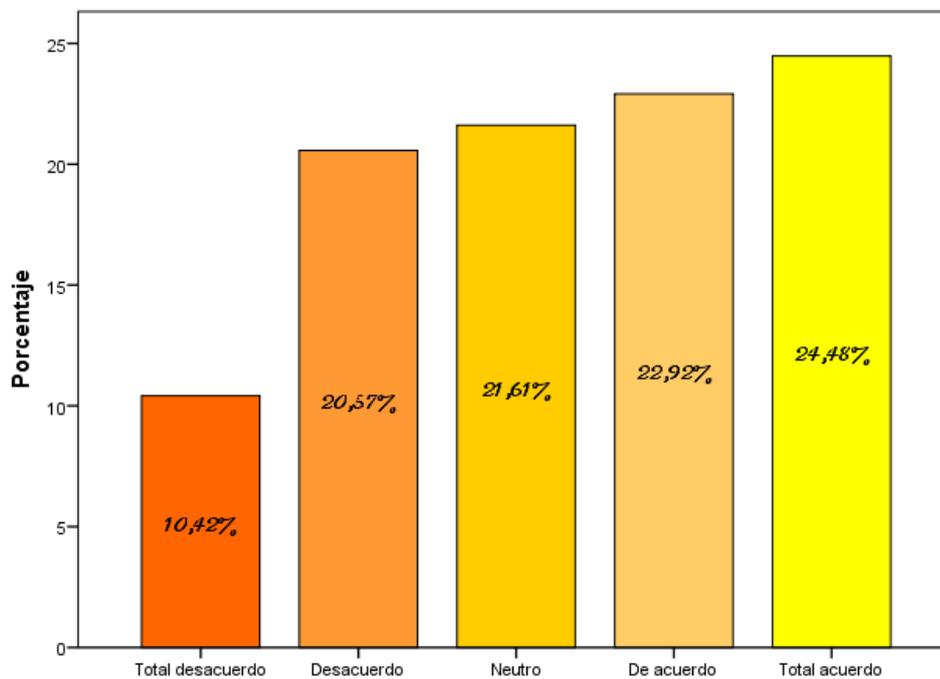


Figura 9. Primera Impresión

ANÁLISIS

Es poco las diferencias en porcentaje y opiniones de las personas encuestadas en lo referente a la primera impresión es decir el primer servicio que recibe en un hotel, para la mayoría de los encuestados su primera experiencia ha sido de su total gusto logrando un porcentaje del 47,40%. Para otros no ha sido de mucho placer su primera estancia logrando estos datos un porcentaje total de 30,99% argumentando un mal servicio o problemas con los empleados. A su vez un 21,61% no presentaron algún tipo de criterio referente al servicio hotelero.

8. En el HOTEL concluyen el servicio en el tiempo prometido.

Cuadro 8. Servicio en el Tiempo Prometido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	31	8,1	8,1	8,1
Desacuerdo	24	6,3	6,3	14,3
Neutro	62	16,1	16,1	30,5
De acuerdo	144	37,5	37,5	68,0
Total acuerdo	123	32,0	32,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen
Fuente: Encuesta

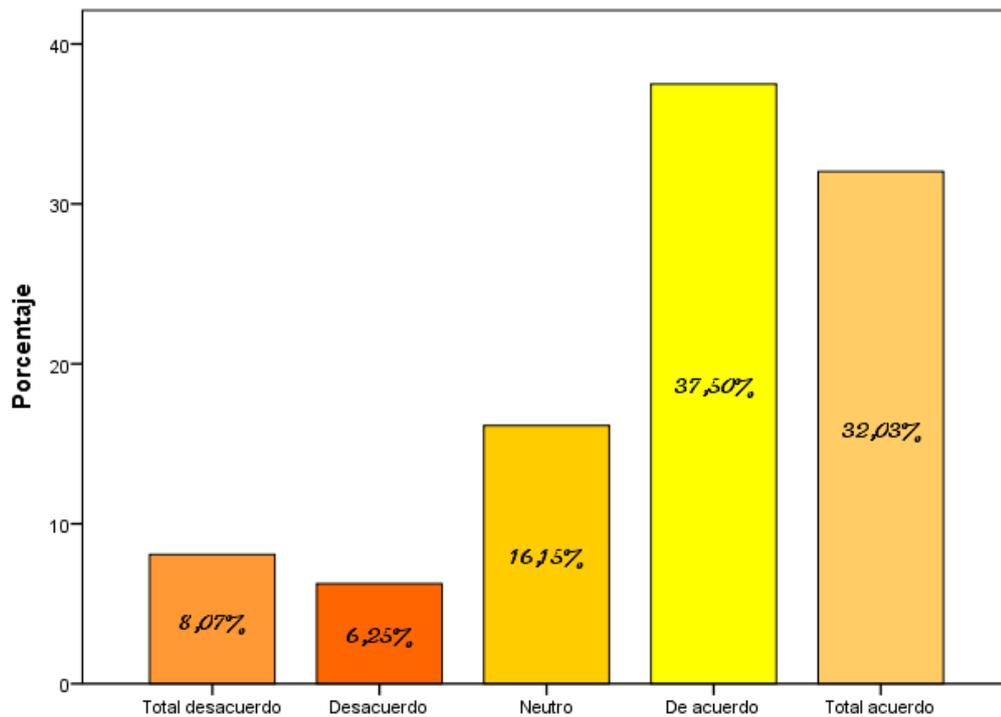


Figura 10. Servicio en el Tiempo Prometido

ANÁLISIS

Con un porcentaje del 69,53% las personas garantizaron que los empleados del establecimiento cumplen con el tiempo estimado para la culminación del servicio. Un 16,15% mostraron una opinión neutra respecto sobre el servicio en el tiempo prometido, por otro lado un 14,32% opinaron que los empleados del hotel demoran en el cumplimiento del servicio en el tiempo que se lo prometió.

9. En el HOTEL insisten en mantener registros exentos de errores.

Cuadro 9. Registro de Errores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	22	5,7	5,7	5,7
Desacuerdo	82	21,4	21,4	27,1
Neutro	97	25,3	25,3	52,3
De acuerdo	126	32,8	32,8	85,2
Total acuerdo	57	14,8	14,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen
Fuente: Encuesta

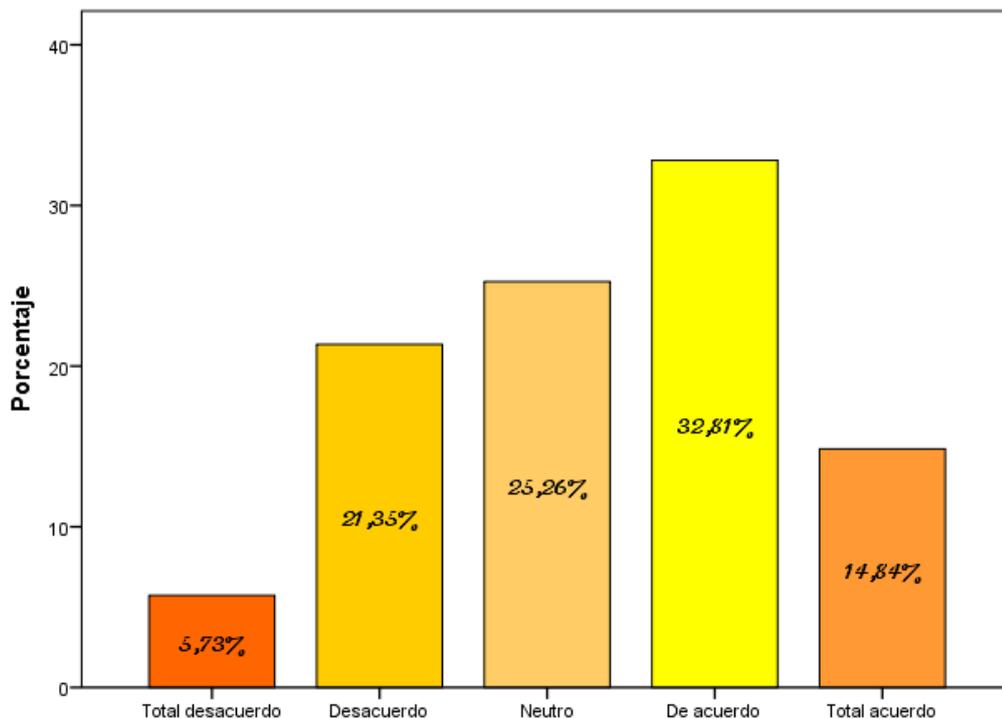


Figura 11. Registro de Errores

ANÁLISIS

En relación sobre mantener registros exentos de errores un 47,65% de los entrevistados piensan que los hoteles deberían realizar un buen servicio la primera vez para no registrar error alguno, un 27,08% de personas consideraron que se debe mantener un registro de errores para poder saber qué hacer en alguna circunstancia de emergencia. Por su lado un 25,26% no presento una opinión neutra con respecto a este tema.

10. Los empleados del HOTEL informan con precisión a los clientes de cuando concluirá cada servicio.

Cuadro 10. Comunicación Eficaz al Cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	11	2,9	2,9	2,9
Desacuerdo	31	8,1	8,1	10,9
Neutro	72	18,8	18,8	29,7
De acuerdo	177	46,1	46,1	75,8
Total acuerdo	93	24,2	24,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

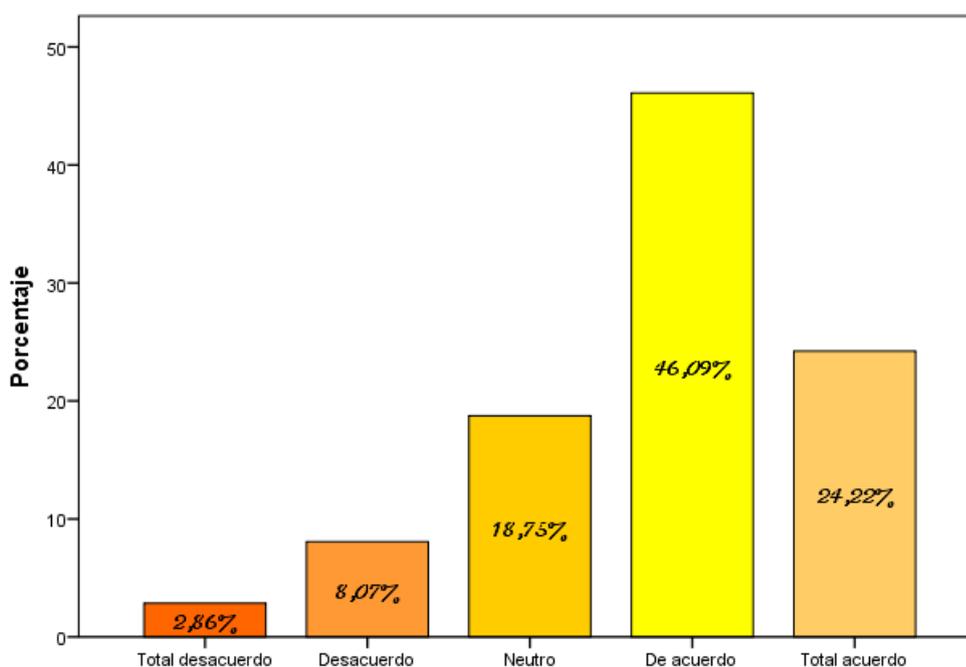


Figura 12. Comunicación Eficaz al Cliente

ANÁLISIS

Un 70,31% de personas encuestadas afirmaron que los empleados de los hoteles de la provincia del Guayas de la región 5 tienen una comunicación eficaz hacia los huéspedes con respecto a la comunicación empleado-huésped con respecto al servicio, por su lado un bajo porcentaje de personas equivalentes al 10,93% respondieron de manera negativa sobre este tema alegando falta de interés y comunicación de los empleados hacia los huéspedes.

11. Los empleados del HOTEL le sirven con rapidez

Cuadro 11. Servicio Rápido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	15	3,9	3,9	3,9
Desacuerdo	74	19,3	19,3	23,2
Neutro	84	21,9	21,9	45,1
De acuerdo	128	33,3	33,3	78,4
Total acuerdo	83	21,6	21,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

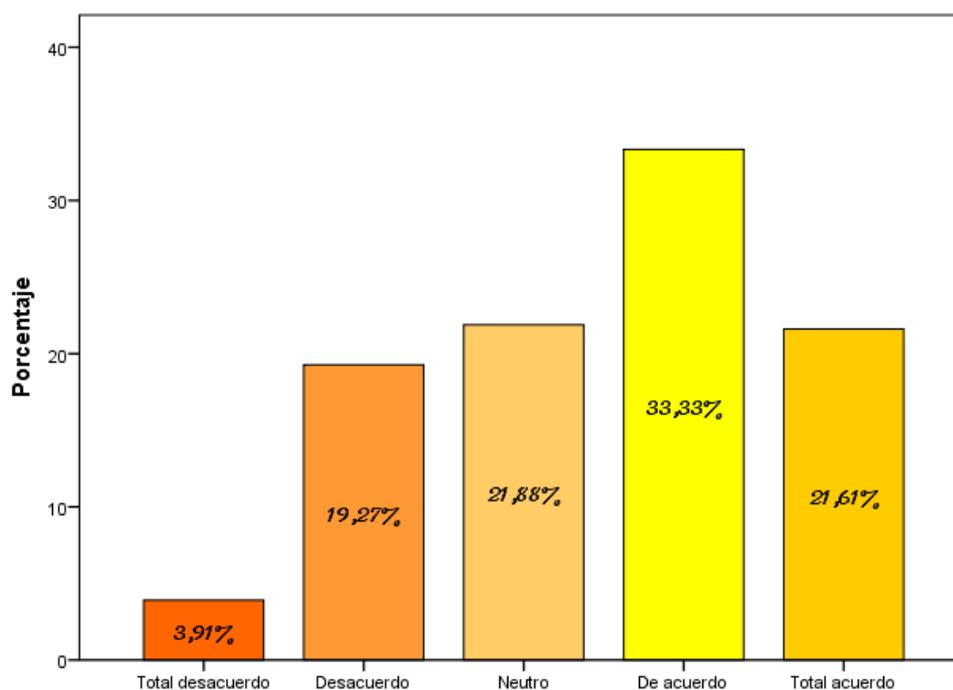


Figura 13. Servicio Rápido

ANÁLISIS

La eficacia del servicio es uno de los puntos primordiales en un servicio de calidad ayudando a comprometer al cliente con la empresa, esta fue la idea general del 54,94% que opinaron de manera acertada hacia este ítem sobre el trato recibido en los hoteles, antagónico a esto un 23,18% de personas juzgaron que el servicio ofrecido fue brindado de una manera lenta incumpliendo de esta forma a sus expectativas. Adicionando a estos resultados un 21,88% de personas tuvo una opinión neutral sobre la rapidez en el servicio alegando que no siempre pueden ser atendidos de igual manera en todos los establecimientos.

12. Los empleados del HOTEL siempre se muestran dispuestos a ayudarle

Cuadro 12. Disponibilidad de Ayuda

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	22	5,7	5,7	5,7
Desacuerdo	33	8,6	8,6	14,3
Neutro	83	21,6	21,6	35,9
De acuerdo	150	39,1	39,1	75,0
Total acuerdo	96	25,0	25,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

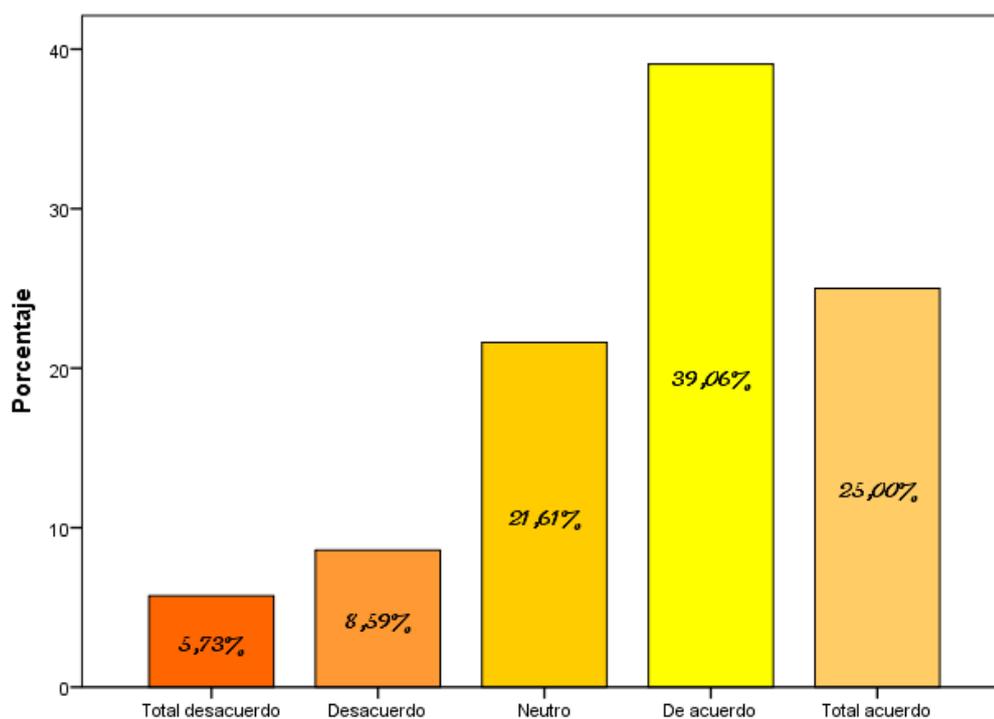


Figura 14. Disponibilidad de Ayuda

ANÁLISIS

Sobre la disponibilidad de ayuda que brindan los empleados del hotel a sus clientes un 14,32% de encuestados demostraron su inconformidad sobre este tema aduciendo que en algunos establecimientos han tenido que resolver sus inconvenientes por cuenta propia. De diferente opinión fue un 64,06% de clientes conformes que certificaron en el buen trato y deseo de ayudad e los empleados de los establecimientos de alojamiento.

13. Los empleados del HOTEL nunca están demasiados ocupados para responder sus preguntas

Cuadro 13. Disponibilidad de Tiempo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	23	6,0	6,0	6,0
Desacuerdo	92	24,0	24,0	29,9
Neutro	155	40,4	40,4	70,3
De acuerdo	82	21,4	21,4	91,7
Total acuerdo	32	8,3	8,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen
Fuente: Encuesta

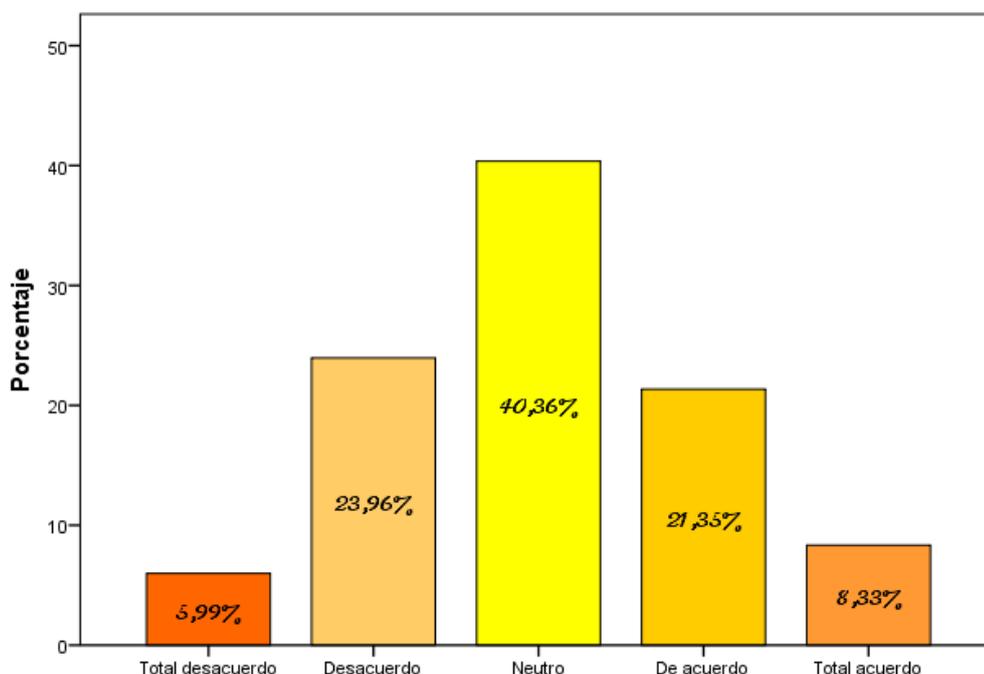


Figura 15. Disponibilidad de Tiempo

ANÁLISIS

El 40,36% de personas manifestaron que no siempre los empleados de los hoteles presentan disponibilidad de tiempo para responder preguntas. A su vez un 29,68% de personas afirmaron que los empleados del hotel brindan el tiempo necesario para aclarar cualquier duda que presente el huésped. Y un 29,95% de encuestados manifestaron su desacuerdo en la atención que se les ha brindado al momento de disipar sus inquietudes.

14. El comportamiento de los empleados del HOTEL le transmite confianza

Cuadro 14. Confianza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	28	7,3	7,3	7,3
Desacuerdo	54	14,1	14,1	21,4
Neutro	140	36,5	36,5	57,8
De acuerdo	113	29,4	29,4	87,2
Total acuerdo	49	12,8	12,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

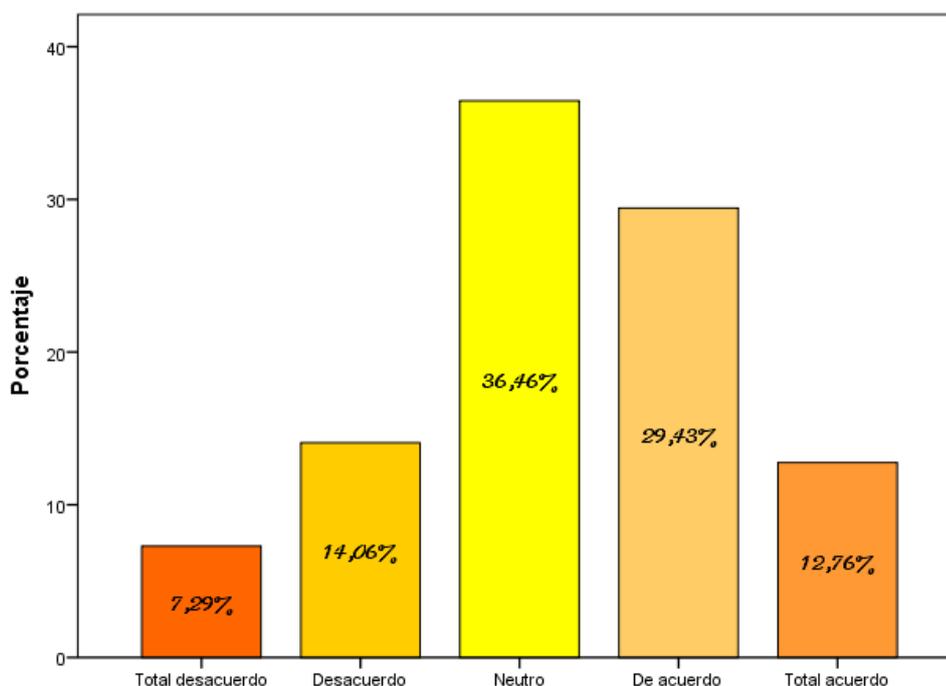


Figura 16. Confianza

ANÁLISIS

Con respecto a la confianza que transmiten los empleados de los hoteles un 36,46% de personas manifestaron una opinión neutra, es decir, han podido sentir confianza en ciertos establecimientos y en otros no. Mientras que un 42,19% aseguran haber sentido una plena confianza hacia quienes los atendieron en los diferentes establecimientos hoteleros. Un 21,35% de personas argumentó una mala experiencia sobre la tranquilidad y confianza que percibieron de los trabajadores de los hoteles, motivo por el cual no se sintieron satisfechos con el servicio.

15. Usted se siente seguro en sus transacciones con el HOTEL

Cuadro 15. Seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	31	8,1	8,1	8,1
Desacuerdo	90	23,4	23,4	31,5
Neutro	76	19,8	19,8	51,3
De acuerdo	122	31,8	31,8	83,1
Total acuerdo	65	16,9	16,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

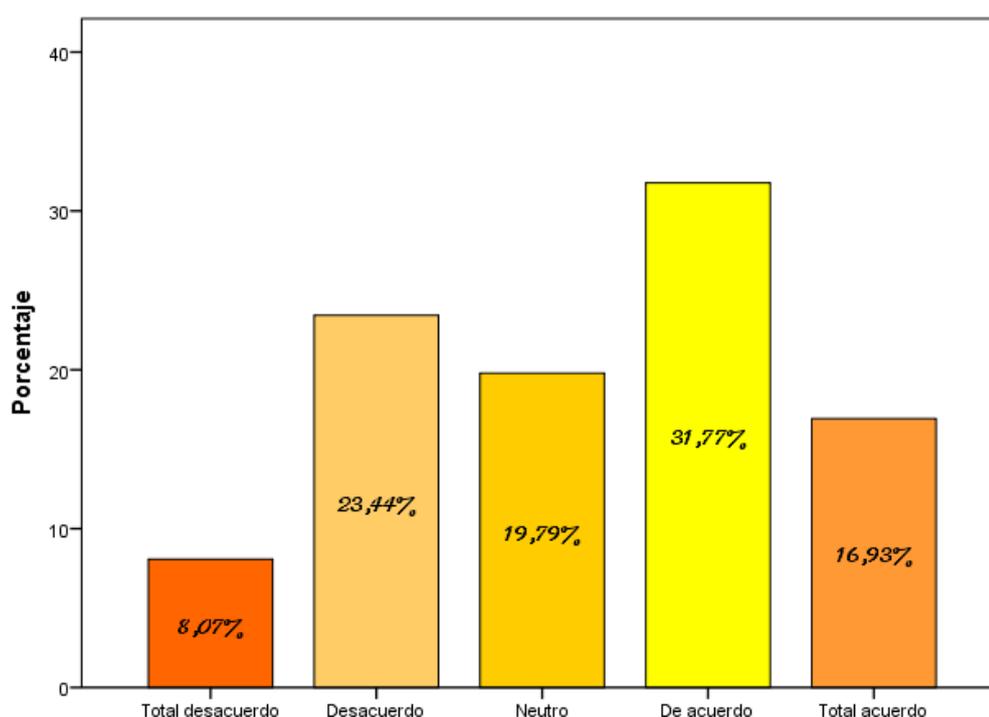


Figura 17. Seguridad

ANÁLISIS

Un 48,70% de personas encuestadas confirmaron que presentan un sentimiento de seguridad al momento de realizar las transacciones con el hotel, debido que hasta por el momento todo ha sido correcto en las visitas realizadas a diferentes establecimientos. Un 31,51% dijeron sentirse inseguros a causa de ciertas experiencias personales o transmitidas por terceras personas. Un 19,79% se mantuvo neutral sobre este tema.

16. Los empleados del HOTEL son siempre amables con usted

Cuadro 16. Amabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	25	6,5	6,5	6,5
Desacuerdo	42	10,9	10,9	17,4
Neutro	93	24,2	24,2	41,7
De acuerdo	110	28,6	28,6	70,3
Total acuerdo	114	29,7	29,7	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

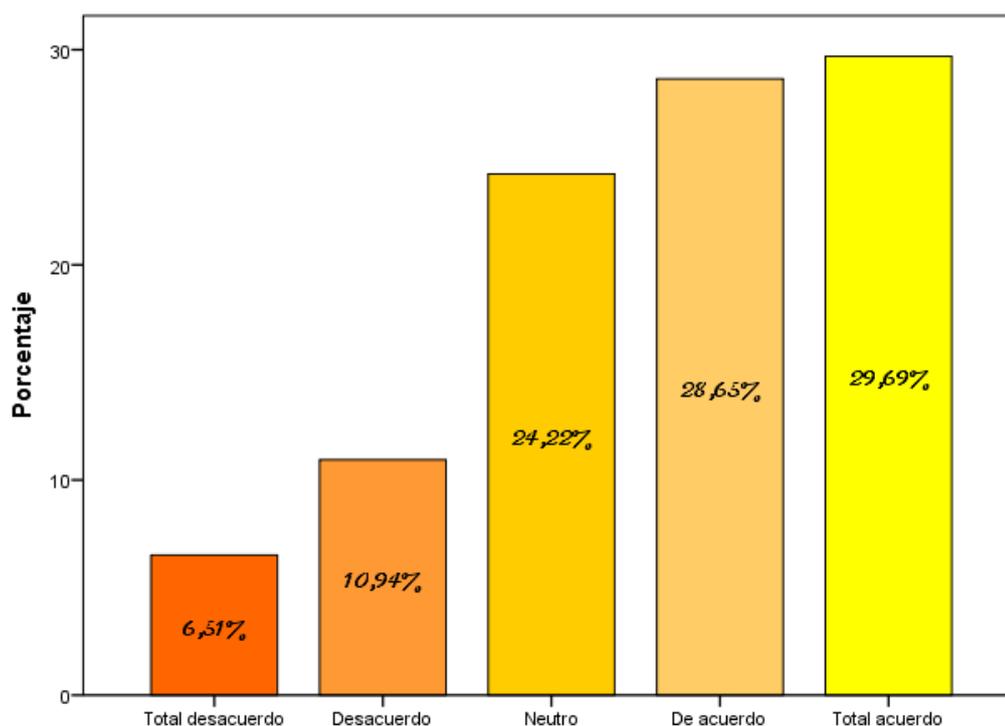


Figura 18. Amabilidad

ANÁLISIS

La amabilidad es una característica que todo aquel que labore en una institución de servicio debe tener y es confirmado por un 58,34% de personas encuestadas al comunicarnos sus experiencias en los hoteles del guayas de la región 5. Es bajo el porcentaje de personas que opinaron que no todos los empleados son amables con los clientes teniendo un porcentaje de 17,45%, mientras que un 24,22% de personas prefirieron opinar neutral.

