

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyectos de investigación previo a la obtención del Título de Ingenieros de Empresas

TEMA: “La Calidad del Servicio del Sector Hotelero en el Desarrollo Turístico de la Provincia de Pastaza”

Autores:

María Carolina Silva Taipe

Javier Marcelo Albán León

TUTOR: Ing. MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda.

AMBATO – ECUADOR
Abril - 2017



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación modalidad Proyecto de Investigación: **“LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL SECTOR HOTELERO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”** presentado por SILVA TAIPE MARÍA CAROLINA y ALBÁN LEÓN JAVIER MARCELO para optar por el título de Ingenieros de Empresas. CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 06 de marzo del 2017



Ing. MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda

C.C.: 050097236-9

DOCENTE - TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, SILVA TAIPE MARÍA CAROLINA y ALBÁN LEÓN JAVIER MARCELO, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieros de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



SILVA TAIPE MARIA CAROLINA

CI. 160070887-7



ALBÁN LEÓN JAVIER MARCELO

CI. 050377308-7

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f) 

Dr. MBA. Walter Ramiro Jiménez Silva.

C.C.: 050179735-1

f) 

Ps. Mg. Maria Cristina Abril Freire.

C.C.: 050179735-1

Ambato, 19 de Abril del 2017

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto, con fines de difusión pública además aprobamos la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autores.



SILVA TAIPE MARIA CAROLINA

CI. 160070887-7



ALBÁN LEÓN JAVIER MARCELO

CI. 050377308-7

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Universidad Técnica de Ambato, y en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas, porque es en donde disfrutamos de muchas alegrías, adquirimos nuestros conocimientos, vivimos nuevas experiencias y logramos forjar grandes amistades.

A nuestros maestros, quienes con sus conocimientos y dedicación impartida en las aulas lograron nuestro desarrollo intelectual y profesional.

A nuestro tutor, Ing. Raúl Villalba Miranda, por la paciencia, por su tiempo y el soporte fundamental para llevar a cabo el proyecto de investigación.

A los Profesores calificadores, Dr. Walter Jiménez y Ps. María Cristina Abril, por su asesoramiento y aporte de conocimientos en el proyecto de investigación.

A las distintas y distinguidas Instituciones y Empresas de la provincia de Pastaza, que nos abrieron sus puertas y facilitaron la información para el desarrollo de este trabajo y apoyaron a la culminación de la investigación.

**SILVA TAIBE MARÍA CAROLINA
ALBÁN LEÓN JAVIER MARCELO**

DEDICATORIA

A Dios porque me dio fortaleza, salud y esperanza para poder culminar el presente trabajo de investigación.

A mis padres María Elena y Galo, porque con su ejemplo de lucha y superación me alentaron a culminar mi vida profesional, y con su apoyo, cariño y comprensión me ayudaron a conseguir este logro, que ahora es nuestro.

A mi hijo Neytan Matías, porque es mi mayor motivación para seguir alcanzando mis metas, por ser mi vida, mi alegría y mi esperanza para superarme cada día, a mi príncipe le dedico este gran logro.

A mis hermanos que fueron parte fundamental en toda mi carrera universitaria, ya que con su apoyo y motivación me dieron el coraje para continuar y no desmayar en los momentos más difíciles.

A mi esposo Javier, por ser mi compañero de estudios y de vida, y que este sea uno de los tantos logros que alcanzaremos juntos de la mano de nuestro hijo.

SILVA TAIPE MARÍA CAROLINA

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a mis abuelitos en especial a Benjamín Albán que aunque se encuentre en el cielo junto a Dios sé que me estará cuidando y si se encontrará hoy con vida estoy seguro que estaría orgulloso al ver que su nieto se convierte en un profesional.

A mis padres Rosario Soledad y Edmundo Marcelo, ya que me han apoyado durante toda mi vida estudiantil, personal y profesional, son un símbolo de lucha, perseverancia y amor

A mi pequeño Neytan Matías, porque me dio la fuerza de no decaer y seguir adelante hasta cumplir con esta meta que han sido años de estudio y preparación pero que ahora todo ese esfuerzo ha valido la pena para convertirme en el hombre que ahora soy.