17. Los empleados del HOTEL tienen conocimientos suficientes para contestar las preguntas que les hace

Cuadro 17. Conocimientos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	69	18,0	18,0	18,0
Desacuerdo	60	15,6	15,6	33,6
Neutro	146	38,0	38,0	71,6
De acuerdo	74	19,3	19,3	90,9
Total acuerdo	35	9,1	9,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen
Fuente: Encuesta

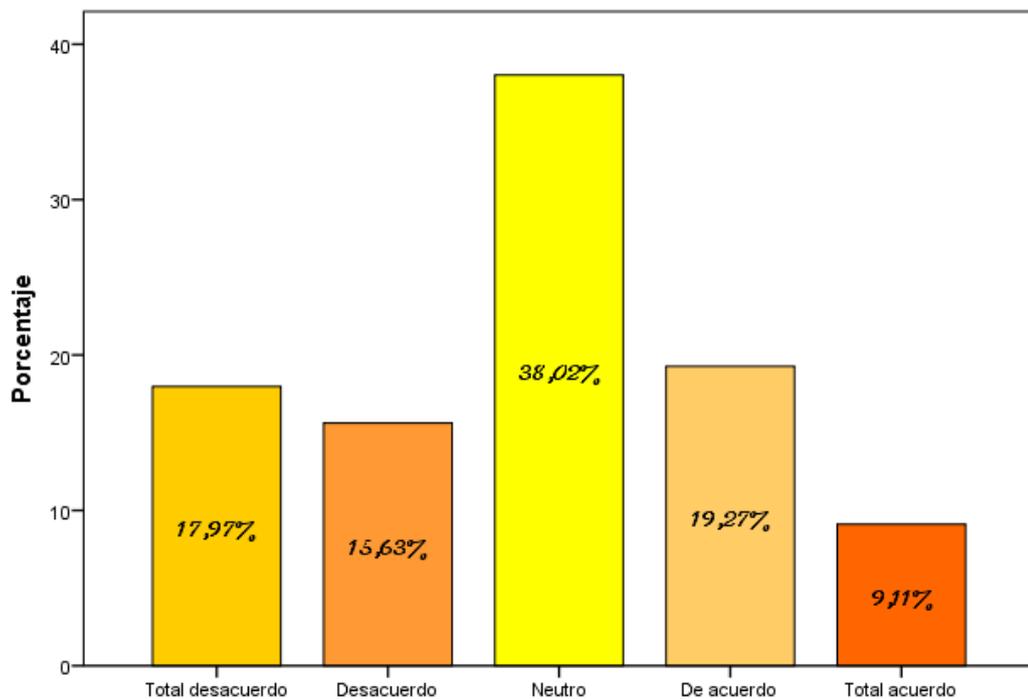


Figura 19. Conocimientos

ANÁLISIS

Con respecto a los conocimientos que presentan los empleados de los hoteles se mantuvo un promedio bajo de 28,44% de personas que estuvieron de acuerdo que tienen los conocimientos necesarios. Un 33,60% de personas se mostraron inconformes en cuanto a este ítem manifestando la falta de conocimientos tanto del lugar como de cultura general. Mientras que un 38,02% argumentaron de manera neutral que los conocimientos que presentan los empleados son los justos para poder ayudar a los clientes.

18. En el HOTEL le dan una atención individualizada

Cuadro 18. Atención Individualizada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	37	9,6	9,6	9,6
Desacuerdo	46	12,0	12,0	21,6
Neutro	114	29,7	29,7	51,3
De acuerdo	84	21,9	21,9	73,2
Total acuerdo	103	26,8	26,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

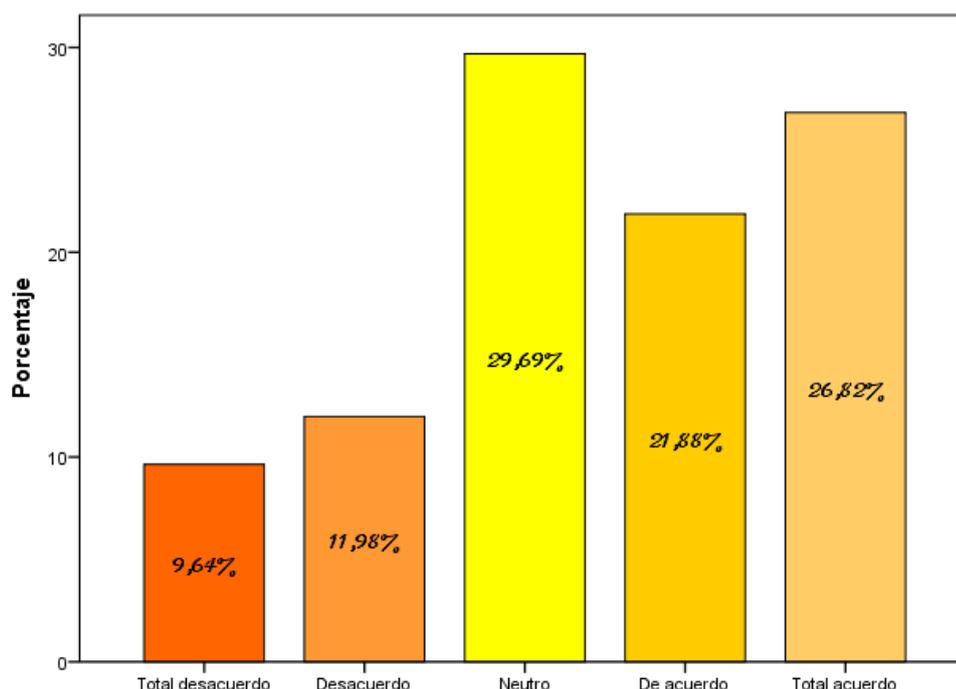


Figura 20. Atención Individualizada

ANÁLISIS

El 48,70% de encuestados manifestaron estar de acuerdo en que se les debe brindar una atención individualizada y la han obtenido en algunos establecimientos. Por otro lado un 21,62% de personas mostraron su inconformidad debido a malas experiencias por el mal servicio de los empleados al confundir sus requerimientos y no tratarlos de manera individual. Entretanto un 29,69% de encuestados se mostraron indiferentes ante este ítem.

19. En el HOTEL tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes

Cuadro 19. Atención 24/horas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	10	2,6	2,6	2,6
Desacuerdo	20	5,2	5,2	7,8
Neutro	127	33,1	33,1	40,9
De acuerdo	94	24,5	24,5	65,4
Total acuerdo	133	34,6	34,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen
Fuente: Encuesta

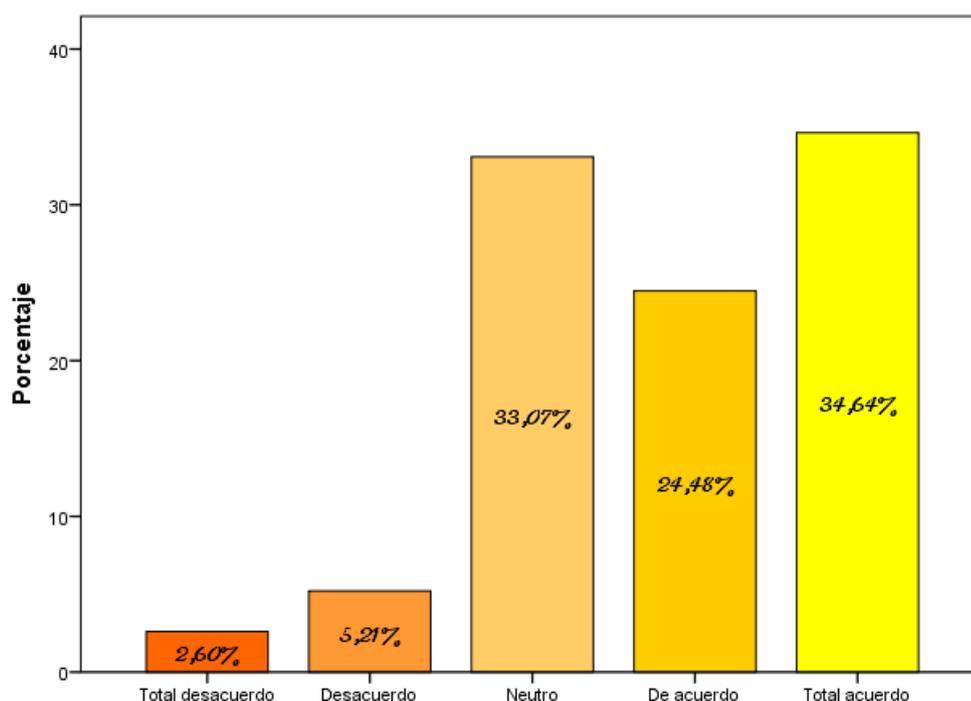


Figura 21. Atención 24/horas

ANÁLISIS

Con respecto a este ítem se puede encontrar un 59,12% de personas en total acuerdo de que los hoteles deben tener una atención conveniente para todos los clientes en diferentes horarios y circunstancias. Mientras que un 7,81% de personas no lo consideran dando sus experiencias de no haber podido utilizar ciertos servicios por falta de personal. Entretanto un 33,07% no pudieron dar una respuesta específica sobre los horarios convenientes de trabajo.

20. Los empleados del HOTEL le dan una atención personalizada

Cuadro 20. Atención Personalizada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	31	8,1	8,1	8,1
Desacuerdo	19	4,9	4,9	13,0
Neutro	85	22,1	22,1	35,2
De acuerdo	126	32,8	32,8	68,0
Total acuerdo	123	32,0	32,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

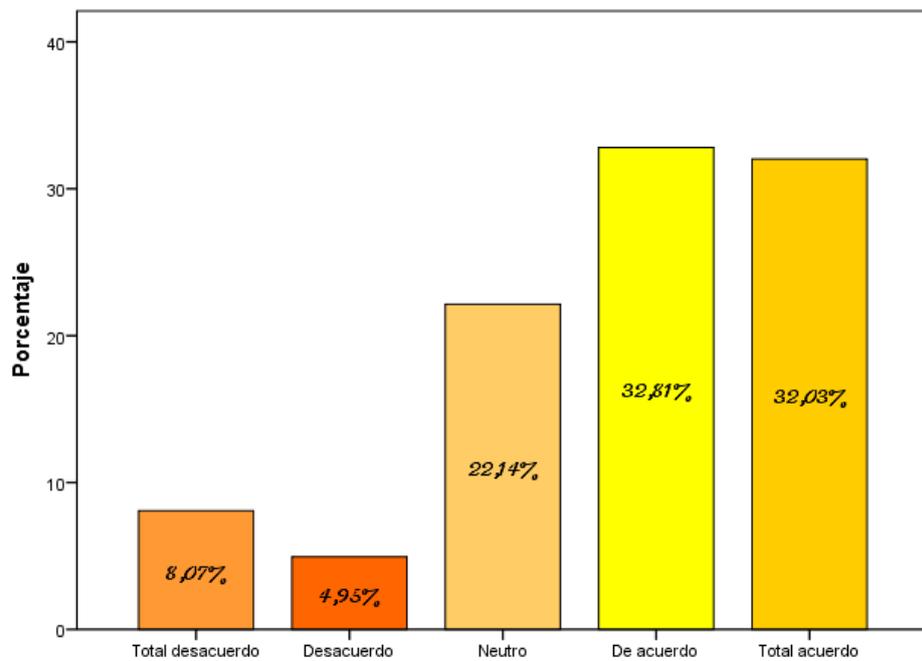


Figura 22. Atención Personalizada

ANÁLISIS

El 64.84% de los encuestados manifestaron que los empleados del hotel les ofrecieron una atención personalizada en el servicio adquirido mientras que un 22,14 % manifestaron de manera neutra, el 13,02% de los encuestados manifestaron su desacuerdo en haber recibido una atención personalizada.

21. En el HOTEL se preocupan por sus mejores intereses.

Cuadro 21. Preocupación por los Clientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	10	2,6	2,6	2,6
Desacuerdo	21	5,5	5,5	8,1
Neutro	73	19,0	19,0	27,1
De acuerdo	197	51,3	51,3	78,4
Total acuerdo	83	21,6	21,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

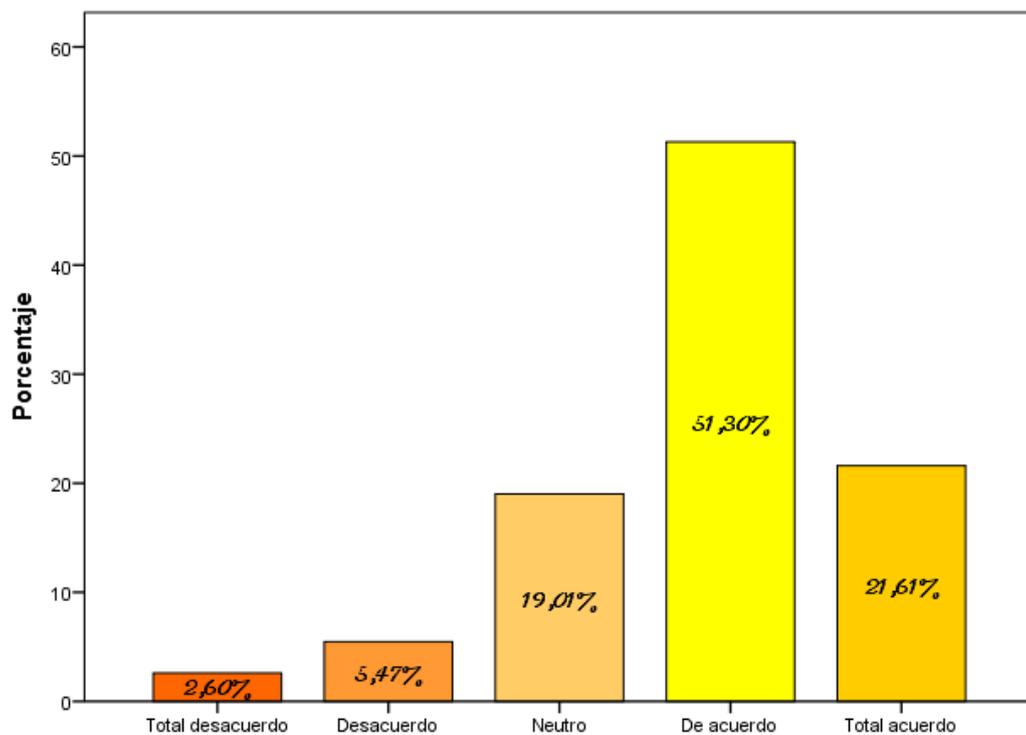


Figura 23. Preocupación por los Clientes

ANALISIS

El 72,91% de los encuestados demostraron que los empleados de los hoteles les demostraron preocupación por sus intereses, mientras que un 19,01% de los encuestados respondieron de forma neutra y un 8,07% de los encuestados argumentaron no haber percibido de los empleados hayan demostrado preocupación por los intereses.

22. Los empleados del HOTEL comprenden sus necesidades específicas

Cuadro 22. Comprensión al Cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	22	5,7	5,7	5,7
Desacuerdo	42	10,9	10,9	16,7
Neutro	105	27,3	27,3	44,0
De acuerdo	121	31,5	31,5	75,5
Total acuerdo	94	24,5	24,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

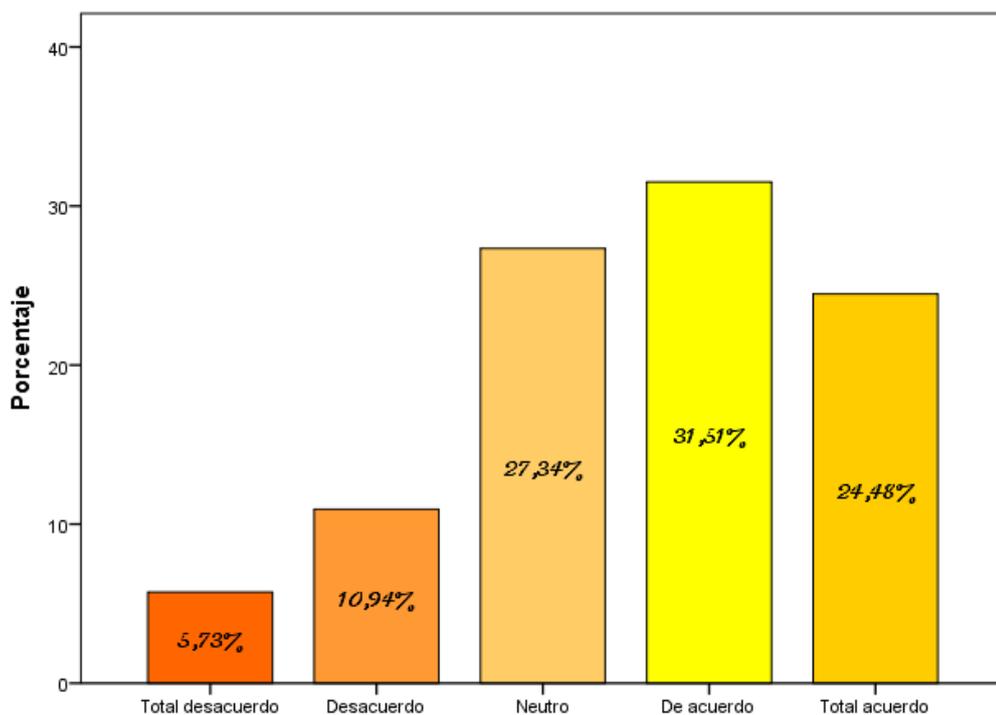


Figura 24. Comprensión al Cliente

ANÁLISIS

Un 55,99% de encuestados están de acuerdo en que los empleados de los hoteles comprenden al cien por ciento todas sus necesidades y de esta manera les han podido brindar un servicio de calidad. Un 16,67% están en desacuerdo sobre la comprensión de los empleados sobre las necesidades de los clientes argumentando confusión sobre servicios o malos entendidos. Entretanto un 27,34% opino de manera neutral sobre esto.

23. ¿Cuál característica es la más importante para usted que debe manejar un HOTEL?

Cuadro 23. Característica más Importante

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
• Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación	53	13,8	13,8	13,8
• Habilidad para realizar el servicio prometido de forma segura y precisa	57	14,8	14,8	28,6
• Disposición para ayudar a los clientes y darles un servicio rápido	77	20,1	20,1	48,7
• Conocimientos y trato amable de los empleados y habilidad para transmitir un sentimiento de fe y confianza	183	47,7	47,7	96,4
• Cuidado, atención individualizada a sus clientes	14	3,6	3,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

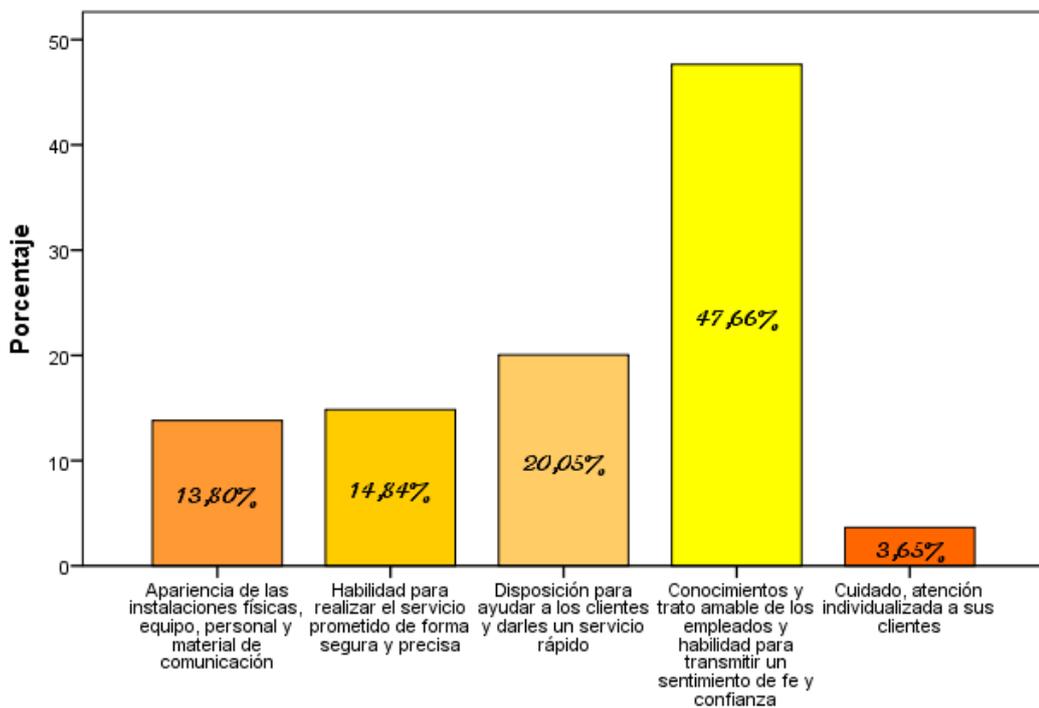


Figura 25. Característica más Importante

ANÁLISIS

La característica más importante que los clientes buscan en un hotel es que sus empleados les transmitan un sentimiento de fe y confianza, siendo amables siempre con los clientes y con una gran disposición de ayuda y conocimientos necesarios para cumplir con las expectativas deseadas.

24. ¿Cuál característica es la segunda más importante para usted que debe manejar un HOTEL?

Cuadro 24. Segunda Característica Importante

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
• Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación	45	11,7	11,7	11,7
• Habilidad para realizar el servicio prometido de forma segura y precisa	133	34,6	34,6	46,4
• Disposición para ayudar a los clientes y darles un servicio rápido	85	22,1	22,1	68,5
• Conocimientos y trato amable de los empleados y habilidad para transmitir un sentimiento de fe y confianza	101	26,3	26,3	94,8
• Cuidado, atención individualizada a sus clientes	20	5,2	5,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

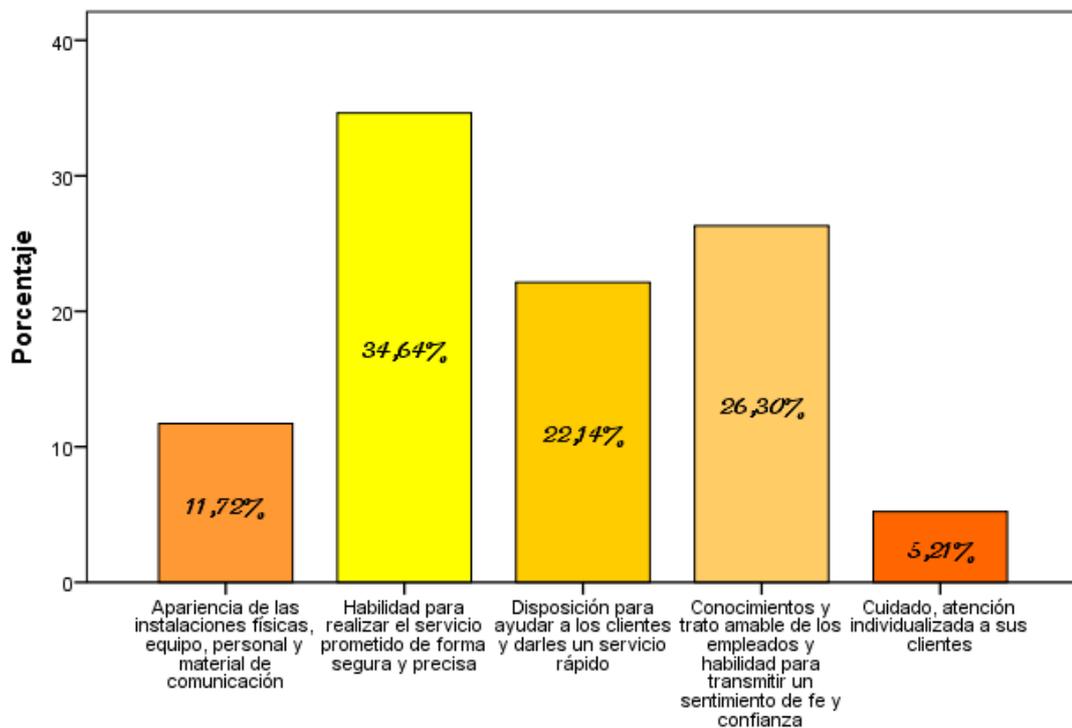


Figura 26. Segunda Característica Importante

ANÁLISIS

Como segunda característica los huéspedes buscan que el servicio sea cumplido en el tiempo prometido y de la manera más eficaz posible, ya que esto les brinda un sentimiento de importancia del hotel hacia ellos.

25. ¿Cuál característica es la menos importante para usted que debe manejar un HOTEL?

Cuadro 25. Característica Menos Importante

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
• Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación	82	21,4	21,4	21,4
• Habilidad para realizar el servicio prometido de forma segura y precisa	40	10,4	10,4	31,8
• Disposición para ayudar a los clientes y darles un servicio rápido	71	18,5	18,5	50,3
• Conocimientos y trato amable de los empleados y habilidad para transmitir un sentimiento de fe y confianza	41	10,7	10,7	60,9
• Cuidado, atención individualizada a sus clientes	150	39,1	39,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

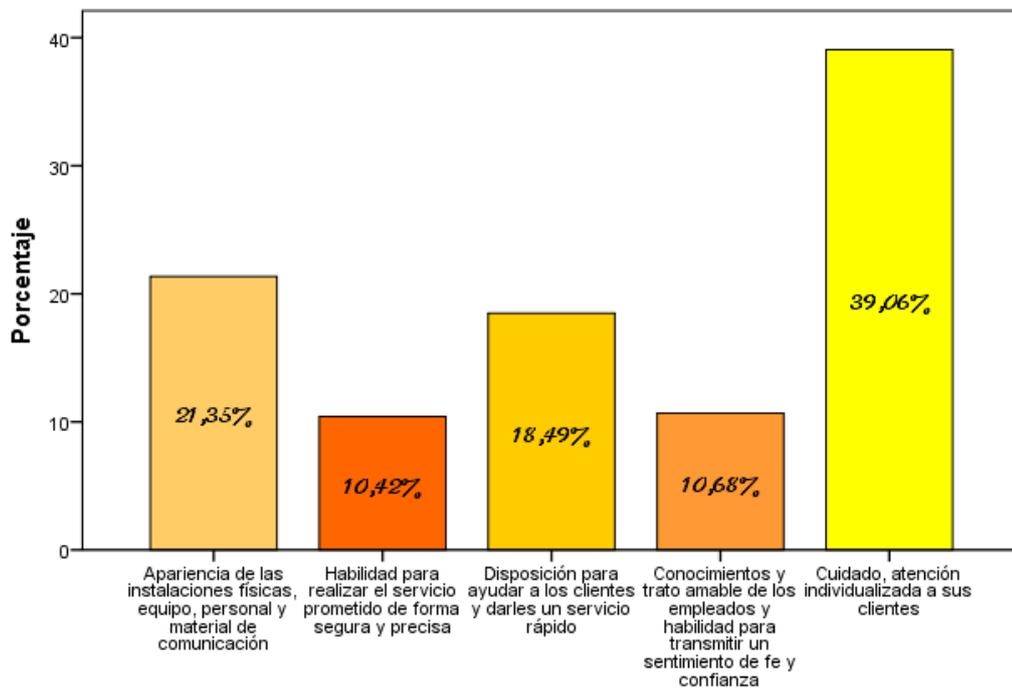


Figura 27. Característica Menos Importante

ANÁLISIS

Para algunas personas la atención individualizada que les puedan brindar es la característica de menor relevancia, puesto que mientras se sientan seguros y el servicio se cumpla correctamente los huéspedes se sienten satisfechos.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS GENERAL

El análisis mediante prueba de chi-cuadrado de Pearson entre las variables sobre la ejecución de un buen servicio por primera vez y el control de un registro libre de errores pertenecientes a la hipótesis general de la investigación, se concluye una relación de dependencia entre las dos variables, su nivel de significancia es de 0.000, dado que el 47% de los encuestados, indican que en los hoteles realizan bien el servicio la primera vez, y ese mismo porcentaje declaran que los hoteles insisten en mantener registros extensos de errores.

Cuadro 26 Verificación de Hipótesis General

		En el HOTEL insisten en mantener registros extensos de errores					Total
		Total desacuerdo	Desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Total acuerdo	
En el HOTEL realizan bien el servicio la primera vez	Total desacuerdo	17	14	9	0	0	40
	Desacuerdo	5	14	20	22	18	79
	Neutro	0	42	31	10	0	83
	De acuerdo	0	12	30	29	17	88
	Total acuerdo	0	0	7	65	22	94
Total		22	82	97	126	57	384

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

Cuadro 27. Pruebas de chi-cuadrado hipótesis general

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	278,725 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	276,913	16	,000
N de casos válidos	384		

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

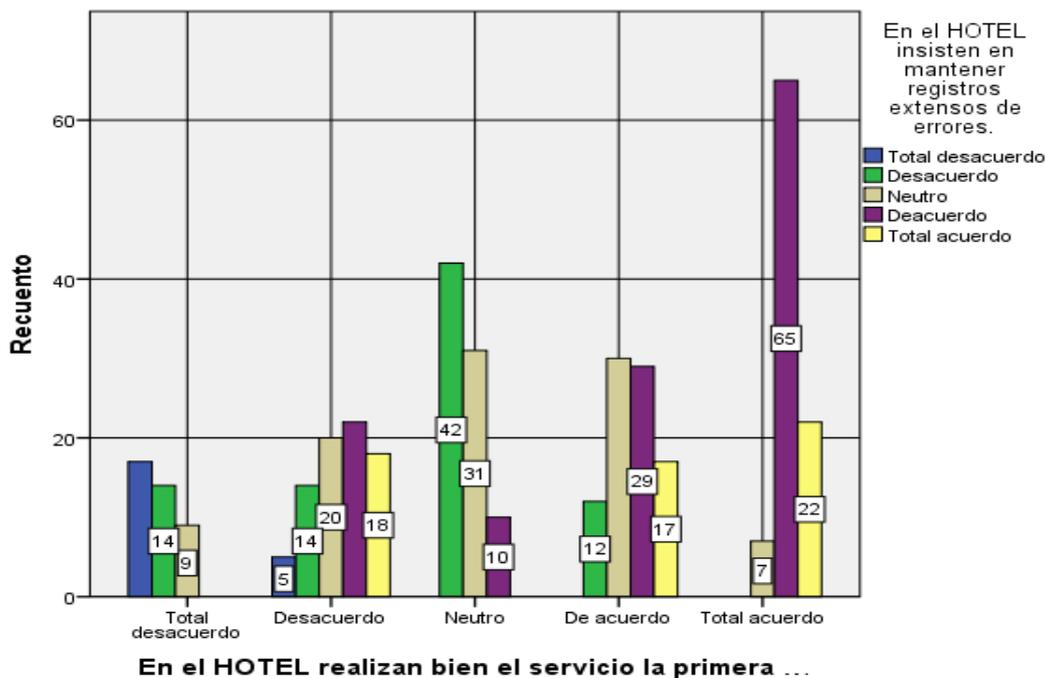


Figura 28. Análisis de Verificación de Hipótesis General

Hipótesis particular 1

Dada la hipótesis que el comportamiento de los empleados del hotel permite que el cliente se sienta seguro con las transacciones del hotel transmitiendo confianza, se pudo comprobar que hay relación entre sus variable dependiente e independiente, su nivel de significancia es de 0.000 aplicando chi-cuadrado de Pearson, así como el 42% de la muestra seleccionada señalaron que el comportamiento de los empleados le transmiten confianza y los mismos señalaron que el 49% se siente seguro con las transacciones del hotel.

Cuadro 28. Verificación de Hipótesis Particular 1

		Usted se siente seguro en sus transacciones con el HOTEL					Total
		Total desacuerdo	Desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Total acuerdo	
El comportamiento de los empleados del HOTEL le transmite confianza	Total desacuerdo	3	13	3	8	1	28
	Desacuerdo	11	26	13	0	4	54
	Neutro	17	46	46	31	0	140
	De acuerdo	0	5	11	76	21	113
	Total acuerdo	0	0	3	7	39	49
Total		31	90	76	122	65	384

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen
Fuente: Encuesta

Cuadro 29. Pruebas de chi-cuadrado hipótesis particular 1

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	319,278 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	324,621	16	,000
N de casos válidos	384		

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

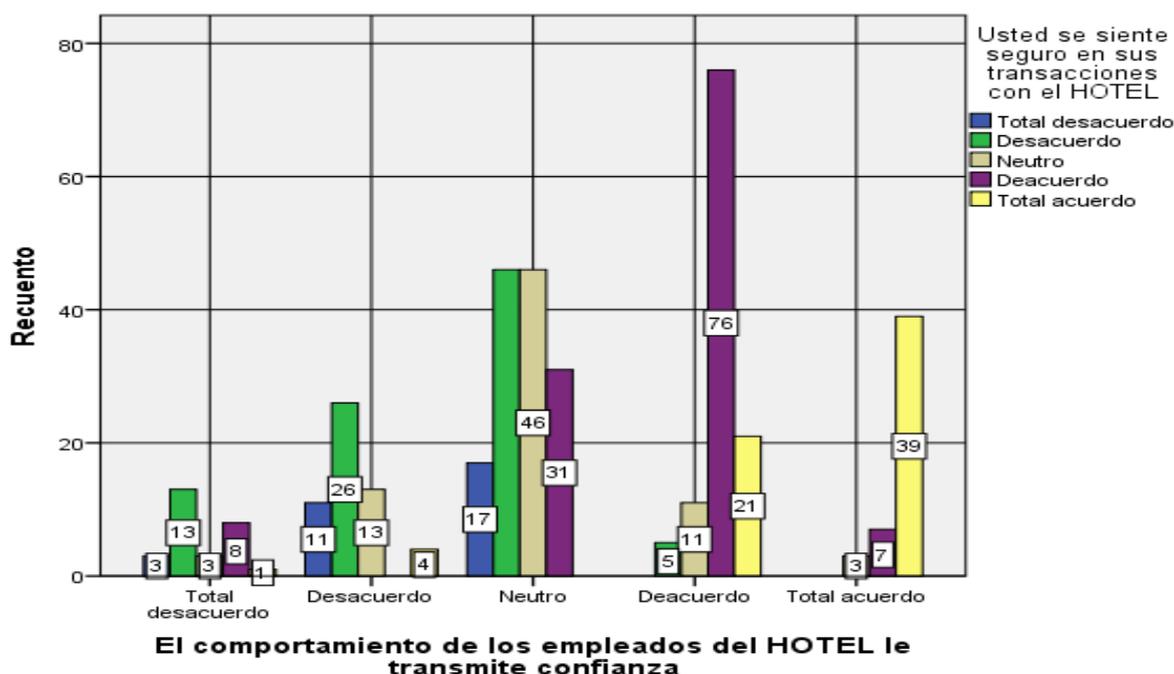


Figura 29. Análisis de Verificación de Hipótesis Particular 1

Hipótesis particular 2

El análisis mediante prueba de chi-cuadrado de Pearson entre las variables sobre el conocimiento de los empleados del hotel y las necesidades del cliente durante el servicio pertenecientes a la hipótesis particular 2 de la investigación, se concluye una relación de dependencia entre las dos variables, su nivel de significancia es de 0.000, dado que el 55% de los encuestados, indican que los empleados en los hoteles sirven con rapidez, y el 28% declaran que los hoteles insisten en mantener registros exentos de errores.

Cuadro 30. Verificación de hipótesis particular 2

		Los empleados del HOTEL tienen conocimientos suficientes para contestar las preguntas que les hace					Total
		Total desacuerdo	Desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Total acuerdo	
Los empleados del HOTEL le sirven con rapidez	Total desacuerdo	11	4	4	1	10	30
	Desacuerdo	18	26	32	27	12	115
	Neutro	17	13	79	12	1	122
	De acuerdo	23	11	19	30	3	86
	Total acuerdo	0	6	12	4	9	31
Total		69	60	146	74	35	384

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

Cuadro 31. Pruebas de chi-cuadrado hipótesis particular 2

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	126,897 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	124,961	16	,000
N de casos válidos	384		

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen

Fuente: Encuesta

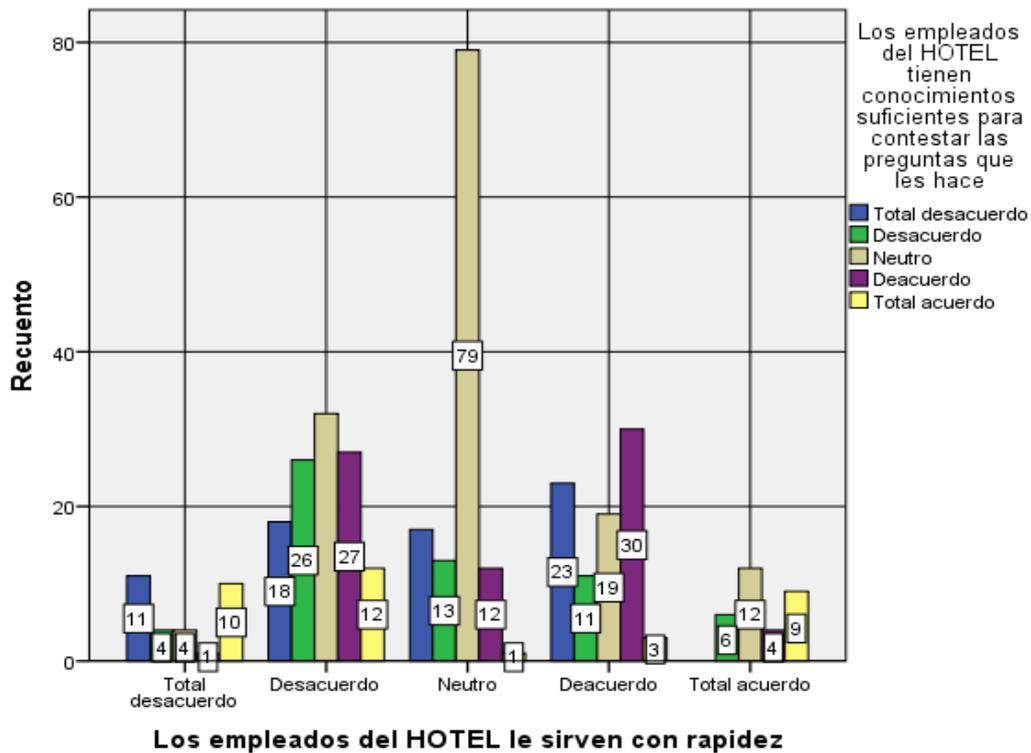


Figura 30. Análisis de Verificación de Hipótesis Particular 2

Hipótesis particular 3

Dada la hipótesis que la atención personalizada que los empleados del hotel brindan a sus clientes demuestra la preocupación por los intereses de sus clientes, se pudo comprobar que hay relación entre sus variable dependiente e independiente, su nivel de significancia es de 0.000 aplicando chi-cuadrado de Pearson.

Cuadro 32. Verificación de hipótesis particular 3

		En el HOTEL se preocupan por sus mejores intereses					Total
		Total desacuerdo	Desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Total acuerdo	
Los empleados del HOTEL le dan una atención personalizada	Total desacuerdo	10	0	21	0	0	31
	Neutro	0	21	21	41	11	94
	De acuerdo	0	0	10	115	11	136
	Total acuerdo	0	0	21	41	61	123
	Total	10	21	73	197	83	384

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen
Fuente: Encuesta

Cuadro 33. Pruebas de chi-cuadrado hipótesis particular 3

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	348,976 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	278,546	16	,000
N de casos válidos	384		

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen
Fuente: Encuesta

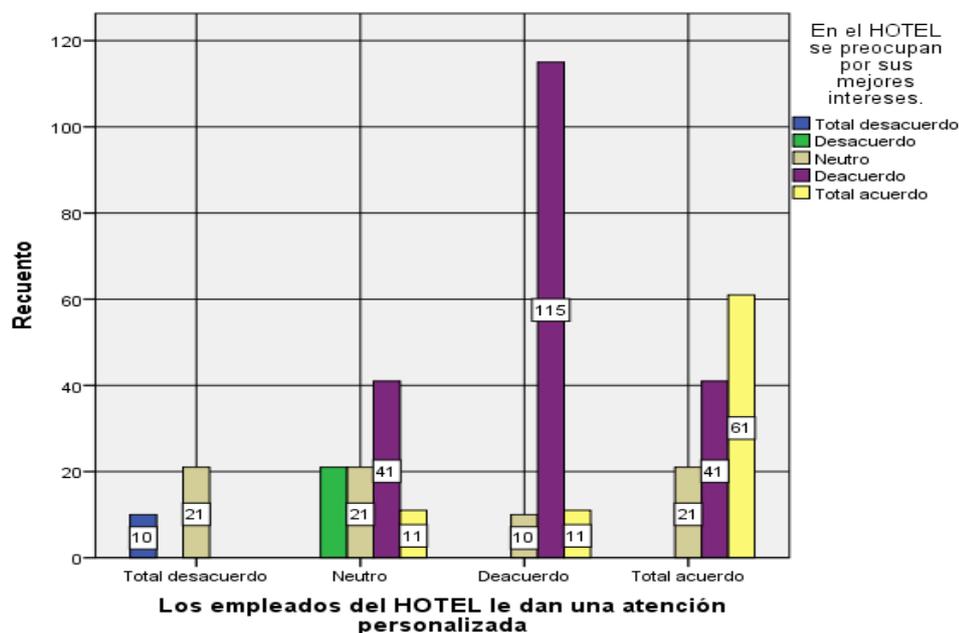


Figura 31. Análisis de Verificación de Hipótesis Particular 3

Hipótesis particular 4

Dada la hipótesis que el marketing influye en la apariencia moderna que transmiten los hoteles, se pudo comprobar que hay relación entre sus variable dependiente e independiente, su nivel de significancia es de 0.000 aplicando chi-cuadrado de Pearson.

Cuadro 34. Verificación de hipótesis particular 4

		Los materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuentas, etc.) que utiliza el HOTEL son visualmente atractivos.					Total
		Total desacuerdo	Desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Total acuerdo	
Los equipos del HOTEL tiene la apariencia de ser modernos	Total desacuerdo	1	15	11	0	0	27
	Neutro	29	16	8	0	1	54
	De acuerdo	20	47	66	21	11	165
	Total acuerdo	5	9	21	48	0	83
	Total	4	2	2	20	27	55

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen
Fuente: Encuesta

Cuadro 35. Pruebas de chi-cuadrado hipótesis particular 4

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	289,688 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	262,093	16	,000
N de casos válidos	384		

Elaborado por: Quiñonez Lorena y Larrosa Karen
Fuente: Encuesta

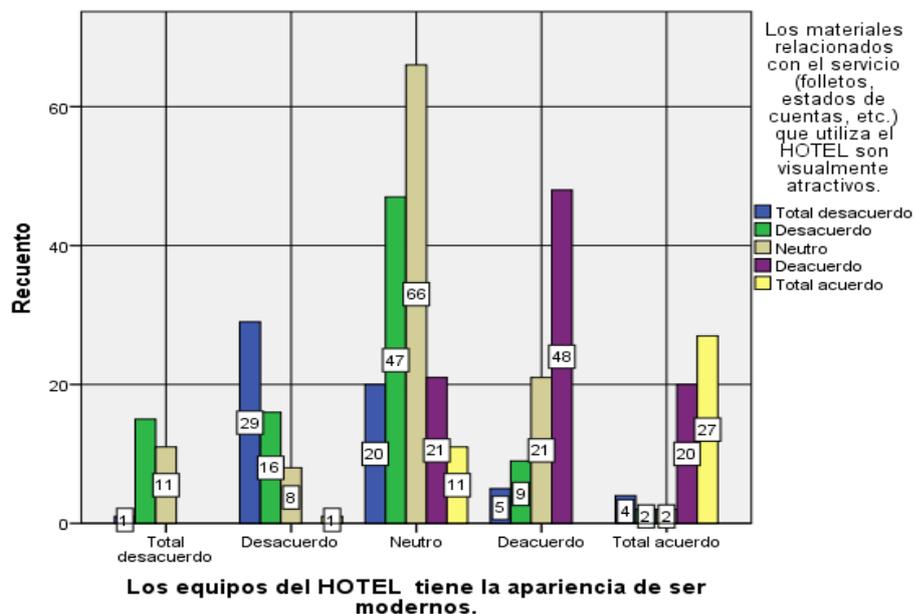


Figura 32. Análisis de Verificación de Hipótesis Particular 4

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Manual de hospitalidad turística para los establecimientos hoteleros en los cantones del Guayas de la zona de planificación 5.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Calidad.-Superioridad o excelencia de algo o de alguien

Percepciones.-Primer conocimiento de una cosa por medio de las impresiones que comunican los sentidos

SERVQUAL.- (Service of Quality) Cuestionario con preguntas estandarizadas que sirve para determinar el nivel de satisfacción de calidad en servicios que se brindan a los clientes, herramienta desarrollada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L.

Turismo.- El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. (OMT ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO)

La necesidad de crear un manual de hospitalidad turística es vital, debido a que la atención cara a cara que brinda el personal de los hoteles a los usuarios “huésped” es la carta de presentación la cual da de que hablar de un establecimiento hotelero. De ahí parte la necesidad de crear un manual el cual este dirigido al sector hotelero del guayas y de la zona de planificación 5 para mejorar la

calidad de servicio que permita mantener un registro libre de errores y así contribuir al crecimiento turístico del sector

El objetivo de la creación de un manual de hospitalidad es principalmente mantener un registro libre de errores para que los establecimientos hoteleros para que brinden un servicio de calidad este tendría beneficios a corto plazo como: mejorar la calidad de atención, mitigar errores que se estén suscitando durante el servicio y largo plazo como: evitar errores durante el servicio ya a su vez mantener un registro libre de errores que les permita brindar un servicio de calidad los usuarios A través de un manual de hospitalidad a se permitirá brindar un servicio de calidad a través de:

- Estrategias que permitan dar un buen servicio
- Lineamientos de cómo tratar a los diferentes tipos de clientes
- El establecer parámetros para una atención personalizada
- Usar las herramientas del marketing para aumentar la demanda

El uso del manual de hospitalidad será de ayuda e importancia ya que los establecimientos hoteleros verán el manual como una ayuda o una herramienta estratégica para mitigar sus errores y demostrar una mayor calidad de servicio y así aumentar su demanda turística para que Guayas siga liderando como una de las provincias más visitadas a nivel nacional.

Importancia para el usuario.- el usuario será un beneficiario indirecto ya que a los establecimientos hoteleros que apliquen este manual les permitirá dar un servicio libre de errores al usuario, el cual se sentirá satisfecho con dicho servicio no solo de un solo hotel sino de los hoteles del guayas y de la zona de planificación 5 ayudando y aportando al turismo que se está desarrollando por medio de las rutas turísticas establecidas por la prefectura.

Importancia para el sector hotelero.- un manual de hospitalidad turística para el sector hotelero es vital, ya que les brindara lineamientos, el cual ayudara a los

establecimientos hoteleros regirse o acoplarse a las mismas permitiendo crear ciertas estrategias para mejorar su calidad de servicio, permitiendo que los proveedores de servicios hoteleros ofrezcan un buen servicio tal como lo estipula la ley de defensa al consumidor en su CAPÍTULO V de RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR, lo siguiente:

Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

Importancia a nivel de provincial.- al demostrarse en este estudio cuales son las deficiencias que tiene el sector hotelero del guayas y de su zona de planificación 5, el manual de hospitalidad turística y su implementación en el sector hotelero antes mencionado lo hacen óptimo para contrarrestar los problemas de calidad de servicio que están demostrando los hoteles permitirá tener un buen servicio para así estar a la vanguardia turística regional.

Este manual de hospitalidad turística parte del modelo de medición de calidad SERVQUAL el cual permite medir la calidad desde las expectativas y percepciones de los usuarios, de ahí parte la efectividad de la aplicación del mismo en el sector hotelero de los cantones del guayas y de la zona de planificación 5.

5.3 JUSTIFICACIÓN

Según los datos de la investigación realizada se han encontrado debilidades en el servicio del sector hotelero en los cantones de la provincia del Guayas de la zona de planificación 5, las cuales se presentan sobretodo en la atención brindada al huésped, en las instalaciones, los tipos de servicios y la carencia de un plan estratégico haciendo que de esta manera tenga un pequeño declive en el ámbito económico de los cantones por parte del ingreso hotelero.

Los puntos encontrados que afectan a los hoteles es el conocimiento empírico de algunos de colaboradores en lo referente al ámbito turístico, la falta de un manual de hospitalidad con los lineamientos necesarios para mejorar la calidad del servicio, falta de una estrategia que marque una ventaja competitiva diferencial. Todo esto queda demostrado en los análisis hechos al momento de aplicar la encuesta.

Es por ello que sugerimos la implementación de estrategias de marketing para atraer a los turistas a los diferentes cantones y de esta manera brindarles el servicio de hospedaje, además de la elaboración de un manual de hospitalidad turística e donde se detallaran los lineamientos necesarios para brindar un servicio de calidad.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Diseñar un manual de hospitalidad que permita mantener un registro libre de errores en servicios, permitiendo cuidar la calidad en atención turística

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- Transmitir seguridad en las transacciones turísticas de los hoteles en los cantones del Guayas de la zona de planificación 5 mediante un correcto comportamiento de los empleados.
- Aportar en el conocimiento de los empleados de los hoteles para que puedan responder con rapidez las preguntas y necesidades del cliente durante el servicio
- Establecer parámetros para que pueda existir una atención personalizada de los empleados del sector hotelero para que pueden demostrar la preocupación por los intereses de sus clientes
- Proponer técnicas publicitarias que permitan fomentar la apariencia moderna que transmiten los hoteles

5.5 UBICACIÓN

La propuesta será llevada a cabo hacia los hoteles de 3 a 5 estrellas ubicados en los cantones de la provincia del Guayas de la zona de planificación 5 de Ecuador.

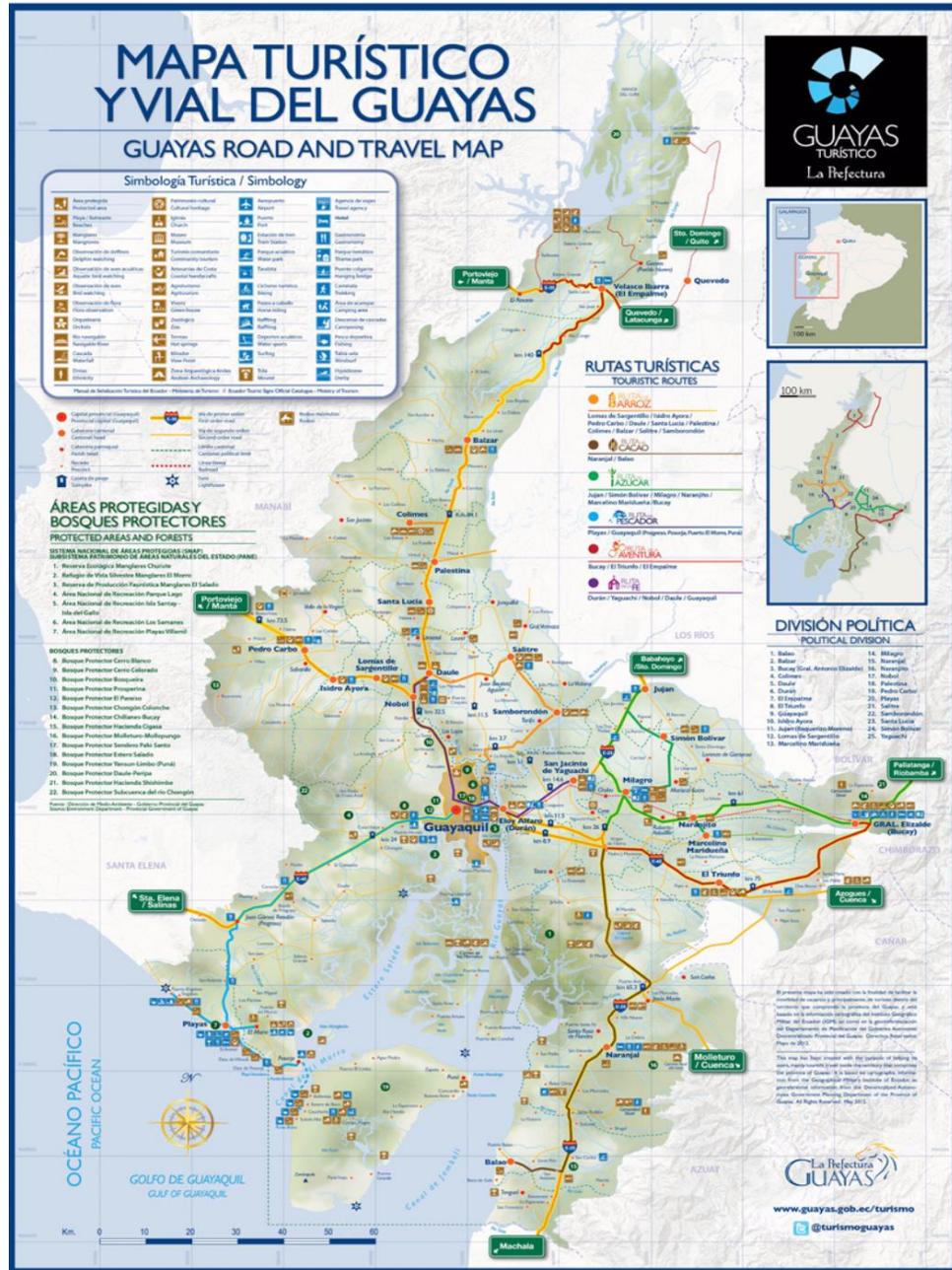


Figura 33. Mapa Turístico del Guayas

5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Para la posible aplicación y desarrollo de la propuesta se han considerado los siguientes factores.

Aspecto Organizacional

Los establecimientos de alojamiento han manifestado su completa disposición a brindar todas las facilidades organizacionales con la información requerida para poder llevar a cabo nuestra propuesta.

Aspecto Socio-Cultural

Es de suma importancia para los hoteles pertenecientes a la provincia del Guayas de la zona 5 la aplicación de nuevas estrategias y fomento de conocimientos para lograr un impacto socio – cultural eficaz en la colectividad, y esta manera entablar una buena relación con sus clientes.

Aspecto Económico

Nos referimos a los recursos económicos y financieros necesarios para la implementación y desarrollo de las actividades propuesta en el manual teniendo en consideración los costos de tiempo, de realización y de adquirir nuevos recursos. Convirtiéndose en el elemento más importante puesto que gracias a él se solventaran las debidas carencias existentes en los otros recursos.

Tabla 10. Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Rutas Turísticas.2. GADs Cantonales3. Infraestructura4. Pre disponibilidad de crecimiento hotelero por propietarios.	<ol style="list-style-type: none">1. Problemas en la calidad.2. Ausencia de un plan estratégico.3. Incapacidad para ver errores4. Personal no capacitado
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Festividades cantonales.2. Desarrollo turístico por parte de autoridades.3. Atractivos turísticos.4. Aumento de la demanda turística.	<ol style="list-style-type: none">1. Competencias de alojamiento.2. Inseguridad.3. Desastres Naturales.4. Estabilidad económica.