A mi hermana que ha sido un ejemplo académica como profesionalmente, a mi hermano por ayudarme cuando lo he necesitado uds han sido un gran apoyo para mí al igual que mis padres.

A mi esposa María Carolina la que ahora es la madre de mi hijo y mi compañera de vida gracias por la paciencia ahora culminada una meta más debemos seguir adelante a cumplir con todos los objetivos que tenemos juntos por nuestro pequeño hijo.

ALBÁN LEÓN JAVIER MARCELO

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	I
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO.....	III
DERECHOS DE AUTOR.....	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XV
RESUMEN EJECUTIVO	XVI
ABSTRACT	XVII
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	8
2.1 Objetivo General	8
2.2 Objetivos Específicos	8
3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE).....	9
3.1. Antecedentes del tema de investigación.....	9
3.2. Gestión de la calidad.	13
3.3. La calidad en el sector turístico.	14
3.4. Gestión y control de calidad.	14
3.5. Calidad y satisfacción.....	15
3.5.1. Relación entre calidad y satisfacción.....	16
3.6. Alojamiento turístico.	17
3.7. Sector hotelero.....	17
3.8. Servicio de alojamiento.	18
3.9. Desarrollo turístico.	19

3.10. Clasificación de alojamientos turísticos.	19
3.11. La calidad del servicio percibida en hoteles.	22
3.11.1. Aproximaciones a la calidad en el sector hotelero.	22
3.11.2. Los aspectos tangibles.	22
3.11.3. Los aspectos intangibles.	23
3.11.4. Integración de los aspectos tangibles e intangibles.	23
3.12. Ecoturismo comunitario.	23
3.13. Beneficios del ecoturismo	24
3.14. Investigaciones en el Sector Hotelero	24
4. METODOLOGÍA	26
4.1. Modalidad básica de la investigación.....	26
4.2. Tipos de investigación.....	26
4.2.1. Investigación de campo.	26
4.3.2. Investigación Bibliográfica - Documental.....	27
4.3 Nivel de Investigación.....	27
4.3.1 Exploratoria.	27
4.3.2 Descriptiva.....	27
4.4 Métodos teóricos.	28
4.4.1 Método de análisis y síntesis.	28
4.5 Instrumentos de recolección de información.....	28
4.5.1 La encuesta.	28
4.5.2. La entrevista.....	28
4.6 Población y muestra	29
4.6.1 Población	29
4.6.2 Muestra	31
5. RESULTADOS.....	34

5.1. Resultados de las entrevistas realizadas a los turistas de la provincia de Pastaza.....	34
5.2. Resultados de las entrevistas realizadas a los administradores o propietarios de la provincia de Pastaza.....	55
5.3. Resultado de las entrevistas.....	71
5.4. Verificación de la hipótesis.....	73
5.4.1. Planteamiento de la hipótesis.....	74
5.4.2. Método Matemático.....	74
5.4.3. Nivel de significancia y grado de libertad.....	75
5.4.4. Simbología.....	75
5.4.5. Estadístico de prueba.....	75
5.4.6. Frecuencias Observadas, Encuestas.....	76
5.4.7. Verificación de la Hipótesis.....	78
5.4.8. Regla de Decisión.....	79
5.4.9. Conclusión de la Verificación de Hipótesis.....	79
6. CONCLUSIONES.....	80
7. RECOMENDACIONES.....	81
8. PROPUESTA.....	82
9. BIBLIOGRAFÍA.....	89
ANEXOS.....	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de marco lógico	7
Tabla 2: Clasificación, nomenclatura, categorías asignadas según reglamento vigente	20
Tabla 3: Puntos requeridos para las categorías	20
Tabla 4: Certificaciones otorgadas a los establecimientos de alojamiento.....	21
Tabla 5: Listado de establecimientos registrados en el sistema SIETE.....	29
Tabla 6: Registros del turismo receptivo nacional y extranjero.....	30
Tabla 7: Plan de Recolección de la Información	33
Tabla 8: Género.....	34
Tabla 9: Nacionalidad	35
Tabla 10: Motivo de visita	36
Tabla 11: Transporte para llegar a la Provincia de Pastaza.	37
Tabla 12: Estados de las vías de acceso	38
Tabla 13: Factor para elegir un hotel.	40
Tabla 14: Oferta hotelera.	41
Tabla 15: Calidad en el servicio.....	42
Tabla 16: Instalaciones del hotel.....	44
Tabla 17: El espacio y equipamiento de la habitación.....	45
Tabla 18: Los precios de los servicios hoteleros.....	46
Tabla 19: Gastronomía en los hoteles de la provincia.	48
Tabla 20: Lugares turísticos.	49
Tabla 21: Oferta hotelera para el crecimiento turístico provincial	50
Tabla 22: Promociones en el sector hotelero.	52
Tabla 23: Tipo de promociones.....	53
Tabla 24: Nacionalidad de los huéspedes	55