Elaborado por: Lorena Quiñonez y Karen Larrosa

Tabla 11. Análisis FO-FA-DO-DA

<p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p>
	<p>1. Rutas Turísticas. 2. Ubicación apropiada. 3. Infraestructura 4. Pre disponibilidad de crecimiento hotelero por propietarios.</p>	<p>1. Problemas en la calidad. 2. Personal no capacitado 3. Incapacidad para ver errores. 4. Ausencia de un plan estratégico.</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FO</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DO</p>
<p>1. Festividades cantonales. 2. Desarrollo turístico por parte de autoridades. 3. Atractivos turísticos. 4. Aumento de la demanda turística.</p>	<p>F1O3O4: Elaborar y ofertar innovadores planes turísticos accesibles al mercado nacional e internacional. F4O2: Definir una estrategia de marketing sobre penetración de mercados en nuevas actividades.</p>	<p>D1D4O2: Desarrollar un manual de hospitalidad turística para mejorar la calidad del servicio. D2O2: Implementar un programa de capacitación turística dirigido a los empleados de los hoteles.</p>
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FA</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DA</p>
<p>1. Competencias de alojamiento. 2. Inseguridad. 3. Desastres Naturales. 4. Estabilidad económica.</p>	<p>F2A2A3: Realizar un estudio del sector para implementar normativas de prevención. F4A1A4: Evaluar las posibilidades de expansión utilizando un estudio de factibilidad.</p>	<p>D4A3A4: Crear planes de contingencia para cambios gubernamentales y ambientales. D1A1: Mejorar los factores de calidad para lograr una ventaja competitiva diferencial.</p>

Elaborado por: Lorena Quiñonez y Karen Larrosa

Tabla 12. Balance ScoreCard

ESTRATEGIA	INDICADOR	TIEMPO	COSTO	RESPONSABLES
F10304: Elaborar y ofertar innovadores planes turísticos accesibles al mercado nacional e internacional.	Porcentaje de ventas sobre nuevos productos	SEMESTRAL	\$4.000	ASISTENCIA GENERAL Y DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL CANTÓN
F402: Definir una estrategia de marketing sobre penetración de mercados en nuevas actividades.	Porcentaje de habilidades estratégicas adquiridas.	SEMESTRAL	\$2.000	DEPARTAMENTO DE MARKETING
F2A2A3: Realizar un estudio del sector para implementar normativas de prevención.	Guía para la formación de políticas.	ANUAL	\$700	GERENTE GENERAL
F4A1A4: Evaluar las posibilidades de expansión utilizando un estudio de factibilidad.	Crecimiento.	ANUAL	\$700	GERENTE GENERAL
D1D402: Desarrollar un manual de hospitalidad turística para mejorar la calidad del servicio.	Porcentaje de cumplimiento de servicios con responsabilidad y calidad.	ANUAL	\$2.000	ASISTENCIA GENERAL Y DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL CANTÓN
D202: Implementar un programa de capacitación turística dirigido a los empleados de los hoteles.	Número de cursos realizados en conocimientos turísticos.	ANUAL	\$4.782	JEFE DE TALENTO HUMANO
D4A3A4: Crear planes de contingencia para cambios gubernamentales y ambientales.	Porcentaje de riesgos y peligros ambientales y cambios del PIB.	ANUAL	\$1.500	GERENTE GENERAL
D1A1: Mejorar los factores de calidad para lograr una ventaja competitiva diferencial.	Porcentaje de reclamaciones sugeridas por servicios prestados.	SEMESTRAL	\$700	GERENTE GENERAL Y DEPARTAMENTO DE MARKETING

Elaborado por: Lorena Quiñonez y Karen Larrosa

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

5.7.1 Actividades

ESTRATEGIA 1

- **Desarrollar un manual de hospitalidad turística para mejorar la calidad del servicio.**

Objetivo: Dominar los factores de calidad a brindar por parte de los hoteles.

Tiempo: El tiempo estimado de trabajo es de 3 meses.

Descripción: El motivo principal del Manual de Hospitalidad Turística es para fomentar los conocimientos sobre servicio hotelero y servicio al cliente, de esta manera se asignan pasos estratégicos que deben regir en los hoteles para lograr un aumento de huéspedes.

ESTRATEGIA 2

- **Mejorar los factores de calidad para lograr una ventaja competitiva diferencial.**

Objetivo: Crear una estrategia que promocióne un servicio superior y de mejor calidad a los huéspedes.

Tiempo: El tiempo estimado de trabajo es de 1 mes.

Descripción: Las ventajas competitivas es el valor extra que las empresas brindan a sus clientes y de esta manera lograr diferenciarse de las demás, es por ello, que al mejorar los factores de calidad y establecer un valor agregado al servicio se conseguirá atraer una demanda mayor de huéspedes que la demás competencia. Para lo cual se utilizarán estrategias de diferenciación basándonos en los conceptos de Michael Porter.

ESTRATEGIA 3

- **Implementar un programa de capacitación turística dirigido a los empleados de los hoteles.**

Objetivo: Fomentar y renovar los conocimientos en el área turística de los empleados que laboran en los hoteles.

Tiempo: El tiempo estimado de trabajo es de 3 meses.

Descripción: Programa orientado a la adquisición de nuevos conocimientos en los campos del ámbito turístico, es decir, en las áreas de historia, alimentos y bebidas, servicio al cliente, legislación turística con el fin de brindar un mejor servicio a los huéspedes nacionales e internacionales.

ESTRATEGIA 4

- **Elaborar y ofertar innovadores planes turísticos accesibles al mercado nacional e internacional.**

Objetivo: Incrementar la innovación y calidad de la oferta turística de los cantones.

Tiempo: El tiempo estimado de trabajo es de 1 mes.

Descripción: Aprovechando las rutas turísticas creadas por la prefectura del Guayas y la diversidad paisajista de los diferentes cantones de la provincia, se crearán planes turísticos para atraer visitantes nacionales e internacionales ofertando las diferentes maravillas que presenta cada cantón, y de esta manera contribuir al desarrollo económico del sector como el de lograr obtener más clientes para los establecimientos hoteleros.

	MANUAL DE HOSPITALIDAD TURÍSTICA HOTELERA	Código: 001-001 gys-pln5	Versión:1
		Pág.: 1 de 20	
		Fecha: 01/06/2016	

PRESENTACIÓN

El presente manual tiene como finalidad principal ayudar a mejorar la calidad de atención que se está brindando en el sector hotelero del Guayas

La calidad es de vital importancia en la actividad hotelera ya que la misma es la carta de presentación e imagen del o los hoteles, por ello es necesario mantener un registro libre de errores que nos permite dar un buen servicio de manera eficaz y eficiente.

Las expectativas de los clientes tienden a ser altas y el deber de los hoteleros es satisfacer esas expectativas en percepciones de excelencia las cuales les permitirán mantener a sus clientes de manera fiel y preferente, *un trato amable y cordial hacen de un buen anfitrión*, el sector hotelero debe ser un buen anfitrión al momento de ofrecer su servicio de hospitalidad dando trato amable y preferente a sus clientes.

El manual está diseñado para otorgar herramientas al sector hotelero *Front Office* para atender al cliente “el huésped” para mantener un registro libre de errores y dar un servicio de calidad.



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 3 de 20

Fecha: 01/06/2016

INTRODUCCIÓN

El servicio se caracteriza por ser intangible, el turismo es una actividad netamente de servicios y la calidad es muy variante en torno a las expectativas de cliente, en el sector hotelero la calidad no se puede descuidar ya que en un mundo en constante cambio donde los turistas cada vez son más demandantes con el sector hotelero, hacer falta a la calidad es un error grave por que repercute en tener una mala reputación.

Un servicio de calidad mantiene satisfecha a la demanda de huéspedes que tenga un determinado hotel por ello es importante tener estrategias y planes a seguir para mantener una excelencia en servicio, el más mínimo detalle importa en el sector hotelero ya que desde el punto de vista del cliente la calidad es variante de sus expectativas a sus percepciones.

ALCANCE DE LA APLICACIÓN

El alcance y aplicación del manual está orientado para los hoteles de categoría 1,2 y 3 estrellas de los cantones de la provincia del Guayas y de la zona de planificación 5.



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 4 de 20

Fecha: 01/06/2016

OBJETIVO GENERAL

Guiar al personal en temas de hospitalidad turística que les permita mantener un registro libre de errores en servicios, permitiendo cuidar la calidad en atención turística.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proveer de información esencial al personal de los hoteles en temas de hospitalidad para responder a problemas de manera auto-controlada.
- Dar un servicio de calidad de servicio a través de herramientas de atención al cliente para mejorar la atención *front office*
- Aportar en el conocimiento de los empleados de los hoteles con lineamientos de calidad de servicio para que puedan responder con rapidez las preguntas y necesidades del cliente durante el servicio



1. HOSPITALIDAD

Hospitalidad: El diccionario de la real academia de la lengua le da el siguiente significado: buena acogida y recibimiento que se hace a los extranjeros o visitantes. (RAE)

En el sector hotelero es indispensable dar un buen servicio dar una buena acogida, se radica en el trato amable y cordial que le otorga el hotel a sus huéspedes logrando que se sienta bien antes durante y después del servicio

Normas De Hospitalidad:

- Dar la bienvenida
- Saludar en todo momento
- Escuchar con atención
- Hablar de manera cortés
- Responder de forma rápida y eficiente en caso de no poder dar solución buscar o solicitar ayuda de otro compañero.
- Otorgar ayuda al huésped
- Ceder el paso al huésped
- Guardar distancia prudencial con el cliente
- No tutear al cliente
- Ser amable y atento al utilizar el teléfono
- Perdí las cosas por favor
- Cuidar nuestro vocabulario



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 6 de 20

Fecha: 01/06/2016

- Ofrecer soluciones en torno a problemas que susciten en el servicio
- Tono de voz adecuado
- Hablar de forma elocuente Ayudar en los requerimientos del cliente
- Ofrezca más de una opción al cliente, para que seleccione la más conveniente.
- Brinde información veraz
- Despedir al huésped con palabras de cortesía. (CASILLAS, 2011)

Es importante que las personas que están en relación directa con el cliente hagan sentir importante al cliente para que se sienta en un entorno agradable donde pueda relajarse y sentirse en un ambiente de confianza, así se logra la fidelización con los clientes.

La Amabilidad y El Buen Servicio

Cada vez el cliente es más exigente con sus necesidades y sus expectativas por ellos es necesario que el hotel cada vez que de un buen servicio debe tener en cuenta que cosas positivas pasaran tales como:

- Mayor lealtad por parte de los clientes, un cliente satisfecho es un cliente leal
- Mayor número de ventas, un cliente leal volverá además se encargara de decir a sus amistades sobre el buen servicio y recomendará el hotel.
- A mayor clientes satisfechos la comunicación boca a boca ara que más clientes demanden nuestro servicio
- Un clima de trabajo adecuado entre los trabajadores ara un ambiente feliz por ende el personal realizara su trabajo de manera rápida y eficiente (AMEIGERIRAS, 2012)



2. COMUNICACIÓN

Los pasos para logra una comunicación eficaz con el huésped son:

- **Escucha activa.**- un profesional en el área de alojamiento debe prestar mucha atención a las palabras de huésped, “ el cliente siempre tiene la razón”
- **Asertividad.**- es la forma de expresar de manera consistente la demandante o deseos siendo respetuoso.
- **Utilización de fórmulas de cortesía.**- trate al cliente como a usted desea que lo traten el personal que está en frente al trato de los clientes debe ser cordial y fomentar su imagen profesional con un buen vocabulario.
- **Eliminar barreras de comunicación.**- debemos de tratar de controlar nuestro entorno para tener un buen ambiente laboral y así atender bien a los clientes para ello debemos tratar de:
 - Evitar ruidos y perturbaciones que puedan molestar al huésped
 - Mostrar predisposición a ayudar en todo momento
 - Evitar percepciones negativas

La comunicación.- acción o efecto de comunicar o comunicarse, trato o correspondencia entre dos o más personas (RAE), es un proceso de establecimiento de relaciones e interrelaciones entre individuos que forman parte de la comunicación

La comunicación no verbal.- aquella que se demuestra a través del cuerpo no con palabras.



Indicadores de la comunicación no verbal:

- Expresión facial
- La mirada
- La sonrisa
- La postura.
- Forma de vestir
- Ademanes

La comunicación desarrolla un papel importante durante el servicio, de ella depende si las ideas que informa por parte del emisor son escuchadas por el receptor, para que se lleve a cabo de manera eficiente es necesario:

- Hablar de manera elocuente
- El uso de palabras sencillas
- No usar muletillas (a, e, esto, etc.)
- Saber escuchar
- No interrumpir

La comunicación no solo se basa en las palabras, sino más bien una buena comunicación va acompañada de un lenguaje corporal

- Una sonrisa tenue y no exagerada.
- Los movimientos corporales acorde.
- Los gestos del rostro que demuestren comodidad, tranquilidad y alegría
- Una mirada atenta al cliente



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 9 de 20

Fecha: 01/06/2016

El personal de servicio debe tener una buena manera de expresarse y de comunicarse cuando va a tratar al cliente tales como:

- Dar la bienvenida
- Saludar
- Presentarse
- Mantener una posición corporal erguida que demuestre atención.
- Preguntar en que se está dispuesto para ayudar
- Escuchar atentamente los requerimientos
- Siempre hablar de manera amable y cordial
- Realizar el requerimiento de una manera rápida y eficaz.
- Mantener una distancia prudente
- Nunca tutear, tratar al cliente por su apellido o su cargo
- Palabras de cortesía básicas como: por favor, gracias etc.
- Hablar con un vocabulario pulcro.

Es importante: el cliente siempre tiene la razón por lo cual siempre hay que:

- Respetarlo en todo momento
- En la adquisición del servicio repetirle al cliente lo que está contratando para verificarlo.

	MANUAL DE HOSPITALIDAD TURÍSTICA HOTELERA	Código: 001-001 gys-pln5	Versión:1
		Pág.: 10 de 20	
		Fecha: 01/06/2016	

El lenguaje corporal y su significado.-

En nuestra comunicación no verbal debemos tener en cuenta que:

- El contacto visual.- la vista debe ser fijada al cliente demostrando interés mirando sus ojos , siempre frecuente pero no exagerado
- Adecuado tono emocional.- tono de vos y expresión facial acorde a la situación , no llegar a exageraciones ya que crea un ambiente de inconformidad

Elección del momento y lugar adecuados.-cuando se suscita un tema el cual hablar con el cliente se elige el lugar y el momento adecuado



3. PROTOCOLO E IMAGEN

“Hay que tener en presente que la primera impresión es la que cuenta”

La imagen personal y la imagen profesional son muy importantes en el servicio de alojamiento ya que un personal con una correcta imagen da sentimiento de confianza hacia los clientes y en conjunto crean un ambiente agradable

El personal debe mantener su aseo personal implacable tanto en:

- Manos y uñas
- Rostro limpio
- Dientes limpios
- Cabello libre de caspa o piojos

El uniforme.- las empresas de alojamiento poseen uniformes para sus trabajadores por lo tanto es indispensable que los empleados lo luzcan correctamente según las políticas del establecimiento, por lo general:

Hombres

- Corte de cabello
- Afeitarse
- peinarse
- uniforme correcto
- Calzado adecuado
- Joyería
- Uñas cortas



Mujeres

- Peinado correcto
- Maquillaje tenue
- Joyería
- Uniforme
- Falda levemente entallada
- Calzado adecuado
- Uñas cortas con pintado estilo francés (Guillen, 2007)

Recuerde: *La sortija de matrimonio se considera un accesorio*

De preferencia no se permite:

- Lentes de sol
- Indumentaria que no forme parte del uniforme
- Uniforme sucio
- Uniforme rasgado
- Joyería extravagante
- Maquillaje excesivo
- Zapatos no acorde al uniforme
- Uñas largas



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 13 de 20

Fecha: 01/06/2016

Los clientes tiene tendencia a juzgar según la apariencia física, por esa razón los hoteles deben cuidar de a imagen que presentan sus empleados ya que el simple hecho de que un empleado este mal presentado el cliente justificara un mal servicio según sus percepciones.

Para atender en el sector de alojamiento debemos tener en cuenta que atendemos personas de diferentes culturas y la forma del saludo por ello es necesario:

- Puntualidad
- No tocar al cliente
- No mascar chicle durante una conversación
- Ofrecer un saludo con la mano rígida sucia y sudada
- Tener un buen aseo personal
- Interrumpir al cliente
- Toser o estornudar sobre el cliente
- Atender el teléfono
- Demostrar inconformidad con gestos

	MANUAL DE HOSPITALIDAD TURÍSTICA HOTELERA	Código: 001-001 gys-pln5	Versión:1
		Pág.: 14 de 20	
		Fecha: 01/06/2016	

4. MANEJO DE PROBLEMAS

La atención al cliente es primordial ya que a ellos se debe la razón de ser del hotel en el caso de una reclamación o queja se debe estar preparada para este tipo de circunstancias, recomendaciones a seguir:

- Mire al cliente siempre a los ojos expresando una actitud relajada demuestre confianza.
- Asiente ligeramente la cabeza como señal de entendimiento a lo que el cliente está diciendo.
- La empatía debe estar a la orden del día, póngase en el lugar del cliente.
- Pedir disculpas por el error
- Si está dentro de su jurisdicción trate de solucionar el problema usted mismo, sino busque a la persona indicada.
- Al momento de solucionar el problema trate de dejar a un lado el ámbito económico, más bien recompense al cliente por el problema suscitado en el hotel con algún incentivo para que no se sienta estafado
- Las reclamaciones deben hacerse en el lugar y tiempo estimado, si el cliente es agresivo trate de llevarlo a un lugar privado para que no contagie la mala energía a los demás clientes, es indispensable hacer esto ya que la imagen del hotel está en juego.
- Durante la queja preste atención y utilice medios para que esta no vuelva a pasar o reincidir.



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

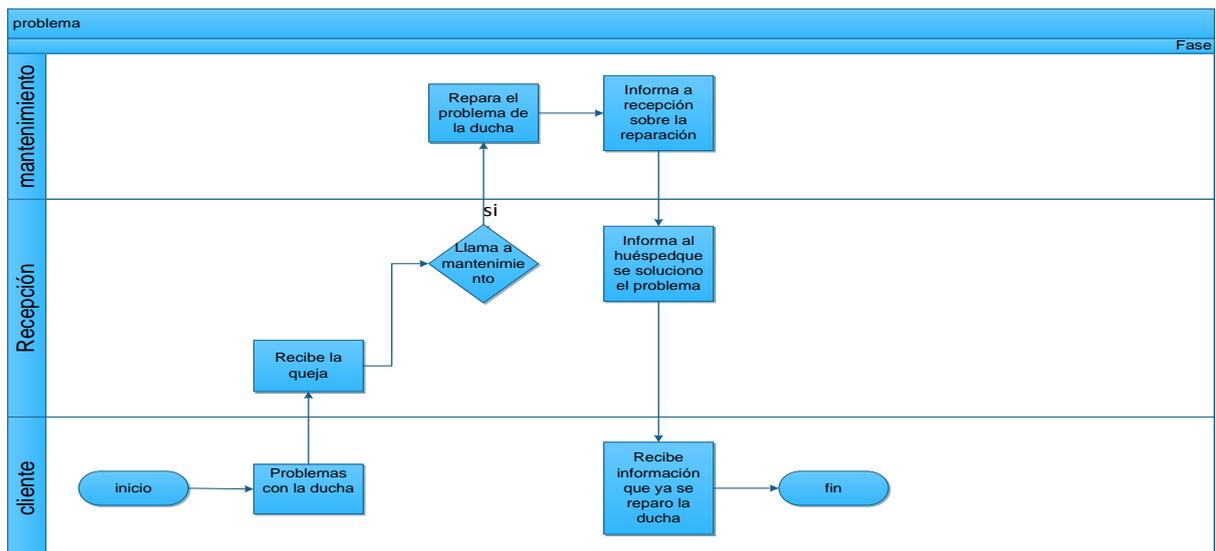
Pág.: 15 de 20

Fecha: 01/06/2016

El trabajador que haga frente a la problemática debe realizar un informe y a sus veces notificar a la autoridad competente en la jerarquía demostrando la solución que se llevó. (CRISTOBAL CSANUEVA ROCHA, GARCIA DEL JUNCO, & CARO GONZALES, 2008)

En los hoteles siempre van a existir inconformidades por parte de los huéspedes, el cómo solucionarlos o como tratar a los problemas y darles soluciones esta la eficiencia del personal involucrado. Ejemplo:

“Un huésped tuvo problemas con el agua de la habitación, obviamente el huésped fue a recepción la cual contacto a mantenimiento para que solucionara el problema”





**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 16 de 20

Fecha: 01/06/2016

Las quejas que presentan los huéspedes siempre hay que darles solución o alternativas para solucionar las mismas, nunca deben quedarse inconclusas, ya que un cliente al quedarse insatisfecho no volverá por dicho servicio o dará a conocer a demás personas el mal servicio que obtuvo y su inconformidad al momento que no le solucionaron el problema y eso es malicioso para el hotel

Durante el problema.-

La persona a cargo debe solucionar el problema lo más rápido posible, para ello debe mantenerse en contacto con todo el personal involucrado en la problemática para que en conjunto solucionen el problema y así el huésped no tendrá que esperar tanto.

Procedimientos a seguir durante una reclamación:

- Brindar atención y escuchar atentamente y demostrar que estamos entendiendo su problemática y repetir con nuestras propias palabras la situación para que el cliente se sienta seguro de lo que se le está fallando.
- Nunca ignorar las peticiones del cliente y siempre demostrar empatía.
- Dar solución al problema lo más pronto posible y de no existir solución informe al cliente que pautas se van a dar.
- Siempre agradecer al cliente y asegurar que el suceso no volverá a suceder.
- Siempre decir nuestro nombre para que el cliente sepa con quien está tratando y demostrar que se demuestra predisposición por parte de la empresa a comprometernos a brindarles una solución
- Realizar un registro de errores o un informe donde constara el problema y archivarla para asegurarnos no volverla a repetir (AMEIGERIRAS, 2012)



MANUAL DE HOSPITALIDAD TURÍSTICA HOTELERA

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 17 de 20

Fecha: 01/06/2016

El cliente no quedará satisfecho, a si le arreglemos el problema ya que el mal rato o la experiencia mala no la olvidara por ello es necesario realizar un informe donde el cliente pueda poner su queja y la problemática suscitada y así él se sentirá que fue tomado en cuenta además de hacer valer sus derechos a un buen servicio.

Después del problema.-

Lo mejor que puede hacerse después de solucionar un problema es tratar con el cliente y agradecerle por informar lo que estaba sucediendo y que el personal del hotel está a sus órdenes y así liberaremos algo de la presión que ocurrió durante el problema, además hacer seguimiento del porque ocurrió ese problema para así no tenerlos a futuro y mejorar el servicio



Los tipos de clientes y como Tratarlos

En el sector de alojamiento el cómo tratar a los clientes es indispensable ya que el profesional en el área turística debe saber cómo tratar a los diferentes tipos de clientes y como tratarlos a cada uno de ellos para satisfacer sus necesidades



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 18 de 20

Fecha: 01/06/2016

Tipos de clientes:

- Cliente indeciso
- Cliente inteligente
- Cliente rebaja
- Cliente agresivo (NOVAS, 2011)

EL CLIENTE INDECISO.-

- ¿Cómo Es?

Analiza todo lo que se le dice de manera reiterada y minuciosa cada servicio que se le ofrece, le gusta escuchar.

- ¿Cómo tratarlo?

Este cliente es fácilmente influenciado por lo natural necesita ayuda para decidirse demostrándole cual es la mejor opción para él.

EL CLIENTE INTELIGENTE

- ¿Cómo Es?

Son personas bien preparadas demuestran y presumen su conocimiento y dominio del tema

- ¿Cómo tratarlo?

No contradecirlo nunca, más bien explicarle las opciones de manera rápida, clara y precisa, nunca decir que "sí" a algo que se desconozca o de algún dato que no esté completamente seguro.



MANUAL DE HOSPITALIDAD TURÍSTICA HOTELERA

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 19 de 20

Fecha: 01/06/2016

EL CLIENTE REBAJA

- ¿Cómo Es?

Pretende tener todo al mejor precio posible y se mantiene exclusivamente por el factor precio.

- ¿Cómo tratarlo?

Para ellos es necesario que el vendedor le dé a entender la relación de precio entre un servicio y otro para que adquiera el u mejor le convenga.

CLIENTE AGRESIVO

- ¿Cómo Es?

Por lo natural siempre se encuentra a la defensiva y siempre opta por esta actitud ante el miedo como un escudo de protección porque piensa que el vendedor está dispuesto a engañarlo.

- ¿Cómo tratarlo?

Nunca contestar con agresiones y aplicar siempre de forma en la cual baje la guardia.



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

**Código: 001-
001 gys-pln5**

**Versión
:1**

Pág.: 1 de 1

Fecha: 01/06/2016

ACTIVIDADES

Actividad 1

- Dialogue entre sus compañero y defina su propio concepto de hospitalidad partiendo de los conceptos planteados.

- Enumere las normas de hospitalidad

1	9
2	10
3	11
4	12
5	13
6	14
7	15
8	16



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

**Código:
001-001
gys-pln5**

Versión:1

Pág.: 1 de 1

Fecha: 01/06/2016

ACTIVIDAD 2

- **Que es para usted “La Amabilidad Y El Buen Servicio”**

- **Trabaje en grupo de 3 personas y establezca una lluvia de ideas sobre la amabilidad y buen servicio**

- **En su experiencia laboral, describa una experiencia donde usted lo felicitaron por un buen servicio**



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 6 de 6

Fecha: 27/02/2016

ACTIVIDAD 3

Los pasos para logra una comunicación eficaz con el huésped son:

- _____

**Establezca una dramatización sobre cómo lograr una comunicación eficaz,
ej. recepcionista cliente**

¿Qué es la comunicación no verbal?

**¿Qué tan importante es la comunicación no verbal al momento de atender
al huésped?**



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 6 de 6

Fecha: 27/02/2016

ACTIVIDAD 4

Menciones los Indicadores de la comunicación no verbal:

1	4
2	5
3	6

¿Qué papel desarrolla la comunicación no verbal en el servicio?

Una buena comunicación va acompañada de un lenguaje corporal entre ellos son:



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 6 de 6

Fecha: 27/02/2016

ACTIVIDAD 5

¿Qué es protocolo e imagen?

Que se debe tener en cuenta en el protocolo ej. manos limpias

Desde su punto de vista, ¿Por qué es importante que las empresas obliguen a sus empleados que usen uniforme?



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 6 de 6

Fecha: 27/02/2016

ACTIVIDAD 6

Enlistar como debería usarse el uniforme

hombres	Mujeres

Enlistar como no debería utilizarse el uniforme

hombres	Mujeres

Realizar una dramatización sobre el buen uso del uniforme en el hotel



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 6 de 6

Fecha: 27/02/2016

ACTIVIDAD 7

Tipo de circunstancias, recomendaciones a seguir: para un buen manejo de los problemas

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

Que hacer usted durante el problema y comente algún problema según su experiencia que usted ha podido darle solución satisfactoriamente. Comparta sus experiencias con sus compañeros

Procedimientos a seguir durante una reclamación:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 6 de 6

Fecha: 27/02/2016

ACTIVIDAD 8

¿Qué hacer después del problema?

Elabore un mapa conceptual o cuadro sinóptico sobre el manejo de problemas y sus soluciones.



**MANUAL DE HOSPITALIDAD
TURÍSTICA HOTELERA**

Código: 001-001 gys-pln5

Versión:1

Pág.: 6 de 6

Fecha: 27/02/2016

ACTIVIDAD 9

Mencione los tipos de clientes

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

¿Qué tipo de cliente le ha tocado tratar a usted? Mencione una experiencia

Realice un drama con sus compañeros, seleccione el tipo de cliente que usted desee, para ello debe tener en cuenta lo siguiente:

- La hospitalidad.
- Una buena comunicación verbal y no verbal.
- El protocolo.
- Mencionar un problema y darle solución.

	MANUAL DE HOSPITALIDAD TURÍSTICA HOTELERA	Código: 001-001 gys-pln5	Versión:1
		Pág.: 20 de 20	
		Fecha: 01/06/2016	

GLOSARIO

Empatía.-	Capacidad de identificarse con alguien y compartir sus sentimientos.
Anfitrión.-	Persona o entidad que recibe en su país o en su sede habitual a invitados o visitante.
Calidad.-	Es un concepto subjetivo. Está relacionada con las percepciones de cada individuo para comparar cosas de su misma especie.
Eficaz.-	Que tiene eficacia.
Elocuente.-	Dicho de una persona: Que habla o escribe con elocuencia.
Expectativas.-	Posibilidad razonable de que algo suceda.
Fidelización.-	Acción y efecto de fidelizar.
Front office.-	delante de oficina
Hospitalidad.-	Buena acogida y recibimiento que se hace a los extranjeros o visitantes.
Inconformidad	Cualidad o condición de inconforme.
Intangible.-	Que no debe o no puede tocarse.
Muletillas.-	Voz o frase que se repite mucho por hábito.
Protocolo.-	Conjunto de reglas establecidas por norma o por costumbre para ceremonia sy actos oficiales o solemnes.
Solución.-	Acción y efecto de resolver una duda, dificultad o problema.

5.7.2 Recursos, análisis financiero

Tabla 13. Análisis Financiero

PRESUPUESTO INSUMOS				
Material	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Hoja	Resmas	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Lápices	Caja	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Pendrive	Unidades	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Pizarra acrílica	Unidades	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Proyector	Unidades	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Computador XTRATECH CORPORATIVO B36A7D0A	Unidades	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Carpeta	Paquetes	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Esferos	Caja	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Borrador	Caja	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Sacapuntas	Caja	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Perforadora	Unidades	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Grapadora	Unidades	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Grapas	Caja	1	\$ 3,00	\$ 3,00
borrador para pizarra	Unidades	2	\$ 1,50	\$ 3,00
marcador para pizarra	caja	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Refrigerios	personal	25	\$ 5,00	\$ 125,00
MANUAL (impresión)	unidades	25	\$ 10,00	\$ 250,00
TOTAL				\$ 1.782,00

PRESUPUESTO PERSONAL	
COORDINADOR	\$ 500,00
2 PROFESIONAL EN TURISMO PARA CAPACITACIONES	\$ 2.000,00
JEFE DE TALENTO HUMANO	\$ 500,00
TOTAL	\$ 3.000,00

TOTAL INVERSION	
PERSONAL	\$ 1.782,00
INSUMOS	\$ 3.000,00
TOTAL	\$ 4.782,00

EGRESOS MENSUALES	
GASTOS DE PERSONAL	\$ 8.000,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
AGUA	\$ 100,00
ENERGÍA ELECTRICA	\$ 300,00
TELEFONO	\$ 50,00
CABLE	\$ 100,00
INTERNET	\$ 100,00
TOTAL GASTOS AD.	\$ 650,00
TOTAL GASTOS	\$ 8.650,00

TARIFA POR HOSPEDAJE (RACK)		
Servicios ofrecidos: HOSPEDAJE		
Ítem	Cantidad	Costos
H. Sencilla	10	\$ 30,00
H. Doble	10	\$ 50,00
H. Matrimonial	3	\$ 90,00
H. Triple	3	\$ 80,00
H. Cuádruple	2	\$ 100,00
H. Suite	2	\$ 150,00
TOTAL HABITACIONES	30	

PROYECCIÓN ESTIMADA DE INGRESOS DEL MES "X"			
Ítem	Cantidad	Costos	
H. Sencilla	10	\$ 300,00	
H. Doble	8	\$ 400,00	
H. Matrimonial	1	\$ 90,00	
H. Triple	1	\$ 80,00	
H. Cuádruple	1	\$ 100,00	
H. Suite	1	\$ 150,00	
TOTAL HABITACIONES	22	\$ 1.120,00	\$ 16.800,00

↑
VALOR DIARIO

↑
VALOR MENSUAL

FLUJO DE CAJA SIN PROPUESTA						
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
INGRESOS	\$16.800,00	\$17.500,00	\$18.050,00	\$17.690,00	\$16.850,00	\$16.636,00
EGRESOS	\$ 8.650,00	\$ 8.850,00	\$ 8.880,00	\$ 8.790,00	\$ 8.770,00	\$ 8.660,00
UTILIDAD	\$ 8.150,00	\$ 8.650,00	\$ 9.170,00	\$ 8.900,00	\$ 8.080,00	\$ 7.976,00
	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS	\$16.736,00	\$17.048,00	\$17.278,00	\$17.128,00	\$17.448,00	\$17.568,00
EGRESOS	\$ 8.430,00	\$ 8.450,00	\$ 8.469,00	\$ 8.576,00	\$ 8.676,00	\$ 8.906,00
UTILIDAD	\$ 8.306,00	\$ 8.598,00	\$ 8.809,00	\$ 8.552,00	\$ 8.772,00	\$ 8.662,00

FLUJO DE CAJA CON PROPUESTA						
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
INGRESOS	\$18.480,00	\$19.250,00	\$19.855,00	\$19.459,00	\$18.535,00	\$18.299,60
EGRESOS	\$ 8.650,00	\$ 8.850,00	\$ 8.880,00	\$ 8.790,00	\$ 8.770,00	\$ 8.660,00
UTILIDAD	\$ 9.830,00	\$10.400,00	\$10.975,00	\$10.669,00	\$ 9.765,00	\$ 9.639,60
	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS	\$18.409,60	\$18.752,80	\$19.005,80	\$18.840,80	\$19.192,80	\$19.324,80
EGRESOS	\$ 8.430,00	\$ 8.450,00	\$ 8.469,00	\$ 8.576,00	\$ 8.676,00	\$ 8.906,00
UTILIDAD	\$ 9.979,60	\$10.302,80	\$10.536,80	\$10.264,80	\$10.516,80	\$10.418,80

DIFERENCIA DE UTILIDADES (SIN PROPUESTA – CON PROPUESTA)						
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
UTILIDAD 1	\$ 8.150,00	\$ 8.650,00	\$ 9.170,00	\$ 8.900,00	\$ 8.080,00	\$ 7.976,00
UTILIDAD 2	\$ 9.830,00	\$10.400,00	\$10.975,00	\$10.669,00	\$ 9.765,00	\$ 9.639,60
UTIL. FINAL	\$ 1.680,00	\$ 1.750,00	\$ 1.805,00	\$ 1.769,00	\$ 1.685,00	\$ 1.663,60
	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
UTILIDAD 1	\$ 8.306,00	\$ 8.598,00	\$ 8.809,00	\$ 8.552,00	\$ 8.772,00	\$ 8.662,00
UTILIDAD 2	\$ 9.979,60	\$10.302,80	\$10.536,80	\$10.264,80	\$10.516,80	\$10.418,80
UTIL. FINAL	\$ 1.673,60	\$ 1.704,80	\$ 1.727,80	\$ 1.712,80	\$ 1.744,80	\$ 1.756,80

AUMENTO DE UTILIDADES	
UTIL. TOTAL SIN PROPUESTA	\$ 102.625,00
UTIL. TOTAL CON PROPUESTA	\$ 123.298,20
DIFERENCIA DE UTILIDADES	\$ 20.673,20

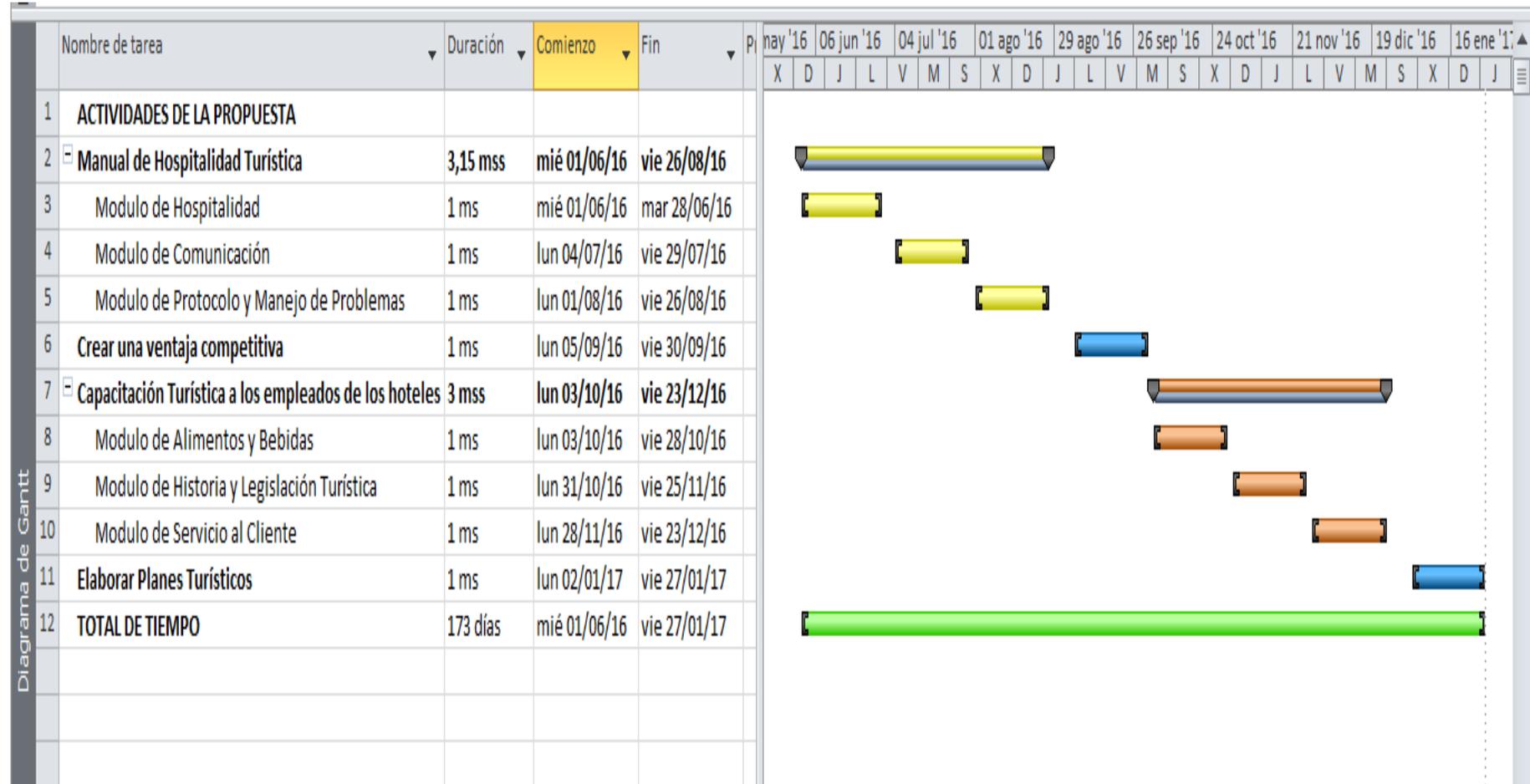
FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA	
VAN	\$ 2.472,04
TIR	4%
TASA ESTIMADA MENSUAL	1,42%
TASA ESTIMADA ANUAL	17%

5.7.3 Impacto

Con la elaboración del manual de hospitalidad turística se espera mejorar los factores de calidad en el servicio brindado hacia los clientes por parte de la institución hotelera, logrando de esta manera aumentar el porcentaje de visitas al transmitir un sentimiento de confianza y seguridad a sus clientes, cumpliendo con todas las normas requeridas y necesarias.

Además con las capacitaciones brindadas a sus empleados se lograra una mejor atención al cliente debido a que sus conocimientos serán amplios tanto en el área de hotelería como en conocimientos generales del sector y del país de esta manera no solo el cliente se lleva una buena experiencia sino que a su vez conoce más de nuestra historia y patrimonio.

5.7.4 Cronograma



5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Los lineamientos o parámetros establecidos para evaluar nuestra propuesta son los siguientes:

- ❖ Aumento en el porcentaje de huéspedes.
- ❖ Evaluación de los resultados en la calidad brindada por los hoteles.
- ❖ Aumento de la rentabilidad de los hoteles.
- ❖ Niveles de eficiencia que presenten los empleados de los hoteles.

CONCLUSIONES

- No todos los establecimientos de hospedaje deberían tener el rotulo de HOTEL debido a que no cumplen con los requisitos necesarios para poder serlo, de esta manera laboran de una forma indebida ofertando un servicio no propio para sus huéspedes.
- Los hoteles de la provincia del Guayas de la zona de planificación 5 carecen de un plan estratégico que les permita tener una ventaja competitiva sobre su competencia, haciendo que de esta manera la demanda de turistas tenga un cierto descenso.
- Además de presentar una buena infraestructura con equipos modernos, los huéspedes esperan también encontrarse en un ambiente agradable y de seguridad, por lo tanto, los hoteles deben contar con un grupo de trabajo comprometido a la mejora continua de la calidad de servicio.
- La mayoría de personas contratadas para laborar en los hoteles son del sector que necesitan de una oportunidad de trabajo pero sin el conocimiento requerido sobre el área turística.
- Para los huéspedes es de mayor importancia que los empleados de un establecimiento tengan un vasto conocimiento sobre temas de cultura general y del sector puesto que lo primero que suelen hacer es preguntar sobre la historia o lo típico del sector y sobre qué lugares visitar, a que se les brinde un servicio personalizado o de atención individualizada de tal forma de que no puedan cumplir con sus expectativas.
- Las estrategias propuestas para mejorar la calidad del servicio van a influir en la fidelización del cliente debido a que ellos buscan seguridad y un trato amable por parte de la empresa y de quienes laboran en ella.

RECOMENDACIONES

- Los gerentes o administradores de los hoteles deberían tener en su poder una copia del Reglamento de Alojamiento Turístico, donde se detalla de manera explícita los requisitos necesarios que deben tener los establecimientos para ser considerados Hoteles y otorgarles una categoría y de esta manera contribuir a la economía del sector y generar un sentimiento de fidelidad con los clientes.
- Realizar un estudio de factibilidad y de mercado cada semestre como mínimo para poder elaborar un conveniente plan estratégico que los permita sobresalir y ser reconocidos por mejores servicios o por la ventaja completa que puedan brindar a diferencia de su competencia.
- Capacitar a sus empleados en módulos de atención al cliente, de servicio hotelero, de buenas prácticas de manufactura para de esta manera hacer el hospedaje de sus clientes de una manera más agradable, debido a que tendrán la suficiente confianza al notar que las personas que los atienden son amables y hospitalarias con ellos.
- Además de ser capacitados en todas las áreas del ámbito turístico para de esta manera mejorar la calidad y marcar la diferencia con sus competidores.
- Deben tener conocimientos básicos sobre la historia del sector, sobre cultura general y sobre la historia del país, es de gran asombro el que un turista extranjero sepa más de nuestro país que quienes lo habitamos, y sobretodo ellos son quienes más anhelos tienen por conocer de nuestras culturas y tradiciones.

BIBLIOGRAFÍA

- PREFECTURA DEL GUAYAS. (27 de 09 de 2012). *PREFECTURA DEL GUAYAS*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/noticias/la-provincia-del-guayas-exhibe-su-atractiva-oferta-turistica-en-la-fite-2012>
- TRANSPORT.EC. (2015). Obtenido de <http://transport.ec/actualidad/asamblea-de-hotelero--senalo-a-la-informalidad- como-el-principal-enemigo-del-sector-de-alojamiento/>
- TRANSPORT.EC. (2016). Obtenido de <http://transport.ec/actualidad/hoteleros-coinciden-en-que-el-turismo-nacional-atravieza-un-momento-dificil-por-baja-ocupacion/>
- Aiteco Consultores, S. (2016). *Aiteco*. Obtenido de Aiteco: <http://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- AMEIGERIRAS, C. (2012). *VENTA DE SERVICIOS TURISTICOS* . ESPAÑA: SINTESIS .
- Augusto Rodriguez Orejuela, E. R. (2013). La Escala Servqual para medir la calidad en los servicios públicos en Colombia desde la perspectiva del consumidor. *EAN*, 94, 95, 96.
- Augusto Rodriguez Orejuela, Elias Ramírez Plazas. (2013). La Escala Servqual para medir la calidad en los servicios públicos en Colombia desde la perspectiva del consumidor. *EAN*, 94, 95, 96.
- CASILLAS, S. B. (2011). *HOTELERIA*. SAN JUAN TLIHUACA - MEXICO: PATRIA.
- CRISTOBAL CSANUEVA ROCHA, GARCIA DEL JUNCO, J., & CARO GONZALES, F. J. (2008). *ORGANIZACION Y GESTION DE EMPRESAS TURISTICAS*. MADRIS: PIRAMIDE.
- Económica, M. C. (2014). *Desempleo, subempleo bruto y ocupación plena*.

- Edinson Jair Duque Oliva. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia.*
- EL VERDADERO DIARIO EL PP . (29 de 08 de 2013). *DIARIO EL PP EL VERDADERO.* Obtenido de <http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-comerciante/item/se-presento-plan-turistico-del-guayas.html>
- Ferrer, M. A. (2004). Indicadores para el Control de Gestión de Procesos Básicos en Hoteles. *FACES*, 51,52,53,54,55,56,57,58.
- Gadotti, S., & França, A. (2008). La medición de la calidad de servicio: una aplicación en empresas hoteleras. *Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 18, 176.
- GUAYAS, P. D. (14 de 12 de 2015). *GAUYAS TURISTICO.* Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/noticias/playas-deleita-a-sus-visitantes-con-gastronomia-tipica>
- GUAYAS, P. D. (17 de 12 de 2015). *GUAYAS TURISTICO.* Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/noticias/santa-lucia-inicia-fiestas-patronales-con-cabalgata-montuvia-en-su-honor>
- Guillen, M. D. (2007). *MANUAL BASICO DE PROTOCOLO SOCIAL Y EMPRESARIAL.* España: diaz de santos .
- Guzmán E., P. N. (OCTUBRE de 2013). UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO. *“La calidad de servicio y su influencia en la fidelización de los clientes del Hotel Titanic de la ciudad de Ambato”.* AMBATO.
- HILTON WORLDWIDE. (1919). *HILTON WORLDWIDE.* Obtenido de <http://es.hiltonworldwide.com/about/mission/>
- JACINTO ARTEAGA RAMÓN. (2014). UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL. *ANALISIS DE LOS PROCESOS DE ATENCION AL CLIENTE EN EL HOTEL HOWARD JOHNSON GUAYAQUIL.*

Libertad, G. M. (s.f.). *G.A.D. Municipal del Cantón La Libertad*. Obtenido de G.A.D. Municipal del Cantón La Libertad: <http://www.lalibertad.gob.ec/index.php/la-libertad/fechas-importantes>

MINTUR. (24 de 04 de 2015). *BOLETIN TRIMESTRAL DEL TURISMO EN EL ECUADOR*.

MINTUR, L. R. (04 de 08 de 2015). *GUAYAS TURISTICO*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/noticias/mas-de-16-mil-platos-de-cangrejos-criollos-seran-ofertados-en-el-xiii-festival-del-cangrejo>

NOVAS, N. C. (2011). *ADMINISTRACION DE SERVICIOS TURISTICOS*. COLOMBIA : U.

OMT ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO. (s.f.). *OMT*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Prefectura del Guayas. (2013). *GUAYAS TURISTICO*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/>

PREFECTURA DEL GUAYAS. (2013). Obtenido de *GUAYAS TURISTICO*: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/>

PREFECTURA DEL GUAYAS. (2013). Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-pescador>

PREFECTURA DEL GUAYAS. (2013). Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-de-la-aventura>

PREFECTURA DEL GUAYAS. (2013). Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-de-la-fe>

PREFECTURA DEL GUAYAS. (2013). Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-cacao>

PREFECTURA DEL GUAYAS. (2013). Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-arroz>

PREFECTURA DEL GUAYAS. (2013). *PREFECTURA DEL GUAYAS*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-azucar>

- PREFECTURA DEL GUAYAS. (2014). *GUAYAS TURISTICO*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/aviturismo/guia-guayas-aviturismo.pdf>
- PREFECTURA DEL GUAYAS. (2014). *GUAYAS TURISTICO*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/guayas-gourmet/guayas-gourmet.pdf>
- PREFECTURA DEL GUAYAS. (21 de 03 de 2014). *GUAYAS TURISTICO*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/noticias/guayas-se-convierte-en-una-de-las-provincias-mas-visitadas>
- PREFECTURA DEL GUAYAS. (2015). *ECUADOR A COLORES*. Obtenido de http://www.ecuadoracolors.com/ed2015_jul/pages/nac09.html
- PREFECTURA DEL GUAYAS. (2015). *GUAYAS TURISTICO*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/guiasturisticas/cicloturismo/GUIA-DIGITAL-DE-CICLOTURISMO-DEL-GUAYAS.pdf>
- PREFECTURA DEL GUAYAS. (s.f.). *GUAYAS TURISTICO*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/>
- Prefectura del Guayas y MINTUR. (09 de 03 de 2015). *GUAYAS TURISTICO*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/noticias/la-prefectura-del-guayas-potencializo-la-marca-guayas-turistico-en-evento-internacional>
- PROEcuador. (enero-julio de 2012-2015). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/>
- Programa de Comunicación y Publicaciones de la OMT. (27 de 06 de 2015). *OMT*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-01-27/mas-de-1100-millones-de-turistas-viajaron-al-extranjero-en-2014>
- RAE. (s.f.). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=KhgporU>
- RAE. (s.f.). *REAL ACADEMIA DE LA LENGUA*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=A58xn3c>
- Rivera Álvaro Coronado. (2010). ANÁLISIS DE CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS LUGARES DE HOSPEDAJE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA. *PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA*.

Sara Joana Gadotti dos Anjos, Aline França de Abreu. (2008). La medición de la calidad de servicio: una aplicación en empresas hoteleras. *Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 18, 176.

SECTUR de México. (s.f.). *SISTEMA NACIONAL DE LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL SECTOR TURISMO DE MÉXICO - DATATUR*.
Obtenido de http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_P

Sirebrenik, J. W. (2003). ¿Qué es SERVQUAL? *MEDwave*.

TURISMO, O. O. (s.f.). *OMT*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Universidad Nacional de la Patagonía . (s.f.). *REGIÓN Empresa Periodística*.
Obtenido de <http://www.region.com.ar/productos/semanario/archivo/672/turismo672.htm>

ANEXOS

ANEXO N°1. ANALISIS DE PLAGIO



Comprobado por instructor:
Lorenita Quiñonez Villavicencio,
06/24/2016

TESIS FINAL

Subido por: Lorenita Quiñonez Villavicencio, 06/24/20...

Doc vs Internet

100% Autenticidad	0% Similitud	474 Fuentes
-------------------	--------------	-------------

Web fuentes omitidas: 474 fuentes omitidas

1. http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/component/phocadownload/category/43-registro-turistico?...	25.22%
2. http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2015/marzo/code/Re...	23.49%
3. http://www.hotelesecuador.com.ec/imagenes/contenidos/Reglamento+de+Alojamiento+Turistico+co...	23.15%
4. http://www.kva.com.ec/imagesFTP/19478.SRO_465_martes_24_marzo_2015.pdf	23.15%
5. http://www.hotelesecuador.com/downloads/Reglamento-de-Alojamiento-Turistico-con-Reformas-del-1...	21.3%
6. http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Reglamento-de-Alojamiento-Turistico-con-Reformas-d...	21.3%
7. http://www.kva.com.ec/imagesFTP/21163.RO_652_viernes_18_diciembre_2015.pdf	14.12%
8. http://www.oficial.ec/acuerdo-20150120-expidese-reglamento-alojamiento-turistico-regimen-especial-p...	13.99%
9. http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2014/10/Proyecto-de-Reglamento-Alojamiento.pdf	8.25%
10. http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/MANUAL-DEL-REGLAMENTO-D...	8.18%
11. https://es.scribd.com/doc/309908486/ALOJAMIENTO-TURISTICO	6.81%
12. http://docplayer.es/2590725-Proyecto-de-reglamento-acuerdo-ministerial-no-considerando.html	4.89%
13. http://siete.turismo.gob.ec/manuales/requisitos/c12.pdf	4.5%
14. http://siete.turismo.gob.ec/manuales/requisitos/c12.doc	4.49%
15. http://docplayer.es/9520125-Requisitos-para-resort-4-estrellas.html	4.4%
16. http://siete.turismo.gob.ec/manuales/requisitos/c1.pdf	4.32%
17. http://siete.turismo.gob.ec/manuales/requisitos/c2.pdf	4.26%
18. http://siete.turismo.gob.ec/manuales/requisitos/c9.doc	3.97%
19. http://siete.turismo.gob.ec/manuales/requisitos/c3.pdf	3.7%
20. http://siete.turismo.gob.ec/manuales/requisitos/c10.pdf	3.5%
21. http://siete.turismo.gob.ec/manuales/requisitos/c5.pdf	3.16%
22. http://siete.turismo.gob.ec/manuales/requisitos/c4.pdf	2.9%
23. http://vlex.ec/vid/expidese-reglamento-alojamiento-turistico-573835074	2.78%
24. http://siete.turismo.gob.ec/manuales/requisitos/c6.pdf	2.75%
25. http://suitesguayaquil.com/proyecto-de-regulacion-de-alojamiento-ecuador.html	1.85%
26. http://www.level3.com/%7E/media/files/tariffs/latam/ecuador/ecu_ley_organica_de_defensa.pdf?la=...	1.71%
27. https://isavbi.wordpress.com/tag/ley-de-consumidor	1.68%
28. https://www.cnt.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUM...	1.68%
29. https://miguellalama.wordpress.com/ley-de-defensa-del-consumidor-ec	1.67%
30. http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-...	1.65%
31. https://d2px9hjt8lyuz.cloudfront.net/ec/static/docs/LEY_ORGANICA_DE_DEFENSA_DEL_CONSU...	1.65%
32. http://scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/Ley-Org%C3%A1nica-de-Defensa-del-Consumidor...	1.65%
33. https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco+legal/LEY+ORGAN+DE+DEFENSA+DEL+CONS...	1.65%
34. http://ftp.eeq.com.ec/upload/informacionPublica/2013/LEY+DE+DEFENSA+DEL+CONSUMIDOR.p...	1.65%
35. http://faolex.fao.org/docs/pdf/ecu139405.pdf	1.59%
36. http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec053es.pdf	1.59%
37. http://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/LEY_ORGANICA_DE...	1.57%
38. http://rasonu.org/leyes/LEY-DE-TURISMO-15-05-2015.pdf	1.5%
39. http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf	1.49%
40. http://faolex.fao.org/docs/texts/ecu39924.doc	1.49%
41. http://docplayer.es/1609943-Derechos-y-obligaciones-de-los-consumidores-regulacion-de-la-publicid...	1.4%
42. http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2016/enero/code/R...	1.29%
43. http://es.slideshare.net/YadiBB/ley-de-turismo-2002	1.28%
44. http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/Borrador-proyecto-de-Reglament...	1.25%

ANEXO Nº2. MATRIZ DE INVESTIGACIÓN

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	INDICADORES	PREGUNTAS - ITEMS
¿Qué factor ayuda a mantener un registro libre de errores en servicios para cuidar la calidad en atención al cliente en los hoteles?	Determinar qué factor ayuda a mantener un registro libre de errores en servicios, para cuidar la calidad en atención mediante investigación aplicada	La realización de un buen servicio por primera vez ayuda a mantener un registro libre de errores	VI: Ejecución de un buen servicio por primera vez VD: Registro libre de errores	Nivel de satisfacción de los clientes	Las empresas de alojamiento excelentes insisten en mantener registros libres de errores.
¿Qué incide a que el cliente se sienta seguro con las transacciones del hotel transmitiendo confianza?	Analizar qué incide a que el cliente se sienta seguro con las transacciones del hotel transmitiendo confianza	El comportamiento de los empleados del hotel permite que el cliente se sienta seguro con las transacciones del hotel transmitiendo confianza.	VI: comportamiento de los empleados del hotel VD: seguridad con las transacciones del hotel	Comportamiento seguridad	El comportamiento de los empleados del hotel le transmite confianza. Usted se siente seguro en sus transacciones con el hotel
¿Qué les permite a los empleados responder con rapidez las preguntas y necesidades del cliente durante el servicio?	Investigar qué les permite a los empleados responder con rapidez las preguntas y necesidades del cliente durante el servicio	El conocimiento de los empleados del hotel les permite responder con rapidez las preguntas y necesidades del cliente durante el servicio.	VI: conocimiento de los empleados del hotel VD: necesidades del cliente durante el servicio	Conocimiento de los empleados Necesidades de los clientes	Los empleados del hotel tienen conocimientos suficientes para contestar las preguntas que les hace. Los empleados del hotel comprenden sus necesidades específicas.
¿Cómo los empleados de los hoteles pueden demostrar la preocupación por los intereses de sus clientes?	Examinar cómo los empleados de los hoteles pueden demostrar la preocupación por los intereses de sus clientes	La atención personalizada que los empleados del hotel brindan a sus clientes demuestra la preocupación por los intereses de sus clientes.	VI: La atención personalizada que los empleados del hotel brindan a sus clientes VD: demostración de preocupación por los intereses de sus clientes.	Atención personalizada	Los empleados del hotel le dan una atención personalizada. En el hotel se preocupan por sus mejores intereses.
¿Qué incide en la apariencia moderna que transmiten los hoteles?	Determinar qué incide en la apariencia moderna que transmiten los hoteles	El marketing influye en la apariencia moderna que transmiten los hoteles.	VI: El marketing VD: apariencia moderna que transmiten los hoteles	Elementos físicos	Las empresas de alojamiento excelentes tienen equipos de apariencia moderna. Las instalaciones físicas son visualmente atractivas Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etc.) Son visualmente atractivos.

Elaborado por: Lorena Quiñonez y Karen Larrosa

ANEXO N°3 FORMATO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

ENCUESTA DIRIGIDA A USUARIOS DE ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE "HOTELES" EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS DE LA ZONA DE PLANIFICACIÓN 5

El Objetivo de la presente encuesta es para conocer si los hoteles asentados en la provincia del Guayas tienen el suficiente control sobre los factores de cumplimiento a la calidad según Modelo SERVQUAL.

Sección 1. EXPECTATIVAS

Nacionalidad: _____

Instrucciones: Si cree que una característica no es esencial haga un círculo alrededor del número 1. Si cree que una característica es absolutamente esencial haga un círculo alrededor del número 7. Si sus convicciones al respecto no son tan definidas haga un círculo alrededor de uno de los números intermedios.

En desacuerdo

De acuerdo

1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7

		Mín.		←-----→			Máx.	
<u>CALIFICACIÓN</u>		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>
1.-	Las empresas de alojamiento excelentes tienen equipos de apariencia moderna.							
2.-	Las instalaciones físicas son visualmente atractivas.							
3.-	Los empleados tienen apariencia pulcra.							
4.-	Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etc.) son visualmente atractivos.							
5.-	Cuando las empresas de alojamiento excelentes prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.							
6.-	Cuando un cliente tiene un problema, las empresas de alojamiento excelentes muestran un sincero interés en solucionarlo.							
7.-	Las empresas de alojamiento excelentes realizan bien el servicio la primera vez.							
8.-	Las empresas de alojamiento excelentes concluyen el servicio en el tiempo prometido.							
9.-	Las empresas de alojamiento excelentes insisten en mantener registros libres de errores.							
10.-	Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.							
11.-	Los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes.							
12.-	Los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los clientes.							
13.-	Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.							
14.-	Los empleados transmiten confianza a los clientes.							
15.-	Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la organización.							
16.-	Los empleados son siempre amables con los clientes.							
17.-	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.							
18.-	Las empresas de alojamiento excelentes dan a sus clientes una atención individualizada.							
19.-	Las empresas de alojamiento excelentes tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.							
20.-	Los empleados ofrecen una atención personalizada a sus clientes.							
21.-	Las empresas de alojamiento excelentes se ocupan por los mejores intereses de sus clientes.							
22.-	Los empleados comprenden las necesidades específicas de sus clientes.							