Tabla 25: Categoría.....	56
Tabla 26: Medios publicitarios.....	57
Tabla 27: Turistas que recibe al mes.....	58
Tabla 28: Implementación de servicios.....	59
Tabla 29: Método de pago.....	60
Tabla 30: Adecuaciones para personas con capacidades especiales.....	61
Tabla 31: Instrucción del personal	63
Tabla 32: Capacitación del personal.	64
Tabla 33: Servicios para satisfacer a los clientes	65
Tabla 34: Factor que diferencia a un hotel de los otros.	66
Tabla 35: Turismo en la Provincia de Pastaza.	67
Tabla 36: Factor que tomo en cuenta para construir su hotel	68
Tabla 37: Promociones más solicitadas en el sector hotelero	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género.....	34
Gráfico 2: Nacionalidad.	35
Gráfico 3: Motivo de visita	36
Gráfico 4: Transporte para llegar a la Provincia de Pastaza.	37
Gráfico 5: Estado de las vías de acceso.	39
Gráfico 6: Factor para elegir un hotel.	40
Gráfico 7: Oferta hotelera.	41
Gráfico 8: Calidad en el servicio.....	43
Gráfico 9: Instalaciones del hotel.....	44
Gráfico 10: El espacio y equipamiento de la habitación.....	45
Gráfico 11: Los precios de los servicios hoteleros.....	47
Gráfico 12: Gastronomía en los hoteles de la provincia.	48
Gráfico 13: Lugares turísticos.....	49
Gráfico 14: Oferta hotelera para el crecimiento turístico provincial.	50
Gráfico 15: Promociones en el sector hotelero.	52
Gráfico 16: Tipo de promociones.	53
Gráfico 17: Nacionalidad de los huéspedes.	55
Gráfico 18: Categoría.....	56
Gráfico 19: Medios publicitarios.	57
Gráfico 20: Turistas que recibe al mes.....	58
Gráfico 21: Implementación de servicios.	60
Gráfico 22: Método de pago.	60
Gráfico 23: Adecuaciones para personas con capacidades especiales.....	62
Gráfico 24: Instrucción del personal.	63
Gráfico 25: Capacitación del personal	64

Gráfico 26: Servicios para satisfacer a los clientes	65
Gráfico 27: Factor que diferencia a un hotel de los otros.	66
Gráfico 28: Turismo en la Provincia de Pastaza	67
Gráfico 29: Factor que tomó en cuenta para construir su hotel.	68
Gráfico 30: Promociones más solicitadas en el sector hotelero	70

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Árbol de problemas.....	3
Ilustración 2: Árbol de Objetivos.....	5
Ilustración 3: Mapa de Ubicación de la Provincia de Pastaza	12
Ilustración 4: Gestión de la Calidad: Procesos.....	13
Ilustración 5: Modelo de Gestión de Calidad de Malcolm Baldrige.....	84
Ilustración 6: Cuadro de Liderazgo.....	85
Ilustración 7: Enfoque Cliente	86
Ilustración 8: Proceso.....	88

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta dirigida a Turistas en la Provincia de Pastaza.....	92
Anexo 2: Encuesta dirigida a propietarios o administradores de hoteles de la Provincia de Pastaza.....	96
Anexo 3: Formato de entrevista dirigida a coordinadores del Turismo de la Provincia de Pastaza.....	99
Anexo 4: Validación de las Encuestas	100
Anexo 5: Imágenes.....	102
Anexo 6: Oficio otorgado por el Ministerio de Turismo para apoyar y facilitar la información.....	107
Anexo 7: Oficio otorgado por el Ministerio de Turismo por la culminación del proyecto de investigación.....	108

RESUMEN EJECUTIVO

El sector hotelero de la provincia de Pastaza comprende a todos los establecimientos que se decidan profesional y habitualmente a brindar el servicio de alojamiento a los turistas, mantienen un precio aprobado por el Ministerio de Turismo, y algunos de los establecimientos de alojamiento cuentan con servicios complementarios, dependiendo su categorización.