Sección 2. IMPORTANCIA RELATIVA DE FACTORES

Instrucciones: Por favor, distribuya un total de 100 puntos entre las cinco características de acuerdo con la importancia que tiene para usted cada característica una. Por favor, asegúrese que sumen 100.

		Puntaje
1.-	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación que utiliza una empresa de alojamiento.	
2.-	Habilidad de una empresa de alojamiento para realizar el servicio prometido de forma segura y precisa.	
3.-	Disposición de una empresa de alojamiento para ayudar a los clientes y darles un servicio rápido.	
4.-	Conocimientos y trato amable de los empleados de una empresa de alojamiento y su habilidad para transmitir un sentimiento de fe y confianza.	
5.-	Cuidado, atención individualizada que una empresa de alojamiento que le da a sus clientes.	
	TOTAL	100 Ptos.

De las cinco características señaladas previamente:

	N° Característica				
	1	2	3	4	5
¿Cuál es la más importante para usted?					
¿Qué característica es la segunda más importante para usted?					
¿Cuál es la característica menos importante para usted?					

Sección 3. PERCEPCIONES

Instrucciones: El siguiente grupo de declaraciones se refiere a lo que usted piensa sobre El HOTEL. Trazar un círculo alrededor del número 1 significa que usted está fuertemente en desacuerdo y el número 7 significa que está fuertemente de acuerdo con la declaración.

En desacuerdo

1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7

De acuerdo

	<i>CALIFICACIÓN</i>	Mín.		←-----→					Máx.	
		1	2	3	4	5	6	7		
1.-	Los equipos del HOTEL tienen la apariencia de ser modernos.									
2.-	Las instalaciones físicas del HOTEL son visualmente atractivas.									
3.-	Los empleados del HOTEL tienen una apariencia pulcra.									
4.-	Los materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuentas, etc.) que utiliza el HOTEL son visualmente atractivos.									
5.-	Cuando en el HOTEL prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.									
6.-	Cuando usted tiene un problema en el HOTEL muestran un sincero interés en solucionarlo.									
7.-	En el HOTEL realizan bien el servicio la primera vez.									
8.-	En el HOTEL concluyen el servicio en el tiempo prometido.									
9.-	En el HOTEL insisten en mantener registros extensos de errores.									
10.-	Los empleados del HOTEL informan con precisión a los clientes de cuando concluirá cada servicio.									
11.-	Los empleados del HOTEL le sirven con rapidez.									
12.-	Los empleados del HOTEL siempre se muestran dispuestos a ayudarle.									
13.-	Los empleados del HOTEL nunca están demasiados ocupados para responder sus preguntas.									
14.-	El comportamiento de los empleados del HOTEL le transmite confianza.									
15.-	Usted se siente seguro en sus transacciones con el HOTEL									
16.-	Los empleados del HOTEL son siempre amables con usted.									
17.-	Los empleados del HOTEL tienen conocimientos suficientes para contestar las preguntas que les hace.									
18.-	En el HOTEL le dan una atención individualizada.									
19.-	En el HOTEL tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.									
20.-	Los empleados del HOTEL le dan una atención personalizada.									
21.-	En el HOTEL se preocupan por sus mejores intereses.									
22.-	Los empleados del HOTEL comprenden sus necesidades específicas.									

DIRECCIÓN DEL HOTEL: _____

ANEXO N°4 FORMATO ENCUESTA DEL MINISTERIO DE TURISMO



Ministerio
de Turismo

Encuesta sobre calidad de servicio – Alojamiento

100%

Questions marked with a * are required

Nombre del establecimiento *

INFORMACIÓN DEL USUARIO

Nombres * :

Apellidos * :

Teléfono * :

Email * :

Teléfono móvil

País de Residencia *

-- Seleccionar --

Por favor califique los siguientes aspectos del establecimiento:

Calidad de descanso



Limpieza



Servicio



Habitación



Precio/Calidad



Sugerencias y Comentarios

Adjunta tu factura *



Drag your file here

Or, If you prefer....

Browse...

Finalizar

ANEXO N°5 REGLAMENTOS DE ALOJAMIENTO HOTELERO DEL MINISTERIO DE TURISMO

REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

(Acuerdo No. 20150024-A)

MINISTERIO DE TURISMO No. 20150024-A

Considerando:

Que, la Constitución de la República en sus artículos 24 y 66 reconoce y garantiza a las personas el derecho a una vida digna que asegure, entre otros, el descanso y ocio, así como el derecho al esparcimiento, los cuales pueden ser ejercidos a través de las distintas actividades turísticas establecidas conforme a la Ley;

Que, la Constitución de la República del Ecuador señala en su artículo 227 que: *“La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación* Es así que para una correcta administración se deberá velar por el cumplimiento de estos principios.;

Que, el turismo ha sido declarado por el Gobierno Nacional como una política de Estado, encaminada a la consecución del Buen Vivir a través de la generación de empleo, cadenas productivas, divisas, redistribución de la riqueza e inclusión social;

Que, el artículo 5 de la Ley de Turismo establece como actividad turística al servicio de alojamiento;

Que, el artículo 15 de la Ley, establece: *“El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana (...);”*

Que, el artículo 16 de la Ley, prescribe: *“ Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley”;*

Que, el artículo 19 de la Ley, contempla que el Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo, mismas que deberán sujetarse a las normas de uso internacional, para lo cual expedirá las normas técnicas correspondientes;

Que, el artículo 43 del Reglamento a la Ley de Turismo determina que: *“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”;*

Que, el servicio de alojamiento por su naturaleza, alcance y peculiaridad requiere ser reglamentado a través de un cuerpo normativo específico en el cual se establezcan los parámetros a los cuales debe

someterse esta actividad, a fin de que su conceptualización, clasificación, categorización y servicio prestado respondan a estándares técnicos y objetivos que permitan la generación de una oferta de calidad.

Que, entre las actividades turísticas existentes, el alojamiento constituye un factor determinante en la experiencia de viaje, medición de satisfacción de los turistas y posicionamiento de los diferentes destinos turísticos del Ecuador a nivel nacional e internacional, por lo cual el país requiere contar con el marco regulatorio que le permita ubicarse como una potencia turística en el contexto internacional.

Que, el artículo 44 del Reglamento General a la Ley establece: “Sin perjuicio de las normas de carácter general contenidas en este reglamento, sobre la base de las definiciones contenidas en este capítulo, únicamente el Ministerio de Turismo de forma privativa, a través de acuerdo ministerial, expedirá las normas técnicas y reglamentarias que sean requeridas con el objeto de establecer las particularidades y la clasificación de las actividades de turismo definidas en este reglamento y sus respectivas modalidades. La potestad asignada en este artículo es intransferible. Las entidades del régimen seccional autónomo o dependiente no expedirán normas técnicas, ni de calidad sobre actividades o establecimientos turísticos, no definirán actividades o modalidades turísticas ni establecerán sujetos pasivos o responsables sin que sean establecidos por el Ministerio de Turismo”.

Que, la primera disposición transitoria del Reglamento General a la Ley de Turismo, dispone que las normas técnicas y reglamentos especiales por actividad y por modalidad que se han determinado en este Reglamento con el objeto de regular la actividad turística a nivel nacional serán formuladas, consultadas y expedidas, por el Ministerio de Turismo, a través de Acuerdo Ministerial, en un plazo no mayor a 24 meses, contados a partir de la publicación de este Reglamento general, en el Registro Oficial;

Que, a partir de la emisión del Reglamento mencionado no se ha emitido Acuerdo Ministerial alguno para regular la actividad turística de alojamiento por lo que es inminente la promulgación de este cuerpo normativo para la actividad turística de alojamiento;

Que, el estado ecuatoriano reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el Buen Vivir (sumak kawsay) ;

Que, es necesario expedir una normativa que ofrezca mecanismos de mejoramiento de los servicios, para lo cual, el Ministerio de Turismo ha basado sus políticas públicas en sólidos pilares de calidad y seguridad, que garanticen el bienestar del turista, con el objeto de consolidar al Ecuador como potencia turística;

Que, la calidad es una prioridad en la política pública del Ministerio de Turismo, que se debe ver reflejada en la prestación de actividades, modalidades y servicios turísticos; y,

En ejercicio de las facultades que le confieren los artículos 151 y 154 numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador; y, el artículo 17 del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva.

Acuerda:

Expedir el siguiente

REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Capítulo I

Sección I

ÁMBITO GENERAL

Art. 1.- **Objeto.**- El objeto del presente Reglamento es regular la actividad turística de alojamiento.

Art. 2.- **Ámbito de aplicación.**- El presente Reglamento será aplicado a nivel nacional.

Art. 3.- **Definiciones.**- Para la aplicación del presente Reglamento se deberá tomar en cuenta los siguientes términos y definiciones:

- **Actividad turística de alojamiento o alojamiento turístico:** El alojamiento es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros, para lo cual se considerarán los requisitos correspondientes a su clasificación y categoría, determinados en el presente Reglamento.
- **Amenities:** Artículos de limpieza y cuidado personal, entregados como cortesía al huésped, en las habitaciones de los establecimientos de alojamiento turístico.
- **Área de uso común:** Es la superficie construida de un establecimiento de alojamiento turístico que provee de servicios generales al inmueble, tales como vestíbulo principal, cuartos de baño y aseo comunes, entre otros.
- **Área deportiva:** Es un área específica, dentro del establecimiento de alojamiento turístico, que está provista de todos los medios necesarios para la práctica de uno o más deportes a manera de recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico para el huésped.
- **Botiquín de primeros auxilios:** Lugar o compartimiento que contiene suministros médicos básicos, necesarios e indispensables para brindar los primeros auxilios o tratar dolencias comunes a una persona. Deberá contener al menos lo siguiente: algodón hidrófilo, tijeras, linterna, tela adhesiva antialérgica, agua oxigenada, guantes de látex, desinfectante, sobres de gasa estéril, gasa en rollo, suero fisiológico, sales hidratantes, termómetro, vendas elásticas, manual de primeros auxilios.
- **Business center o centro de negocios:** Espacio común habilitado para personas de negocios en un establecimiento de alojamiento turístico, con equipamiento de oficina (hojas, grapadora, esferográficos, entre otros) y medios telemáticos adecuados para poder trabajar. Suele contar con varios puestos informáticos con acceso a internet.
- **Catastro de alojamiento:** Es el registro administrativo de los establecimientos de alojamiento registrados ante la Autoridad Competente el cual mantiene datos de su identificación, número de registro, clasificación, categorización y los demás que determine la Autoridad Nacional de Turismo.
- **Categoría:** Se considera a los requisitos técnicos diferenciadores de categorización, en un rango de una a cinco estrellas, que permite medir la infraestructura, cantidad y tipo de servicios que prestan los establecimientos de alojamiento turístico a los huéspedes. Se considera a un establecimiento de cinco estrellas como el de más alta categoría y al de una estrella como de más baja categoría.
- **Categoría única:** Se considera una excepción a los requisitos de categorización en la cual no se aplica el número de estrellas. Esta categoría se utilizará para refugio, casa de huéspedes y campamento turístico.

- **Cuarto de baño y aseo:** Áreas destinadas al aseo personal o para satisfacer una determinada necesidad biológica.
- **Cuarto de baño y aseo compartido:** Cuarto de baño, en espacio independiente a las habitaciones, destinado a servir los requerimientos hasta de 6 plazas. Este tipo de baño puede ser unisex.
- **Cuarto de baño y aseo en áreas comunes:** Cuarto de baño que se encuentra ubicado en áreas para uso común y/o múltiple de huéspedes. Este tipo de baño puede ser unisex, dependiendo de la capacidad del establecimiento.
- **Cuarto de baño y aseo privado:** Cuarto de baño de uso exclusivo para los huéspedes de una determinada habitación.
- **Establecimiento de alojamiento turístico:** Es el establecimiento considerado como una unidad íntegra de negocio destinada al hospedaje no permanente de turistas y que brinda servicios complementarios, para lo cual deberá obtener previamente el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, a través de la Autoridad Nacional de Turismo o de los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, conforme a los requisitos de clasificación y categorización dispuestos en el presente Reglamento.
- **Establecimiento de alojamiento turístico con distintivo superior:** Es el establecimiento que además de cumplir con los requisitos obligatorios y de categorización para registrarse como establecimiento de alojamiento turístico, cumple con requisitos distintivos adicionales que permiten obtener la condición de “Superior”.
- **Frigobar:** Pequeño refrigerador disponible en una habitación con o sin bebidas y/o alimentos para el consumo de los huéspedes del establecimiento.
- **Habitación compartida:** (Reformado por el lit. a) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).-Cuarto compartido de un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de varias personas, pudiendo no pertenecer al mismo grupo. Este tipo de habitaciones están prohibidas en establecimientos de alojamiento turístico categorizados de tres, cuatro y cinco estrellas.
- **Habitación privada:** Cuarto privado de un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de una o más personas del mismo grupo, según su capacidad y acomodación.
- **Hospedaje:** Servicio que presta un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de una o varias personas de forma no permanente a cambio de una tarifa diaria establecida.
- **Huésped:** Turista nacional o extranjero que pernocta, de manera no permanente, en un establecimiento de alojamiento turístico a cambio de una tarifa diaria establecida.
- **Jornada hotelera:** Período de tiempo determinado según las políticas del establecimiento, en el que se define el horario de ingreso (check in) y salida (checkout) de los huéspedes.
- **Plaza:** Espacio de hospedaje por persona con el que cuenta un establecimiento de alojamiento turístico.
- **Requisitos obligatorios:** Son los requisitos mínimos que deben cumplir de forma obligatoria los establecimientos de alojamiento turístico a nivel nacional, sea cual fuere su clasificación o categoría, con excepción de los determinados como categoría única. En caso de que el establecimiento no cumpla con estos requisitos, no podrá registrarse y se sancionará conforme a la normativa vigente.
- **Requisitos de categorización:** Son los requisitos diferenciadores que permiten distinguir las categorías establecidas en el presente Reglamento. Estos requisitos son de cumplimiento obligatorio para obtener una categoría de alojamiento y/o mantenerla.

- **Requisitos distintivos:** Son los requisitos voluntarios que permiten elevar los estándares de calidad de un establecimiento de alojamiento turístico, y le facultan acceder a la distinción de “Superior”, en caso que deseen adquirir la misma. Estos requisitos serán cuantificados a través de un sistema de puntuación y serán de libre elección para el establecimiento.
- **Servicios complementarios:** Son los servicios que se prestan de manera adicional a los servicios de hospedaje que brinda el establecimiento de alojamiento turístico, pueden ser gratuitos u onerosos y se describirán en el presente Reglamento, tales como restaurantes, bares, gimnasio, servicios de lavado y planchado, entre otros.
- **Tarifa rack o mostrador:** Tarifa máxima por pernoctación que determina el establecimiento de alojamiento turístico por el servicio de alojamiento. Este deberá considerar el valor por huésped, por noche, por tipo de habitación y por temporada, incluido impuestos. Anualmente esta tarifa deberá ser registrada ante la Autoridad Nacional de Turismo, conforme lo dispuesto en este Reglamento.
- **Tiempo compartido o “time sharing”:** Es la modalidad mediante la cual el propietario o los copropietarios de un inmueble, someten el mismo a un régimen contractual mediante el cual se adquieren derechos de uso sobre el inmueble, por parte de distintas personas, en distintos períodos del año, con fines vacacionales.

Tipos de camas:

- **Cama de una plaza:** Cama cuya dimensión es de al menos 80x190 cm.
- **Cama de una plaza y media (twin):** Cama cuya dimensión es de al menos 105x190 cm. Las dimensiones de este tipo de cama deberán ser consideradas para camas adicionales.
- **Cama de dos plazas (full):** Cama cuya dimensión es de al menos 135x190 cm.
- **Cama de dos y media plazas (queen):** Cama cuya dimensión es de al menos 156x200 cm.
- **Cama de tres plazas (king):** Cama cuya dimensión es de al menos 200x200 cm.

Tipos de habitación:

- **Habitación individual o habitación simple:** Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de una sola persona.
- **Habitación doble:** Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de dos personas.
- **Habitación triple:** Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de tres personas.
- **Habitación cuádruple:** Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de cuatro personas. Este tipo de habitaciones están prohibidas en establecimientos de alojamiento turístico de cinco estrellas.
- **Habitación múltiple:** Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de cinco o más personas. Este tipo de habitación no aplica para establecimientos de cinco estrellas.
- **Habitación júnior suite:** Habitación destinada al alojamiento turístico compuesto por un ambiente adicional que se encuentre en funcionamiento.
- **Habitación suite:** Unidad habitacional destinada al alojamiento turístico compuesta de una o más áreas, al menos un baño privado y un ambiente separado que incluya sala de estar, área de trabajo, entre otros.
- **Todo incluido o “all inclusive”:** Es la modalidad de servicio que brinda un establecimiento de alojamiento turístico, donde ofrece alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento y

otros servicios, dándole al turista una estadía completa sin que deba incurrir en pagos adicionales a los establecidos en el contrato.

Art. 4.- Ejercicio de la actividad.- Para ejercer la actividad turística de alojamiento es obligatorio contar con el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, así como sujetarse a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento y demás normativa vigente. El incumplimiento a estas obligaciones dará lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la Ley.

Sección II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS HUÉSPEDES Y ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Art. 5.- Derechos y obligaciones de los huéspedes.- Los huéspedes tendrán los siguientes derechos y obligaciones:

- Ser informados de forma clara y precisa del precio, impuestos, tasas y costos aplicables al servicio de alojamiento;
- Ser informados de las políticas, planes, y procedimientos determinados por el establecimiento;
- Recibir el servicio conforme lo contratado, pagado y promocionado por el establecimiento de alojamiento;
- Recibir el original de la factura por el servicio de alojamiento;
- Tener a su disposición instalaciones y equipamiento en buen estado, sin signos de deterioro y en correcto funcionamiento;
- Comunicar las quejas al establecimiento de alojamiento turístico;
- Denunciar por los canales establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, las irregularidades de los establecimientos de alojamiento turístico;
- Pagar el valor de los servicios recibidos y acordados;
- Entregar la información requerida por el establecimiento previo al ingreso (check in), incluyendo la presentación de documentos de identidad de todas las personas que ingresan;
- Cumplir con las normas del establecimiento de alojamiento y aquellas determinadas por la normativa vigente;
- Asumir su responsabilidad en caso de ocasionar daños y perjuicios al establecimiento, cuando le fuere imputable.

Art. 6.- Derechos y obligaciones de los establecimientos de alojamiento turístico.- Los establecimientos de alojamiento turístico gozarán de los siguientes derechos y obligaciones:

- Recibir el pago por los servicios entregados al huésped;
- Solicitar la salida del huésped del establecimiento de alojamiento cuando se contravenga la normativa vigente y el orden público, sin que esto exima a los huéspedes de su obligación de pago;
- Denunciar ante la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, la operación ilegal de establecimientos de alojamiento turístico;

- Acceder a los incentivos y beneficios establecidos en la normativa vigente;
- De ser el caso, cobrar un valor extra por los servicios complementarios ofrecidos en el establecimiento, conforme al tipo de servicio ofrecido;
- Obtener el registro de turismo y licencia única anual de funcionamiento;
- Exhibir la licencia única anual de funcionamiento en la cual conste la información del establecimiento, conforme a lo dispuesto por la Autoridad Nacional de Turismo;
- Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de limpieza y funcionamiento;
- Cumplir con los servicios ofrecidos al huésped;
- Otorgar información veraz del establecimiento al huésped;
- Notificar a la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, la transferencia de dominio o modificación de la información con la que fue registrado el establecimiento dentro de los diez días de producida;
- Contar con personal calificado y capacitado para ofertar un servicio de excelencia y cordialidad al cliente; así como, propiciar la capacitación continua del personal del establecimiento, los mismos que podrán ser realizados mediante cursos en línea.
- Determinar la moneda extranjera que se acepta como forma de pago en el establecimiento;
- Asumir su responsabilidad en caso de ocasionar daños y perjuicios al huésped, cuando le fuere imputable;
- Cumplir con los requisitos de seguridad previstos en el presente Reglamento y demás normativa vigente relacionada con el fin de proteger a los huéspedes y sus pertenencias;
- En caso de incidentes y accidentes el establecimiento deberá informar sobre el hecho a las Autoridades competentes;
- Respetar la capacidad máxima del establecimiento;
- Respetar y cumplir con los límites máximos de ruido establecidos conforme a la Autoridad competente;
- Exigir información al huésped, incluyendo la presentación de documentos de identidad de todas las personas que ingresen al establecimiento;
- Prestar las facilidades necesarias para que se realicen inspecciones por parte de la Autoridad competente;
- Cumplir las especificaciones de accesibilidad para personas con discapacidad dispuestas en la normativa pertinente y de conformidad con lo previsto en este Reglamento;
- Llevar un registro diario y proporcionar a la Autoridad Nacional de Turismo y a las autoridades que así lo requieran, información sobre el perfil del huésped donde se incluya al menos nombre, edad, nacionalidad, género, número de identificación, tiempo de estadía y otros que se determinen.

Capítulo II

Sección I

DE LOS PROCEDIMIENTOS DE REGISTRO, INSPECCIÓN E IDENTIFICACIÓN

Art. 7.- Requisitos previo al registro.- Las personas naturales o jurídicas previo a iniciar el proceso de registro del establecimiento de alojamiento turístico, deberán contar con los siguientes documentos:

- En el caso de personas jurídicas, escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil;

- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil;
- Registro Único de Contribuyentes (RUC), para persona natural o jurídica;
- Cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación, de la persona natural o representante legal de la compañía;
- Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento del local de ser el caso, debidamente legalizado ante la Autoridad competente;
- Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal;
- (Reformado por el lit. b) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Pago del uno por mil sobre el valor de los activos fijos;
- Para el uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta materia. Deberá verificarse el resultado de la búsqueda fonética.
- No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la Autoridad Nacional de Turismo.

Art. 8.- Del procedimiento de registro e inspección de un establecimiento turístico.- El procedimiento para el registro e inspección de un establecimiento de alojamiento turístico será el siguiente:

- La Autoridad Nacional de Turismo contará con una herramienta digital de uso obligatorio para el registro de los establecimientos de alojamiento turístico, en el que se determinará el cumplimiento de requisitos para la clasificación y categorización.
- Para el registro, el empresario deberá seguir los pasos del sistema digital que será establecido por la Autoridad Nacional de Turismo. Al finalizar el proceso, el sistema emitirá un certificado de registro del establecimiento.
- La Autoridad Nacional de Turismo realizará inspecciones de verificación y/o control a los establecimientos. Al final de la inspección, se emitirá un acta suscrita entre el funcionario de la Autoridad Nacional de Turismo y el propietario, representante legal, administrador o encargado del establecimiento de alojamiento turístico, donde se dejará constancia de la diligencia realizada. Una copia de esta acta será entregada al establecimiento.
- En caso de que los resultados de la inspección, determinen que el establecimiento no consignó información veraz al registrarse o posteriormente en caso de modificaciones, re categorizaciones o reclasificaciones, la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los que se les haya transferido la competencia de control, impondrán las sanciones establecidas en la normativa vigente.

Art. 9.- Cambio de clasificación o categoría.- Todo establecimiento que manifieste su voluntad de cambiar su clasificación o categoría, deberá realizar el proceso correspondiente determinado en la herramienta digital de la Autoridad Nacional de Turismo.

Sin perjuicio de lo previsto en el inciso anterior, la Autoridad Nacional de Turismo o el Gobierno Autónomo Descentralizado según el caso, no exigirán la presentación de documentación alguna, que ya hubiere sido acreditada en el momento pertinente.

Art. 10.- De la identificación del establecimiento turístico.- huéspedes, turistas, autoridades y público en general, sobre El establecimiento deberá contar con un letrero visible en la parte exterior del mismo, en el cual no podrá ostentar una tipología o categoría que pueda engañar a los las condiciones y calidad del establecimiento. El incumplimiento de la presente disposición, dará lugar a las sanciones establecidas en la normativa vigente.

Sección II

DEL PROCEDIMIENTO DE LICENCIAMIENTO

Art. 11.- **Del procedimiento y requisitos de licenciamiento anual de funcionamiento.**- Para el proceso de licenciamiento de los establecimientos de alojamiento turístico, la Autoridad Nacional de Turismo o el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia de licenciamiento, deberá solicitar como requisito indispensable el certificado de registro de turismo y los demás que sean requeridos conforme a la normativa vigente, de ser el caso.

El procedimiento de obtención de la licencia única anual de funcionamiento será realizado obligatoriamente mediante la herramienta en línea de la Autoridad Nacional de Turismo, o de acuerdo al procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia, según corresponda.

Los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento, aparte del registro de turismo serán los siguientes:

- Pago del impuesto predial.
- Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.
- Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.
- Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.

Una vez obtenida la licencia única anual de funcionamiento según el procedimiento establecido, se deberá contar con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el huésped.

En el caso de que el Gobierno Autónomo Descentralizado no cuente con una herramienta informática para el registro y licenciamiento de los establecimientos de alojamiento, la Autoridad Nacional de Turismo otorgará de manera gratuita un enlace a su herramienta digital con el fin de mejorar los procesos y dar cumplimiento a lo establecido en este Reglamento.

Capítulo III

DE LA CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTOTURÍSTICO

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

Tabla 14. Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura

a)	Hotel	H
b)	Hostal	HS
c)	Hostería	HT
d)	Hacienda Turística	HA
e)	Lodge	L
f)	Resort	RS
g)	Refugio	RF
h)	Campamento Turístico	CT
i)	Casa de Huéspedes	CH

- a) **Hotel.-** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones. 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.-** (Reformado por el lit. c) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- 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.
- d) **Hacienda turística.-** (Reformado por el lit. d) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- 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.
- e) **Lodge.-** (Sustituido por el lit. c) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Utiliza materiales locales y diseños propios de la arquitectura vernácula de la zona en la que se encuentre.
- f) **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.
- g) **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.

- h) **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.
- i) **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.-** Es competencia privativa de la Autoridad Nacional de Turismo establecer a nivel nacional las categorías oficiales según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico y sus requisitos.

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

Tabla 15. Categorías según la clasificación de establecimientos de hospedaje

Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico	Categorías asignadas
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

Art. 14.- **Autorización para la construcción y adecuación de edificaciones destinadas a alojamiento turístico.-** El Gobierno Autónomo Descentralizado competente será la entidad que en su jurisdicción aprobará los planos definitivos y autorizará la construcción y/o adecuación de edificaciones destinadas al alojamiento turístico, en concordancia con los planes de ordenamiento territorial y zonificación local.

Las modificaciones y/o adecuaciones que pudieren afectar o alterar la clasificación y/o categorización del establecimiento de alojamiento turístico ya registrado, deberán ser notificadas a la Autoridad Nacional de Turismo por medio de su herramienta digital, en un plazo máximo de treinta días contados a partir de la modificación, para su actualización. En caso de no dar cumplimiento a la disposición de este inciso, se aplicarán las sanciones establecidas en la Ley de Turismo y demás normativa vigente.

Capítulo IV

DE LOS REQUISITOS OBLIGATORIOS, DE CATEGORIZACIÓN Y DISTINTIVOS

Art. 15.- **Requisitos obligatorios.**- Los requisitos obligatorios estarán contenidos en el Anexo A que es parte integrante del presente Reglamento y deberán ser considerados por todos los establecimientos de alojamiento turístico que no se encuentren determinados en este Reglamento como categoría única.

Art. 16.- **Requisitos de categorización y categoría única.**-

Los requisitos de categorización y categoría única se encontrarán detallados en los anexos que son parte integrante de este Reglamento conforme a lo siguiente:

Tabla 16. Requisitos de Categorización

a) Hotel	Anexo 1
b) Hostal	Anexo 2
c) Hostería, Hacienda Turística y Lodge	Anexo 3
d) Resort	Anexo 4
e) Refugio	Anexo 5
f) Campamento turístico	Anexo 6
g) Casa de huéspedes	Anexo 7

Art. 17.- **Requisitos distintivos.**- Los establecimientos de alojamiento turístico de manera opcional, podrán acceder al reconocimiento de distintivo "Superior", disponible para las categorías de tres a cinco estrellas, de cualquier tipología a la que pertenezcan, siempre y cuando cumplan con los requisitos obligatorios, requisitos de categorización, más el siguiente puntaje:

Tabla 17. Requisitos para categorización

CATEGORÍA	Puntos requeridos como requisitos para distintivo "Superior"
5 Estrellas	60
4 Estrellas	50
3 Estrellas	40
2 Estrellas	N/A
1 Estrella	N/A
Categoría única	N/A

Los requisitos distintivos se encontrarán detallados en el anexo B, que es parte integrante de este Reglamento.

Capítulo V

Sección I

DE LA COMERCIALIZACIÓN

Art. 18.- **Políticas de comercialización.**- Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con políticas que permitan una correcta comercialización de los mismos. Estas políticas se deberán manejar de la siguiente manera:

- Contar con herramientas tecnológicas como portales web que determinen la dirección, teléfonos y correo electrónico de contacto directo del establecimiento, tarifas rack o mostrador, mapa de ubicación del lugar, descripción de servicios, facilidades que brinda el

establecimiento para personas con discapacidad, fotografías actuales y reales de habitaciones y áreas de uso común.

- Desarrollar una política de pago y cancelación de reservas.
- Establecer un sistema propio o contratado de manejo de reservas. Es facultad del establecimiento establecer un sistema de pago en línea. (No aplica para casa de huéspedes y refugio).
- Usar obligatoriamente el logo de la Autoridad Nacional de Turismo en herramientas digitales, conforme lo establecido en el manual de aplicación de uso de logotipo. El uso del logo deberá estar vinculado a través de un enlace, en el portal electrónico del establecimiento, que se remita directamente a la página en la que conste información sobre el registro del establecimiento ante la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos
- Descentralizados a quienes se les haya transferido las competencias.

Art. 19.- **Prohibición sobre comercialización.**- Se prohíbe a los establecimientos de alojamiento turístico ofertar, a través de cualquier medio de información, servicios o infraestructura que no correspondan a su establecimiento, a su clasificación o categorización. Es decir, la clasificación o categorías no podrán ser utilizadas para engañar o inducir a confusión al público respecto de la calidad del servicio brindado.

En caso de que se compruebe este hecho, se aplicarán las sanciones determinadas en la normativa nacional de turismo, sin perjuicio de las sanciones que se establecen en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

Sección II DEL TIEMPO COMPARTIDO O “TIME SHARING”

Art. 20.- **Del tiempo compartido o “time sharing”.**- Los establecimientos de alojamiento turístico que sean utilizados para el régimen de tiempo compartido o “time sharing”, deberán obtener el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento correspondiente por parte de la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los que se les hubiere facultado para el efecto.

Art. 21.- **Contratos de tiempo compartido o “time sharing”.**- Los establecimientos de alojamiento turístico que operen bajo esta modalidad deberán contar con contratos que incluyan cláusulas de fácil comprensión para sus clientes. No se podrán incluir cláusulas o estipulaciones que causen indefensión al cliente o sean contrarias al orden público y a las buenas costumbres.

Para registrar estos contratos ante la Autoridad Nacional de Turismo, el representante legal del establecimiento deberá demostrar que éste se encuentra apto para su funcionamiento.

Art. 22.- **Registro de contratos.**- Sin perjuicio de lo mencionado en el artículo anterior, los contratos o sus modificaciones, deberán contar con la autorización de la Autoridad Nacional de Turismo previa a su utilización.

Art. 23.- **Sanciones.**- En caso de que el establecimiento que se encuentre operando bajo esta modalidad, incumpla alguna de las disposiciones del presente capítulo, será sujeto de las sanciones determinadas en la Ley de turismo y demás normativa aplicable.

DISPOSICIONES GENERALES:

Primera.- Los establecimientos de alojamiento turístico serán de libre acceso al público, quedando prohibida cualquier discriminación en la admisión. No obstante estos establecimientos se reservarán el derecho de no admitir a los que incumplan las normas básicas de convivencia.

Segunda.- Los establecimientos de alojamiento turístico no podrán desarrollar actividades de intermediación u operación turística directamente, solo a través de agencias de viajes u operadoras turísticas legalmente registradas, quedando habilitado únicamente el servicio de traslado del huésped desde el establecimiento a puertos o aeropuertos y viceversa, de acuerdo a la normativa vigente.

Tercera.- Los establecimientos de alojamiento turístico deberán informar a la Autoridad Nacional de Turismo hasta el primero de diciembre de cada año sobre las tarifas rack o mostrador del año siguiente. Estas considerarán el valor por huésped, por noche, por tipo de habitación y por temporada baja y alta, incluido impuestos; de no hacerlo la Autoridad Nacional de Turismo sancionará conforme a la normativa vigente.

Cuarta.- Los establecimientos de alojamiento turístico que brinden los servicios de alimentos y bebidas, y modalidades de aventura dentro de sus instalaciones deberán regirse al Reglamento específico para cada actividad.

Quinta.- Los establecimientos de alojamiento turístico deberán mantener convenios o contratos suscritos con compañías de taxis que cuenten con el permiso de operación pertinente conforme a las disposiciones de la normativa correspondiente, para prestar el servicio a sus clientes únicamente cuando se trate de movilización no turística. Se deberá exhibir de manera visible en la recepción del establecimiento los datos de contacto de las compañías de taxis con las que se haya suscrito contratos o convenios. Este requisito no aplica para establecimientos ubicados en lugares remotos.

Sexta.- Los establecimientos de alojamiento turístico que se comercialicen bajo la modalidad de vacaciones “ALL INCLUSIVE” o TODO INCLUIDO, deberán ofertar de manera transparente todos los servicios que se incluirán durante la estadía de sus huéspedes, así como los costos finales que se deriven de esta modalidad.

Séptima.- Se prohíbe a los establecimientos de alojamiento turístico permitir el ingreso de niños, niñas y adolescentes a los establecimientos con fines de explotación sexual, laboral, trata y tráfico de personas. En caso de que se incumpla con esta disposición, se aplicarán las sanciones establecidas en la legislación vigente.

Octava.- Los establecimientos de alojamiento turístico categorizados de cuatro y cinco estrellas, deberán cobrar el 10% por concepto de servicios. Dicho valor deberá ser redistribuido según las especificaciones de la normativa vigente.

Novena.- Para el cumplimiento de los requisitos referentes a accesibilidad para personas con discapacidad o movilidad reducida, los establecimientos de alojamiento turístico deberán acoger las especificaciones contenidas en las normas INEN sobre accesibilidad al medio físico.

Décima.- La Autoridad Nacional de Turismo se encuentra facultada para realizar en cualquier momento, sin notificación previa, inspecciones a los establecimientos de alojamiento turístico, con el objeto de verificar el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento. Las inspecciones

se realizarán con la presencia del propietario, representante legal, administrador o encargado del establecimiento de alojamiento turístico.

Décima Primera.- La jornada hotelera dependerá de las políticas del establecimiento, las cuales deberán ser debidamente informadas al huésped previo a su ingreso.

Décima Segunda.- Los establecimientos de alojamiento ubicados en áreas naturales protegidas deberán cumplir, además de las disposiciones del presente Reglamento, con la normativa establecida por la Autoridad Ambiental competente.

Décima Tercera.- Los nuevos establecimientos permitidos en áreas naturales protegidas solamente podrán ser categorizados de 3 a 5 estrellas o categoría única a excepción de casa de huéspedes y deberán cumplir con la normativa correspondiente.

Décima Cuarta.- Los establecimientos de alojamiento turístico que expendan bebidas alcohólicas en sus instalaciones, podrán ser inspeccionados por el Ministerio del Interior para verificar el origen de los productos ofertados.

Décima Quinta.- Los centros de turismo comunitario que presten el servicio de alojamiento deberán obtener el registro y licencia correspondiente a alojamiento turístico ante la Autoridad Nacional de Turismo, con la finalidad de cumplir con las disposiciones del presente Reglamento. El valor por concepto de registro y licencia será conforme a lo establecido por la Autoridad Nacional de Turismo.

Décima Sexta.- En caso de que existan establecimientos que compartan características de dos o más tipologías, para el registro se considerará la tipología que predomine.

Décimo Séptima.- Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con al menos lo siguiente:

Tabla 18. Requisitos de los establecimientos en zonas donde no hay red pública

CATEGORÍA	REQUISITO
5 ESTRELLAS	Sistema de tratamiento de aguas residuales
4 ESTRELLAS	Sistema de tratamiento de aguas residuales
3 ESTRELLAS	Pozo séptico
2 ESTRELLAS	Pozo séptico
1 ESTRELLA	Pozo séptico

Los nuevos establecimientos de alojamiento turístico categorizados como cinco estrellas, ubicados dentro del territorio nacional deberán contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales.

Décima Octava.- La Autoridad Nacional de Turismo tiene la obligación de coordinar con instituciones involucradas, directa o indirectamente, en la actividad de alojamiento, con el fin de que toda la información posible sea obtenida en línea, para facilitar los trámites de los usuarios.

Décima Novena.- Todos los establecimientos de alojamiento turístico serán considerados como una unidad íntegra de negocios para el desarrollo de sus actividades.

Vigésima.- (Agregado por el lit. e) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Para establecimientos de alojamiento turístico que funcionen en edificios patrimoniales se estará a lo dispuesto en el presente Reglamento, en tanto y en cuanto no contravenga a la normativa específica para la declaración de bienes patrimoniales.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS:

Primera.- La Autoridad Nacional de Turismo, desarrollará el sistema informático que permitirá el registro de clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico; hasta ello se continuará con el proceso de registro y licenciamiento habitual. Una vez que se encuentre lista la herramienta digital, el establecimiento de alojamiento tendrá un plazo de 2 meses para realizar el proceso de registro, conforme lo determine la Autoridad Nacional de Turismo. La clasificación y categoría de los establecimientos de alojamiento turístico ostentadas hasta el año 2014, se mantendrán durante el año 2015.

Segunda.- El nuevo proceso de clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico existentes tendrán como plazo hasta diciembre de 2015 para cumplir con las disposiciones establecidas en este instrumento. De existir cambios en la clasificación o categoría deberán contemplarlas en todos los espacios en los que se identifique y publicite al establecimiento.

Tercera.- Los nuevos establecimientos de alojamiento deberán cumplir con las disposiciones establecidas en el presente Reglamento, a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Cuarta.- Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con personal profesional o certificados en competencias laborales de forma progresiva, de acuerdo a lo siguiente:

Tabla 19. Porcentaje de personal profesional que deben tener los hoteles.

Categoría	Primer año	Segundo año	Tercer año
Una y dos estrellas (al menos 1 persona)	1 persona	N/A	N/A
Tres estrellas (10%)	5 %	5%	N/A
Cuatro estrellas (20%)	10%	10%	N/A
Cinco estrellas (30%)	10%	10%	10%

Cuando el porcentaje resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, el establecimiento deberá contar con al menos un empleado profesional o certificado.

Quinta.- Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con personal que hable al menos un idioma extranjero de forma progresiva, acorde a lo siguiente:

Tabla 20. Porcentaje de personas que dominen un idioma que deben tener los hoteles

Categoría	Primer año	Segundo año	Tercer año
Una estrella	N/A	N/A	N/A
Dos estrellas (al menos 1 persona)	1 persona	N/A	N/A
Tres estrellas (10%)	5%	5%	N/A
Cuatro estrellas (10%)	5%	5%	N/A
Cinco estrellas (25%)	5%	10%	10%

Cuando el porcentaje resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, el establecimiento deberá contar con al menos un empleado que hable al menos un idioma extranjero.

Sexta.- Deléguese a la Coordinación Jurídica de la Autoridad Nacional de Turismo para que en el plazo de 1 mes contado a partir de la publicación del presente Reglamento en el Registro Oficial, realice un modelo de contrato para los establecimientos que operan con la modalidad de tiempo compartido o “time sharing”. Una vez emitido este modelo de contrato los establecimientos que apliquen esta modalidad deberán sujetarse al mismo.

Séptima.- Dispóngase a la Coordinación Administrativa Financiera y Coordinación General de Estadística e Investigación de la Autoridad Nacional de Turismo, que hasta el 30 de junio de 2015, desarrolle la nueva fórmula de aplicación para el cobro del valor por concepto de registro y licencia anual de funcionamiento.

Octava.- (Derogado por el lit. a) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).

Novena.- Se considera un establecimiento de alojamiento turístico nuevo, aquel que hasta la fecha de publicación del presente Reglamento en el Registro Oficial, no se encuentra registrado en la Autoridad Nacional de Turismo o Gobierno Autónomo Descentralizado, según el caso.

Décima.- Los establecimientos de alojamiento turístico existentes, tendrán un plazo máximo de 3 años a partir de la publicación de este Reglamento en el Registro Oficial, para implementar instalaciones eléctricas cuyo voltaje sea de 220V.

Décima Primera.- Los establecimientos de alojamiento turístico existentes, tendrán un plazo máximo de 3 años a partir de la publicación de este Reglamento en el Registro Oficial, para implementar trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos.

Décima Segunda.- (Derogado por el lit. b) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).

Décima Tercera.- Los responsables legales, propietarios o administradores de los establecimientos de alojamiento según las clasificaciones previstas para el efecto, en cuyos establecimientos se encuentren animales silvestres en cautiverio, deberán solicitar a la Autoridad Ambiental Nacional en cada sede provincial, el inicio del registro individual de los especímenes de todos los grupos taxonómicos así como su regularización para el manejo de los animales silvestres, previo al cumplimiento de los requisitos para exhibición. Esta actividad se realizará en un plazo de 6 meses a partir de la emisión del presente Reglamento, tiempo en el que la Autoridad Ambiental Nacional dará seguimiento al manejo de los especímenes.

De no dar cumplimiento en el plazo indicado se procederá con el decomiso de los especímenes y se iniciará el correspondiente proceso administrativo y penal de ser el caso. Cada sede provincial de la Autoridad Ambiental Nacional abrirá un registro según el procedimiento establecido por dicha Autoridad.

DISPOSICIONES DEROGATORIAS:

Primera.- Deróguese la Resolución No. 172, en lo pertinente al sector de alojamiento, la cual fue emitida por la Corporación Ecuatoriana de Turismo el 24 de noviembre de 1989.

Segunda.- Deróguese toda normativa vigente que se oponga al presente Reglamento, en lo pertinente al sector de alojamiento.

DISPOSICIONES FINALES:

Primera.- Para fines de regulación y control de los establecimientos de alojamiento turístico, serán parte integrante de este Reglamento 9 anexos referentes a los requisitos obligatorios, de clasificación, categorización y distintivos, que deberán ser cumplidos a cabalidad por los establecimientos de alojamiento y los funcionarios que realicen el control de los mismos conforme a las disposiciones establecidas en esta norma.

Segunda.- El incumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente Reglamento será sancionado conforme a la Ley de Turismo y demás normativa vigente.

Tercera.- El presente Reglamento entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial. Dado en San Francisco de Quito, a los 25 días de febrero de 2015.

CONDICIONES MÍNIMAS
1. Mantener las instalaciones de infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento.
2. Limpieza e higiene son condiciones básicas para todas las categorías.
REQUISITOS GENERALES
3. Contar con sistema de iluminación de emergencia.
4. Identificar y señalar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras, según las disposiciones de la Autoridad competente.
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, deberán estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos.
10. Identificar y señalar 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 señalar el número de piso.
15. Identificar y señalar las habitaciones por piso.
16. Identificar y señalar las áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios.
17. Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (checkout) 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. En caso de lugares donde no exista cobertura, se preverá otro tipo de auxilio y/o apoyo inmediato.
24. (Reformado por el lit. f) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7I2016). Los nuevos establecimientos de alojamiento turístico ubicados en la franja Marino Costera deberán contar con filtros de arena para aguas grises.
25. Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos.
26. Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con instalaciones eléctricas cuyo voltaje sea de 110V y 220V, debidamente señalado.
INFRAESTRUCTURA
27. 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.
28. Contar con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento.
29. 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).
30. Contar con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento.
31. 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 tuvieran estas últimas).
32. 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).
33. Destinar áreas para uso común y/o múltiple para huéspedes.
34. 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.
35. Contar con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos.
36. Contar con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros).
37. Contar con bodegas y/o compartimentos específicos para almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros.
38. 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
39. Proveer de agua las veinticuatro horas.
40. Servicio de custodia de equipaje.
41. Servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio.
42. Botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento.
43. Servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas.
44. Proveer el servicio diario de limpieza.
45. Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente.
ÁREAS DE CLIENTES
CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES
46. Identificar y señalizar por género los cuartos de baño y aseo en áreas comunes.
47. La dimensión de los cuartos de baño y aseo estará determinada por la capacidad del servicio a prestar.

48.	Equipamiento e insumos	Inodoro con asiento y tapa;
49.		Lavamanos;
50.		Espejo sobre el lavamanos;
51.		Tomacorriente;
52.		Basurero con funda y tapa;
53.		Dispensador de jabón de pared o desechable;
54.		Jabón líquido;
55.		Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables;
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 servicio higiénico;
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. Los establecimientos de alojamiento deberán contar con un mínimo de 5 habitaciones.		
63. Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso.		
64. Las dimensiones de cama(s) se aplicarán según lo establecido en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza.		
65.	Equipamiento	Colchón;
66.		Protector de colchón;
67.		Sábanas;
68.		Cobija(s);
69.		Cubrecama, edredón o plumón duvet;
70.		Almohada(s) por plaza;
71.		Protector de almohada;
72.		Al menos un velador o mesa de noche;
73.		(Reformado por el lit. d) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Basurero.
74. Cobija extra a petición del huésped.		
75. Al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes.		
76. 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.		
77. 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 (checkout), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación.		
78. Contar con agua para consumo en la habitación.		
CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO Y/O COMPARTIDO (PARA LOS CASOS QUE APLIQUE)		
78.	E Q U I P A M I	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso;
79.		Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño;
80.		Lavamanos;
81.		Espejo sobre el lavamanos;

82.	E N T O	Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso;
83.		Tomacorriente (excepción para establecimientos según sus políticas) ;
84.		Inodoro con asiento y tapa;
85.		Basurero con tapa;
86.		Toallero y/o gancho;
87.		Jabón en lavamanos;
88.		Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables
89.		Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca ala rea de cuarto de baño y aseo.
90.		Papel higiénico.

NOTA: En el caso de considerar porcentajes, cuando éste resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, se deberá contar con al menos uno del requisito solicitado

ANEXO B. REQUISITOS DISTINTIVOS

No.	REQUISITOS DISTINTIVOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO CATEGORIZADOS COMO 5, 4 Y 3 ESTRELLAS	PUNTAJE
SERVICIO		
1	Proveer del servicio o renta de equipos deportivos.	2
2	Contar con al menos dos facilidades para mascotas (áreas de descanso, áreas de paseo, entre otras).	3
3	Contar con torres de observación o miradores.	4
4	Contar con senderos o caminos para recorridos exteriores de personas con discapacidad, conforme lo establecido por la Autoridad competente.	5
5	Personal multilingüe al menos tres empleados.	5
6	Señalética en todo el establecimiento en idiomas: inglés y español.	3
CALIDAD		
7	Contar con sistemas de cortesías y atenciones a huéspedes destacados y/o frecuentes.	3
8	Demostrar la ejecución de auditorías internas de calidad al menos una vez al año.	5
9	Al menos el 15% de los productos para alimentación son orgánicos.	5
10	Contar con un manual de procedimientos.	5
11	Contar con ropa de cama hipo alergénica	4
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA		
12	Ofrecer al huésped actividades que involucren a la comunidad local.	4
13	Al menos el 15% de sus proveedores son microempresas o grupos comunitarios de su entorno local más cercano.	5
14	Contar y aplicar con una política de responsabilidad social corporativa.	4
AMBIENTAL		
15	Fomentar el uso de técnicas constructivas, materiales locales y diseños propios de la arquitectura de la zona que amortice con el entorno.	5
16	Contar con cocinas de inducción.	5
17	Contar con programas de manejo de desechos (elaboración de abono, reciclaje de plásticos, entre otros).	5
18	Contar con fuentes de energía alternativa (hidráulica, solar, eólica, entre otras).	5
19	Uso de productos biodegradables.	5

ANEXO 1. HOTEL - H						
Requerimientos por categoría H						
REQUISITOS		HOTEL 5 ESTRELLAS	HOTEL 4 ESTRELLAS	HOTEL 3 ESTRELLAS	HOTEL 2 ESTRELLAS	HOTEL 1 ESTRELLA
No.	REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA					
INSTALACIONES GENERALES						
1	Servicio de estacionamiento temporal para vehículo (embarque y desembarque de pasajeros), frente al establecimiento.	X	X			
2	Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones. En caso de que con la aplicación del porcentaje el resultado sea menor a tres, mínimo tres espacios de estacionamiento, para las categorías de cinco, cuatro y tres estrellas. En caso de contar con el requisito mínimo de habitaciones, deberá haber 3 espacios fijos de estacionamiento.	20%	15%	10%	0%	
3	Generador de emergencia	Para suministro general de energía eléctrica para todo el establecimiento.	X	X		
		Para servicios comunales básicos: ascensores, salidas de emergencia, pasillos, áreas comunes.			X	
		Sistema de iluminación de emergencia.				X
4	Agua caliente en lavabos de cuartos de baño y aseo en áreas comunes.	(Sustituido por el lit. c) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Con grifería con sistema temporizado	X			
		Las 24 horas.	X	X		
		Centralizada.	X	X	X	
5	Cambiador de pañales de bebé en cuartos de baño y aseo ubicados en áreas comunes.		X	X		
	(Reformado por el lit. k) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Contar con (por lo menos) los siguientes servicios/ubicación: 1) Piscina. 2) Hidromasaje. 3) Baño turco					

6	<p>4) Sauna.</p> <p>5) Gimnasio.</p> <p>6) SPA.</p> <p>7) Servicio de peluquería.</p> <p>8) Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc. se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales.</p> <p>9) Áreas deportivas.</p> <p>10) Exposición de colección de arte permanente o temporal.</p> <p>11) Salones para eventos.</p> <p>12) (Agregado por el lit. l) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Establecimiento ubicado en un edificio patrimonial que cuente con la respectiva declaratoria por parte de la autoridad competente.</p> <p>13) (Agregado por el lit. l) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Tienda virtual para venta de productos ecuatorianos por catálogo.</p>		6	4	2	0
7	<p>(Reformado por el lit. m) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural.</p>		X	X	X	X
8	<p>Contar con áreas de uso exclusivo para el personal:</p>	Cuartos de baño y aseo	X	X	X	X
		Duchas	X	X		
		Vestidores	X	X		
		Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)	X	X	X	
		Área de comedor	X	X	X	
		Área administrativa	X	X		
ACCESOS						
9	Una entrada principal de clientes al área de recepción y otra de servicio.		X	X	X*	
ASCENSORES						
10	<p>Ascensor(es) para uso de huéspedes. No aplica a establecimientos existentes, ni edificios patrimoniales.</p>	Si el establecimiento posee dos o más pisos, incluyendo planta baja.	X	X		
		Si el establecimiento posee tres o más pisos, incluyendo planta baja.			X	
11	<p>Ascensor de servicio. No aplica a establecimientos existentes, ni edificios patrimoniales.</p>	Si el establecimiento posee dos o más pisos, incluyendo planta baja.	X	X		

ÁREAS DE CLIENTES						
Áreas de clientes General						
12	Centro de negocios con servicio de internet.	16 horas	X			
		12 horas		X		
13	Área de vestíbulo	Incluye recepción (con mobiliario), conserjería y salas.	X	X	X	
		Y recepción (con mobiliario)				X
14	La recepción deberá contar con las facilidades necesarias para prestar atención a personas con discapacidad.	X	X			
15	Restaurante dentro de las instalaciones del establecimiento.	Y cafetería	X			
		Que incluya servicio de cafetería		X		
		Y/o cafetería			X	
		Con carta en español e inglés	X	X	X	
16	Servicio de preparación de dietas especiales y restricciones alimenticias bajo pedido del huésped.		X	X		
17	Bar en zona diferenciada del área del restaurante y con instalaciones propias, dentro del establecimiento.		X			
	Servicio de bar dentro del establecimiento.			X	X	
Áreas de clientes Habitaciones						
18	Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.	(Reformado por el lit. d) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- 2%	(Reformado por el lit. d) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I- 2016).- 2%	4%	2%	0%
19	Habitaciones con cuarto de baño y aseo privado.		X	X	X	X
20	Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.		X	X	X	X
21	(Reformado por el lit. n) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Habitaciones insonorizadas, para los nuevos establecimientos.		X	X	X	
22	Internet en todas las habitaciones		X	X		
	Caja de seguridad en habitación.		X	X		
23	Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.				X	X
24	Cerradura para puerta de acceso a la habitación.		X	X	X	X
25	Almohada extra a petición del huésped.		X	X	X	
26	Frigobar.		X	X		
27	Portamaletas.		X	X	X	
28	Clóset y/o armario.		X	X	X	X

29	Escritorio y/o mesa.		X	X		
30	Silla, sillón o sofá.		X	X	X	X
31	Funda de lavandería.		X	X	X	
32	Luz de velador o cabecera por plaza.		X	X	X	X
33	Cortina completa y visillo o blackout y visillo. El blackout o la cortina completa pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.		X	X		
	Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.				X	X
34	Televisión ubicada en mueble o soporte	Con acceso a canales nacionales e internacionales, con televisión por cable o televisión satelital.	X	X		
		Con acceso a canales nacionales.			X	X
35	Teléfono en habitación		X	X	X	
	(Derogado por el lit. g) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).		X	X		
	Sistema de comunicación.					X
36	Servicio telefónico	Discado directo (interno, nacional e internacional) en cada habitación.	X	X	X	
36	Servicio Telefónico	Con atención en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés.	X	X		
		Las 24 horas.	X			
		(Sustituido por el lit. e) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Servicio nacional e internacional en la recepción				X
Áreas de clientes Cuarto de baño y aseo privado						
37	Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado.	Agua caliente.	X	X	X	X
		Centralizada	X	X	X	
		Las 24 horas.	X	X	X	
		Con sistema de válvula de presión.	X			
38	Iluminación independiente sobre el lavamanos.		X	X	X	
39	Espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos.		X	X	X	
	Espejo sobre el lavamanos.					X
40	Espejo flexible de aumento.		X	X		
41	Secador de cabello.		X	X	X**	

42	Juego de toallas por huésped	Cuerpo	X	X	X	X
		Manos	X	X	X	X
		Cara	X			
43	Toalla de piso para salida de tina y/o ducha.		X	X	X	X
44	Amenities de limpieza	Champú	X	X	X	X
		Jabón	X	X	X	X
		Papel higiénico	X	X	X	X
		(Derogado por el lit. f) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).	X	X	X	X
		Acondicionador	X	X		
	(Derogado por el lit. i) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).	X	X			
45	Amenities de cuidado personal	Crema	X	X		
		Pañuelos desechables	X	X		
		(Derogado por el lit. j) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).	X	X		
		Cotonetes	X	X		
		(Derogado por el lit. i) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).	X			
46	Amenities adicionales	Gorro de baño	X	X		
		Peinilla	X	X		
		Lustrador de zapatos	X	X		
		Kit dental	X			
		Costurero	X			
47	Bata de baño.	X				
48	Zapatillas disponibles en la habitación.	X				
SERVICIOS						
49	Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación.		X	X	X	
50	Servicio de lavandería propio o contratado.		X	X	X	
51	Servicio de limpieza en seco propio o contratado.		X	X		
52	Servicio de planchado	Propio o contratado.	X			
		Plancha a disposición del huésped.	X			X
		Servicio propio o contratado y/o plancha a disposición del huésped.			X	X
53	Servicio de alimentos y bebidas a la habitación	24 horas	X			
		16 horas		X		
		12 horas			X	
		Carta definida para este servicio en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés	X	X		

54	Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.	30%	20%	10%	1 persona
55	Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.	25%	15%	10%	1 persona
56	Personal bilingüe que brinde el servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas.	X	X		
57	Servicio de botones, con atención en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés.	24 horas	X		
		16 horas		X	
58	Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con:	Sistema de tratamiento de aguas residuales	X	X	
		Al menos pozo séptico			X
59	Los nuevos establecimientos, ubicados dentro del territorio nacional deberán contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales.	X			
60	Servicio médico para emergencias propio o contratado.	X	X		
61	Valet parking	X			
62	Servicio de transfer, propio o contratado (puerto o aeropuerto - establecimiento y viceversa).	X	X		
63	Cuenta con formas de pago que incluya tarjeta de crédito y/o débito, voucher.	X	X	X	
64	Circuito cerrado de cámaras de seguridad con capacidad de almacenamiento de al menos 30 días.	X	X		
65	Silla de ruedas disponible para uso del huésped.	X	X		
66	Servicio adicional a petición del huésped.	Cama extra	X	X	X
		Cuna	X	X	
		Silla de bebé	X	X	
La letra X significa cumplimiento obligatorio por categoría para cada uno de los establecimientos.					
X*	Para establecimientos existentes aplica una entrada común de clientes y servicios.				
X**	A solicitud del huésped				

NOTA GENERAL: Lo dispuesto en esta normativa de requisitos mínimos de los establecimientos de alojamiento se entenderá de aplicación, sin perjuicio de requisitos adicionales que el establecimiento desee implementar o que en su caso, pudieren exigirse en otras normas especiales.

NOTA: En el caso de considerar porcentajes, cuando éste resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, se deberá contar con al menos uno del requisito solicitado.

ANEXO 2. HOSTAL - HS					
Requerimientos por categoría HS					
REQUISITOS			HOSTAL 3 ESTRELLAS	HOSTAL 2 ESTRELLAS	HOSTAL 1 ESTRELLA
No.	REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA				
INSTALACIONES GENERALES					
1	Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento.		10%	0	0
2			X		
3	Contar con áreas de uso exclusivo para el personal	(Derogado por el lit. k) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).	X	X	X
		Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)	X	X	X
		Área de comedor.	X		
ACCESOS					
4	Entrada principal d clientes y otra de servicio		X*		
ÁREAS DE CLIENTES					
Áreas de clientes General					
Áreas de clientes Habitaciones					
5	Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.		2%	0	0
6	Habitaciones	Privadas con cuarto de baño y aseo privado.	X		
		Privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido.		X	
		(Reformado por el lit. f) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7I2016). Privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido, y/o habitaciones compartidas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido.			X
7	Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.		X		
8	Servicio telefónico	(Sustituido por el lit. g) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Servicio nacional e internacional en la recepción, para la categoría de tres estrellas; "Servicio nacional en la recepción" para la categoría de dos estrellas; y, "Sistema de comunicación" para la categoría de una estrella.	X		
		Nacional e internacional desde la recepción con transferencia de llamadas al teléfono en cada habitación.		X	
		Desde la habitación hacia la recepción y viceversa.			X

9	Caja fuerte en la habitación.		X		
	Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.			X	X
10	Cerradura para puerta de acceso a la habitación.		X	X	X
11	Almohada extra a petición del huésped.		X	X	
12	Portamaletas.		X		
13	Clóset o armario.		X		
14	Escritorio o mesa.		X		
15	Silla, sillón o sofá.		X		
16	Luz de velador o cabecera en habitación.		X**	X	
17	Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.		X	X	X
Áreas de clientes Cuarto de baño y aseo privado					
18	Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado y/o compartido	Agua caliente	X	X	X
		Las 24 horas	X		
		Centralizada	X		
19	Juego de toallas por huésped	Cuerpo			
		Manos	X		
20	Espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos.		X		
	Espejo sobre el lavamanos.			X	X
21	Secador de cabello a solicitud del huésped.		X		
22	Amenities de limpieza	Champú	X		
		Jabón	X		
		(Derogado por el lit. f) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).	X		
		Papel higiénico de repuesto	X		
SERVICIOS					
23	Contar con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y/o débito o vouchers.		X		
24	Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.		10%	1 persona	1 persona
25	Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.		10%	1 persona	0%
26	Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con al menos pozo séptico		X	X	X
La letra X significa cumplimiento obligatorio por categoría para cada uno de los establecimientos					
X*	Para establecimientos existentes aplica una entrada común de clientes y servicios.				
X**	Por plaza				

NOTA GENERAL: Lo dispuesto en esta normativa de requisitos mínimos de los establecimientos de alojamiento se entenderá de aplicación, sin perjuicio de requisitos adicionales que el establecimiento desee implementar o que en su caso, pudieren exigirse en otras normas especiales.

NOTA: En el caso de considerar porcentajes, cuando éste resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, se deberá contar con al menos uno del requisito solicitado.

ANEXO 3. HOSTERÍA HT					
HACIENDA TURÍSTICA HA LODGE L					
Requerimientos por categoría HT HA L					
REQUISITOS			HOSTERÍA 5 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 5 ESTRELLAS LODGE 5 ESTRELLAS	HOSTERÍA 4 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 4 ESTRELLAS LODGE 4 ESTRELLAS	HOSTERÍA 3 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 3 ESTRELLAS LODGE 3 ESTRELLAS
No.	REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA				
	INSTALACIONES GENERALES				
1	Generador de emergencia	Para suministro general de energía eléctrica para todo el establecimiento.	X	X	
		Para suministro de energía eléctrica en servicios básicos: salidas de emergencia, pasillos y áreas comunes.			X
2	Sistema de protección contra insectos.		X	X	X
3	(Reformado por el lit. m) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural.		X	X	X

	(Reformado por el lit. q) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Contar con (por lo menos) los siguientes servicios/actividades/ubicación: 1) Piscina; 2) Hidromasaje; 3) Baño turco; 4) Sauna; 5) SPA; 6) Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc., se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales; 7) Salones y/o áreas para eventos; 8) Vinculación a una actividad agropecuaria; 9) Realizar caminatas; 10) Realizar cabalgatas; 11) Realizar rodeos; 12) Vinculación de la comunidad local en las actividades turísticas realizadas por el establecimiento; 13) Equipo de uso diario para actividades del establecimiento (al menos botas de caucho y poncho de aguas); 14) Juegos de salón (mesas de billa y/o billar, mesas de ping pong).				9	7	4
ACCESOS							
4-A	(Agregado por el lit. s) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Contar con áreas de uso exclusivo para el personal: Cuartos de baño y aseo. Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros). Área de comedor				X	X	X
5	Una entrada principal al área de recepción para clientes, y otra entrada de servicio.				X	X	
ÁREAS DE CLIENTES							
Áreas de clientes General							
6	Área de vestíbulo y recepción (con mobiliario).				X	X	X
7	Restaurante dentro de las instalaciones del establecimiento.	Que incluya servicio de cafetería.			X	X	X
		Carta en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés.			X	X	
8	Servicio de preparación de dietas especiales y restricciones alimenticias bajo pedido del huésped.				X	X	X
9	Área de bar dentro del establecimiento.				X	X	
Áreas de clientes Habitaciones							
10	Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.	(Reformado por el lit. d) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O.	(Reformado por el lit. d) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O.				2%

			101, R.O. 664, 7-I-2016).- 2%	664, 7-I-2016).- 2%	
11	Habitaciones	Privadas con cuarto de baño y aseo privado.	X	X	
		Privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido.			X
12	Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.		X	X	X
13	Internet en todas las habitaciones		X	X	
14	Caja de seguridad en habitación.		X	X	
	Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.				X
15	Sistema de cierre para puerta de acceso a la habitación.		X	X	X
16	Almohada extra a petición del huésped.		X	X	X
17	Portamaletas.		X	X	X
18	Clóset y/o armario.		X	X	X
19	Escritorio y/o mesa.		X	X	
20	Silla, sillón o sofá.		X	X	X
21	Funda de lavandería.		X	X	X
22	Luz de velador.		X*	X	X
23	Cortina completa y visillo o blackout y visillo. El blackout o la cortina completa pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.		X	X	
	Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.				X
24	Servicio telefónico o sistema de comunicación que permita la comunicación desde la recepción hacia la habitación y viceversa.		X	X	X
Áreas de clientes Cuarto de baño y aseo privado					
25	(Reformado por el lit. l) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Agua calientedisponible en ducha y/o tina en cuarto de baño y aseo privado.		X	X	X
26	Iluminación independiente sobre el lavamanos.		X	X	
27	Juego de toallas por huésped	Cuerpo	X	X	X
		Manos	X	X	X
		Cara	X		
28	Toalla de piso para salida de tina y/o ducha.		X	X	X
29	Amenities de limpieza	Champú	X	X	X
		Jabón	X	X	X
		(Derogado por el lit. f) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).	X	X	X
		Papel higiénico de repuesto	X	X	X
		Acondicionador	X	X	
		Enjuague bucal	X	X	
		Gorro de baño	X		
SERVICIOS					
30	Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación.		X	X	X
31	Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.		30%	20%	10%
32	Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.		25%	15%	10%
33	Personal bilingüe que brinde el servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas.		X	X	

34	Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con	Sistema de tratamiento de aguas residuales	X	X	
		Al menos pozo séptico.			X
35	Los nuevos establecimientos, ubicados dentro del territorio nacional deberán contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales.		X		
36	Servicio de alimentos y bebidas a la habitación con servicio en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés.		X		
	Servicio de alimentos y bebidas a la habitación.		X		
37	Plan de seguridad y atención de emergencias.		X	X	X
38	Servicio de primeros auxilios.		X	X	X
39	Señalética de los servicios y áreas de uso común del establecimiento.		X	X	X
40	Cuenta con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y/o débito o vouchers.		X	X	
41	Servicio de lavandería propio o contratado.		X	X	
42	Servicio de planchado	Propio o contratado.	X	X	
		Plancha a disposición del huésped.			X
43	Circuito cerrado de cámaras de seguridad con capacidad de almacenamiento de al menos 30 días.		X	X	
44	Silla de ruedas disponible para uso del huésped.		X	X	
45	Servicio adicional a petición del huésped.	Cama extra	X	X	
		Cuna	X	X	
		Silla de bebé	X	X	
46	(Reformado por el lit. t) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7I2016). Contar con áreas de uso exclusivo para el personal: Cuartos de baño y aseo. Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros). Área de comedor		X	X	X
La letra X significa cumplimiento obligatorio por categoría para cada uno de los establecimientos.					
X*	Por cabecera				

NOTA GENERAL: Lo dispuesto en esta normativa de requisitos mínimos de los establecimientos de alojamiento se entenderá de aplicación, sin perjuicio de requisitos adicionales que el establecimiento desee implementar o que en su caso, pudieren exigirse en otras normas especiales.

NOTA: En el caso de considerar porcentajes, cuando éste resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, se deberá contar con al menos uno del requisito solicitado.

ANEXO 4. RESORT - RS				
Requerimientos por categoría RS				
REQUISITOS		RESORT 5 ESTRELLAS	RESORT 4 ESTRELLAS	
No.	REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA			
INSTALACIONES GENERALES				
1	Servicio de estacionamiento temporal para vehículo (embarque y desembarque de pasajeros), frente al establecimiento.	X	X	
2	Estacionamientos dentro de las instalaciones del establecimiento.	70%	50%	
3	Generador de emergencia para suministro general de energía eléctrica para todo el establecimiento.	X	X	
	agua caliente en lavados de cuarto de baños y aseo en áreas comunes	Las 24 horas.	X	X
		Centralizada.	X	X
		(Sustituido por el lit. c) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7I2016). Con grifería con sistema temporizado	X	
5	Contar con (por lo menos) los siguientes servicios: 1) Piscinas que atiendan a los tipos de usuarios (adultos y niños) y piscinas para actividades ofertadas (recreativas, salud, entre otras); 2) Hidromasaje; 3) Baño turco; 4) Sauna; 5) Gimnasio; 6) SPA; 7) Servicio de peluquería; 8) Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc., se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales; 9) Salones para eventos; 10) Salas lúdicas o de entretenimiento.	7	5	
6	Contar con las siguientes actividades:	Actividades lúdico recreativas	X	X
		Actividades culturales	X	X
		Actividades físico deportivas	X	X
		Actividades educativas.	X	
7	Espacios específicos destinados para actividades lúdicas recreativas, culturales y educativas (al menos).	3	2	
8	Sistema de señalética interna relativa a los servicios y recintos de uso común de las instalaciones deportivas y recreativas.	X	X	
9		X	X	
10	Contar con áreas de uso exclusivo del personal:	Cuartos de baño y aseo	X	X
		Duchas	X	X
		Vestidores	X	X
		Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)	X	X
		Área de comedor	X	X
	Área administrativa	X	X	

ACCESOS			
11	Una entrada principal al área de recepción para clientes y otra entrada de servicio.	X	X
ASCENSORES			
12	Ascensor(es) para uso de huéspedes si el establecimiento posee dos o más pisos, incluye planta baja. No aplica a establecimientos existentes, ni edificios patrimoniales.	X	X
13	Ascensor de servicio si el establecimiento posee dos o más pisos (incluye planta baja). No aplica a establecimientos existentes, ni edificios patrimoniales.	X	X
ÁREAS DE CLIENTES			
Áreas de clientes General			
14	Servicio de asistencia al cliente para información sobre las dependencias, servicios y actividades, atención español y un idioma extranjero, de preferencia inglés.	12 horas	X
		8 horas	X
15	Centro de negocios con servicio de internet.	16 horas	X
		8 horas	X
16	Área de vestíbulo incluye: recepción con mobiliario e Internet; conserjería y salas.	X	X
17	La recepción deberá contar con las facilidades necesarias para prestar atención a personas con discapacidad.	X	X
18	Restaurantes (al menos)	Buffet	1
		Especialidad	2
		Carta en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés	X
19	Servicio de preparación de dietas especiales y restricciones alimenticias bajo pedido del huésped.	X	X
20	Cafetería dentro de las instalaciones del establecimiento, con atención por 18 horas.	X	
	Servicio de cafetería dentro de las instalaciones del establecimiento, con atención por 12 horas.		X
21	Bar en zona diferenciada del área del restaurante y con instalaciones propias, dentro del establecimiento.	X	X
22	Terrazas y áreas verdes con una superficie mínima equivalente (al menos el porcentaje por categoría del total del terreno).	(Sustituido por el lit. h) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- 40%	X
		(Sustituido por el lit. h) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- 20%	X
23	Área equipada para la práctica de juegos infantiles al aire libre (columpios u otros).	X	X
24	Sistema de sonido ambiental en áreas interiores y exteriores.	X	X
25	Equipos para la intercomunicación con todos los recintos del establecimiento.	X	X
Áreas de clientes Habitaciones			
26	Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.	(Reformado por el lit. d) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- 2%	(Reformado por el lit. d) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- 2%

27	Diferentes tipos de estándar en acomodación (suite presidencial, suite y habitación superior) (al menos).	3	2	
28	Habitaciones con cuarto de baño y aseo privado.	X	X	
28-A	(Agregado por el lit. v) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7I2016). Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural	X	X	
29	(Reformado por el lit. n) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Habitaciones insonorizadas, para los nuevos establecimientos.	X	X	
30	Internet en todas las habitaciones	X	X	
31	Luz de velador o cabecera por plaza.	X	X	
32	Caja de seguridad en habitación.	X	X	
33	Cerradura para puerta de acceso a la habitación.	X	X	
34	Almohada extra a petición del huésped.	X	X	
35	Frigobar.	X	X	
36	Portamaletas.	X	X	
37	Clóset y/o armario.	X	X	
38	Escritorio y/o mesa.	X	X	
39	Silla, sillón o sofá.	X	X	
40	Funda de lavandería.	X	X	
41	Servicio telefónico de discado directo (interno, nacional e internacional) en cada habitación, con atención en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés (en caso que exista disponibilidad del servicio telefónico).	X	X	
42	Cortina completa y visillo o blackout y visillo. El blackout o la cortina completa pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.	X	X	
Áreas de clientes Cuarto de baño y aseo en habitaciones				
43	agua caliente disponible en duchas de cuartos de baños y aseo privado	Agua caliente.	X	X
		Centralizada	X	X
		Las 24 horas.	X	X
		Con sistema de válvula de presión.	X	
44	Iluminación independiente sobre el lavamanos.	X	X	
45	Espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos.	X	X	
46	Secador de cabello.	X	X	
47	Juego de toallas por huésped	Cuerpo	X	X
		Manos	X	X
		Cara	X	
48	Toalla de piso para salida de tina y/o ducha.	X	X	
49	Amenities de limpieza	Champú	X	X
		Jabón	X	X
		Acondicionador	X	X
		(Derogado por el lit. f) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).	X	X
		Enjuague bucal	X	X
		Papel higiénico de repuesto	X	X
50	Amenities de cuidado personal	Crema	X	X
		Pañuelos desechables	X	X
		cotonetes	x	x
51	Amenities adicionales	Gorro de baño	X	X
		Peinilla	X	X
		Costurero	X	X
		Kit dental	X	

52	Bata de baño.		X	
53	Zapatillas disponibles en la habitación.		X	
SERVICIOS				
54	Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación.		X	X
55	Servicio de lavandería propio o contratado.		X	X
56	Servicio de planchado propio o contratado.		X	X
57	Servicios de alimentos y bebidas a la habitación	24 horas	X	
		16 horas		X
		Carta definida para este servicio en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés	X	X
58	Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.		30%	20%
59	Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.		25%	15%
60	Personal bilingüe que brinde el servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas.		X	X
61	Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con sistema de tratamiento de aguas residuales.		X	X
62	Los nuevos establecimientos, ubicados dentro del territorio nacional deberán contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales.		X	
63	Servicio de alimentación bajo las modalidades de: buffet, servido a la mesa y snacks.		X	X
64	Servicio de guardería infantil.		X	X
65	Servicio de toallas en áreas húmedas.		X	X
66	Tienda de souvenirs, material de lectura y artículos de salud y cuidado personal.		X	X
67	Servicio médico para emergencias propio o contratado.		X	X
68	Servicio de transfer, propio o contratado, puerto o aeropuerto - establecimiento y viceversa.		X	X
69	animadores	Equipo de animadores bilingüe propio o contratado.	X	
		Equipo de animadores propio o contratado		X
70	Contar con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y/o débito o vouchers.		X	X
71	Circuito cerrado de cámaras de seguridad con capacidad de almacenamiento de al menos 30 días.		X	X
72	Silla de ruedas disponible para uso del huésped.		X	X
73	Servicio adicional a petición del huésped	Cama extra	X	X
		Cuna	X	X
		Silla de bebé	X	X
74	Servicios, facilidades, accesos y equipamientos exclusivos para personas con discapacidad, para todas las áreas del establecimiento.		X	X
75	Equipamiento de seguridad para actividades planificadas dentro del establecimiento.		X	X
76	Personal capacitado para las diferentes actividades ofrecidas en el establecimiento.		X	X
77	Personal de seguridad.		X	X
78	Personal entrenado en atención de emergencias.		X	X
La letra X significa cumplimiento obligatorio por categoría para cada uno de los establecimientos.				

NOTA GENERAL: Lo dispuesto en esta normativa de requisitos mínimos de los establecimientos de alojamiento se entenderá de aplicación, sin perjuicio de requisitos adicionales que el establecimiento desee implementar o que en su caso, pudieren exigirse en otras normas especiales.

NOTA: En el caso de considerar porcentajes, cuando éste resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, se deberá contar con al menos uno del requisito solicitado.

ANEXO 5. REFUGIO - RF	
CATEGORÍA ÚNICA	
No.	REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA
INSTALACIONES GENERALES	
1	Área para estacionamiento.
2	Provisión de energía eléctrica en áreas de uso común, habitaciones y cuartos de baño y aseo (en caso de no existir red pública, garantizar la disponibilidad con un generador de energía eléctrica o sistemas de generación alternativa).
3	Provisión de agua filtrada para consumo humano.
4	Sistema de comunicación para atención de emergencias.
5	Acondicionamiento térmico en áreas de uso común, artificial y/o natural.
ÁREAS DE CLIENTES	
Áreas de clientes General	
6	Servicio de atención permanente.
7	Servicio de guardiana permanente.
8	Área de dormitorio común.
9	Cuarto de baño y aseo privados o compartidos.
10	Área de estar.
11	Área de cocina.
12	Área de comedor.
13	Bodegaje de equipos e implementos.
14	Área de recibimiento de huéspedes y entrega de equipos.
15	Bodega utilería para productos de limpieza con implementos y facilidades para mantenimiento de equipos.
16	Casilleros de seguridad.
Áreas de clientes Habitaciones privadas y/o compartidas	
17	Habitaciones privadas y/o compartidas.
18	Acondicionamiento térmico artificial y/o natural.
19	Cama(s) y/o literas (máx. 2 pisos).
20	Colchón con cubre colchón o base para colocar saco de dormir.
21	Almohadas a petición del huésped.
22	Protector de almohadas.
23	Cobijas térmicas, de ser el caso, a petición del huésped.

24	Sábanas a petición del huésped.
25	Área para la colocación de ropa e insumos personales del huésped.
26	Basurero.
27	Tomacorrientes (al menos dos).
28	Cortinas o persianas, puede ser sustituido por puerta interior de la ventana.
Áreas de clientes Cuarto de baño y aseo	
29	Cuarto de baño y aseo privados o compartidos.
30	Lavamanos.
31	Espejo sobre el lavamanos.
32	Tomacorriente.
33	Inodoro con asiento y tapa.
34	Basurero con tapa.
35	Dispensador de pared de jabón líquido.
36	Jabón líquido.
37	Dispensador de toallas desechables.
38	Toallas desechables.
39	Porta papel o dispensador de papel dentro o cerca de las áreas de los cuartos de baño y aseo.
40	Papel higiénico.
41	Dispensador de gel desinfectante dentro o fuera de los cuartos de baño y aseo.
42	Gel desinfectante.
43	Cartilla de control de limpieza.
44	Sistema de drenaje de aguas residuales.
Áreas de clientes Área de estar	
45	Acondicionamiento térmico artificial y/o natural.
46	Asientos (sillas).
Áreas de clientes Comedor	
47	Mesa de comedor con sus respectivas sillas.
48	Mueble o estante para almacenar provisiones.
Áreas de clientes Cocina	
49	Cocina o cocineta de al menos dos quemadores.
50	Sistema de drenaje en la cocina (lavaplatos).
51	Lavaplatos.
52	Vajilla a petición del huésped.
53	Vasos a petición del huésped.
54	Cubiertos a petición del huésped.
55	Al menos una olla a petición del huésped.
56	Al menos un sartén a petición del huésped.
57	Al menos un cuchillo a petición del huésped.
58	Al menos una cuchara de cocina a petición del huésped.
59	Al menos una espátula a petición del huésped.

60	Al menos un cucharón a petición del huésped.
61	Al menos un tazón a petición del huésped.
62	Mueble con puertas para almacenar utensilios e insumos.
63	Basurero con tapa.
OTROS SERVICIOS	
64	Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente.
65	Servicio de primeros auxilios.
66	Contar con personal entrenado para atención de emergencias y rescate.
67	Equipos de primeros auxilios al menos: camilla, férulas, mantas térmicas y oxígeno.
68	Información sobre las distintas actividades o servicios turísticos que se desarrollan en el entorno del establecimiento.
69	Luces de emergencia en todos los recintos de uso común.
70	Sistema de sirena o campana.
71	Señalización interna y externa del establecimiento.
72	Botiquín de primeros auxilios conforme a lo establecido en el presente Reglamento.

NOTA GENERAL: Lo dispuesto en esta normativa de requisitos mínimos de los establecimientos de alojamiento se entenderá de aplicación, sin perjuicio de requisitos adicionales que el establecimiento desee implementar o que en su caso, pudieren exigirse en otras normas especiales.

NOTA: En el caso de considerar porcentajes, cuando éste resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, se deberá contar con al menos uno del requisito solicitado.

ANEXO 7. CASA DE HUÉSPEDES CH	
CATEGORÍA ÚNICA	
No.	REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA
	INSTALACIONES GENERALES
1	Sistema de iluminación de emergencia.
2	Servicio de internet en un área de uso común (no aplica en localidades donde no exista el
3	Servicio telefónico a disposición del huésped en áreas de uso común.
ÁREAS DE CLIENTES	
Áreas de clientes General	
4	Servicio de recepción.
5	Sala de estar.
6	Área de comedor y cocina.
Áreas de clientes Habitaciones privadas	
7	Cerradura para puerta de acceso a la habitación
8	Colchón
9	Protector de colchón
10	Sábanas
11	Cobija o cubrecama
12	Almohada
13	Protector de almohada
14	Clóset o armario

15	Silla
16	Mesa o escritorio
17	Agua caliente en ducha y/o tina de cuartos de baño y aseo privados
18	Luz de velador o cabecera
19	Basurero
20	Tomacorrientes (al menos dos)
21	Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.
Áreas de clientes Cuarto de baño y aseo privado en habitaciones	
22	(Reformado por el lit. w) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Ducha y/o tina con cortina o puerta.
23	Lavamanos.
24	Espejo sobre el lavamanos.
25	Piso o elemento anti deslizante.
26	Tomacorriente.
27	Inodoro con asiento y tapa.
28	Basurero con tapa.
29	Toallero y/o gancho.
30	Un juego de toallas por huésped (cuerpo y manos).
31	Toalla de piso.
32	Jabón en lavamanos y ducha.
33	Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo.
34	Papel higiénico.
35	(Derogado por el lit. m) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).
OTROS SERVICIOS	
36	Botiquín con contenido básico según lo establecido en el presente Reglamento
37	Bodega o área para encargo de equipaje de huéspedes

NOTA GENERAL: Lo dispuesto en esta normativa de requisitos mínimos de los establecimientos de alojamiento se entenderá de aplicación, sin perjuicio de requisitos adicionales que el establecimiento desee implementar o que en su caso, pudieren exigirse en otras normas especiales.

NOTA: En el caso de considerar porcentajes, cuando éste resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, se deberá contar con al menos uno del requisito solicitado.

ANEXO 6. CAMPAMENTO TURÍSTICO CT	
CATEGORÍA ÚNICA	
No.	REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA
INSTALACIONES GENERALES	
1	(Reformado por el lit. m) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7I2016). Área de estacionamiento.
2	Área delimitada para tiendas de campaña dispuestas en módulos de 6 carpas de 2 personas cada una, con áreas de circulación de 1 metro entre tiendas y 4 metros entre módulos.
3	Energía eléctrica en áreas administrativas y operativas del campamento. En caso de no existir red pública se debe garantizar la provisión con un generador de energía eléctrica o generación alternativa.
4	Suministro de agua potable a disposición de los huéspedes y campistas.
5	Sistema de drenaje de aguas lluvias.
6	Pozos sépticos para descargas de baños
7	Sistema de recolección y disposición de desechos sólidos.
ÁREAS DE CLIENTES	
Áreas de clientes General	
8	Área de recepción y administración.
9	Tomacorrientes con indicación de voltaje en área de recepción.
10	Servicio de atención al cliente 12 horas.
11	Servicio de guardianía 24 horas.
12	Registro de ingreso, salida e información de disponibilidad de servicios de los huéspedes y campistas.

13	Croquis o plano de ubicación del campamento turístico, sus instalaciones y sitios de visita.
14	Información sobre medidas a adoptar en caso de siniestro, indicando las vías de escape.
15	Casilleros de seguridad.
16	Bodega de implementos.
17	Utilería de limpieza y mantenimiento.
Area de campamento	
18	Lavadero de ropa independiente dentro del área del campamento turístico.
19	Área de preparación y manipulación de alimentos en función de la capacidad del establecimiento uno por módulo (fregadero, área de fogón, parrilla, mesón, entre otros).
20	Basureros en las áreas de mayor actividad.
21	Cuartos de baño y aseo completos en áreas comunes, dos por cada módulo identificados por género.
OTROS SERVICIOS	
22	Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente.
23	Sistema de comunicación para atención de emergencias.
24	Sistema de señalética interna relativa a los servicios y recintos de uso común de las instalaciones del campamento.
25	En caso de contar con disponibilidad de espacio necesario para parqueo de casas rodantes, el campamento deberá tener a disposición: sistema eléctrico y sanitario adhoc.
26	Botiquín con contenido básico según lo establecido en el presente Reglamento.

NOTA GENERAL: Lo dispuesto en esta normativa de requisitos mínimos de los establecimientos de alojamiento se entenderá de aplicación, sin perjuicio de requisitos adicionales que el establecimiento desee implementar o que en su caso, pudieren exigirse en otras normas especiales.

NOTA: En el caso de considerar porcentajes, cuando éste resulte un número decimal, solo se considerará la parte entera del número. De igual manera, si se obtiene el número cero, se deberá contar con al menos uno del requisito solicitado.

ANEXO N°6 PRUEBAS DE REALIZACION DE LA ENCUESTA



Figura 35. Realización de encuestas cantón General Villamil Playas



Figura 36. Realización de encuestas cantón General Villamil Playas



Figura 34. Realización de encuestas cantón Daule



Figura 39. Realización de encuestas cantón General Villamil Playas



Figura 38. Realización de encuestas cantón General Villamil Playas

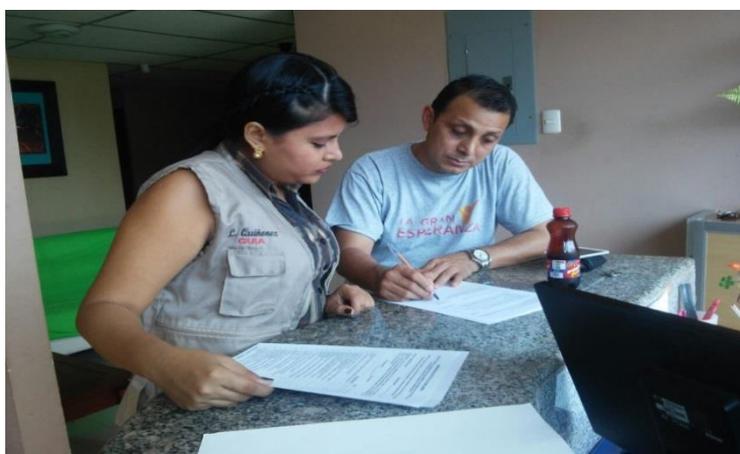


Figura 37. Realización de encuestas cantón Balzar



Figura 42. Realización de encuestas cantón Naranjal



Figura 41. Realización de encuestas cantón General Villamil Playas



Figura 40. Realización de encuestas cantón General Villamil Playas



Figura 44. Realización de encuestas cantón El Empalme



Figura 43. Realización de encuestas cantón Balao



Figura 45. Realización de encuestas cantón Balao