El sector hotelero ha crecido considerablemente, debido a que la provincia de Pastaza es uno de los destinos turísticos más visitados en el país, por tal motivo el presente trabajo de investigación se ha enfocado en conocer la percepción que tienen los turistas acerca de la calidad del servicio que ofrece el sector hotelero, y su influencia en el desarrollo turístico provincial.

Mediante una encuesta realizada a los turistas y a los propietarios de los establecimientos de alojamiento, se pudo identificar que se debe tomar en cuenta varios factores, para mejorar la calidad del servicio, como la infraestructura, la capacitación al personal, implementación de servicios complementarios, etc.; ya que no llega a un nivel adecuado, para satisfacer a los turistas que visitan la provincia de Pastaza.

Es por tal motivo que se propone un modelo de gestión de calidad para el sector hotelero de la provincia de Pastaza, ya que el mismo abarca varios parámetros para impulsar el mejoramiento continuo de los servicios e infraestructura de los establecimientos de alojamiento, y poder cumplir las expectativas y exigencias del turista nacional y extranjero, lo cual impulsará el crecimiento turístico provincial.

Palabras Claves:

CALIDAD DEL SERVICIO

INVESTIGACIÓN

SECTOR HOTELERO.

TURISMO.

MODELO DE GESTIÓN.

ABSTRACT

The hotel sector in the province of Pastaza comprises all establishments that are professionally and habitually decided to provide the accommodation service to tourists, maintain a price approved by the Ministry of Tourism, and some of the accommodation establishments have complementary services , Depending on their categorization.

The hotel sector has grown considerably, due to the fact that the province of Pastaza is one of the most visited tourist destinations in the country, for this reason the present research work has focused on knowing the perception that the tourists have about the quality of the Service offered by the hotel sector, and its influence on provincial tourism development.

Through a survey of tourists and owners of accommodation establishments, it was possible to identify that several factors should be taken into account in order to improve the quality of the service, such as infrastructure, training of staff, implementation of complementary services, etc. .; As it does not reach an adequate level, to satisfy the tourists who visit the province of Pastaza.

For this reason a quality management model is proposed for the hotel sector of the province of Pastaza, because it covers several parameters to promote the continuous improvement of the services and infrastructure of the accommodation establishments, and to be able to fulfill the expectations and demands of the national and foreign tourists, which will boost the provincial tourist growth.

Keywords:

QUALITY OF SERVICE

INVESTIGATION

HOTEL SECTOR.

TOURISM.

MANAGEMENT MODEL.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Pastaza, es la provincia más extensa del Ecuador, y posee una gran riqueza natural y cultural, cuenta con diversos atractivos turísticos, excelente gastronomía y nacionalidades bien definidas, aunque existe una escasa presencia institucional de los gobiernos de control y de los GAD Descentralizados, los cuales no han dado la suficiente importancia de promocionar el turismo.

Las facilidades, accesos y demás infraestructura permite el desplazamiento hacia la provincia de Pastaza, gran parte de los turistas se hospedan de una a dos noches y son ellos los que califican la calidad del servicio del sector hotelero con sus criterios y apreciaciones.

Los turistas exigen calidad en los servicios que ofertan los establecimientos de alojamiento, es por tal motivo que los propietarios no deben descuidar el mejoramiento continuo de los servicios que prestan, desde el personal que no está en constante capacitación en atención al cliente debido a una alta rotación en el servicio, la infraestructura de los establecimientos de alojamiento y la oferta de servicios complementarios para brindar una estadía placentera a los turistas para invitarlos a retornar a la provincia y de esta manera incrementar el turismo en la provincia de Pastaza.

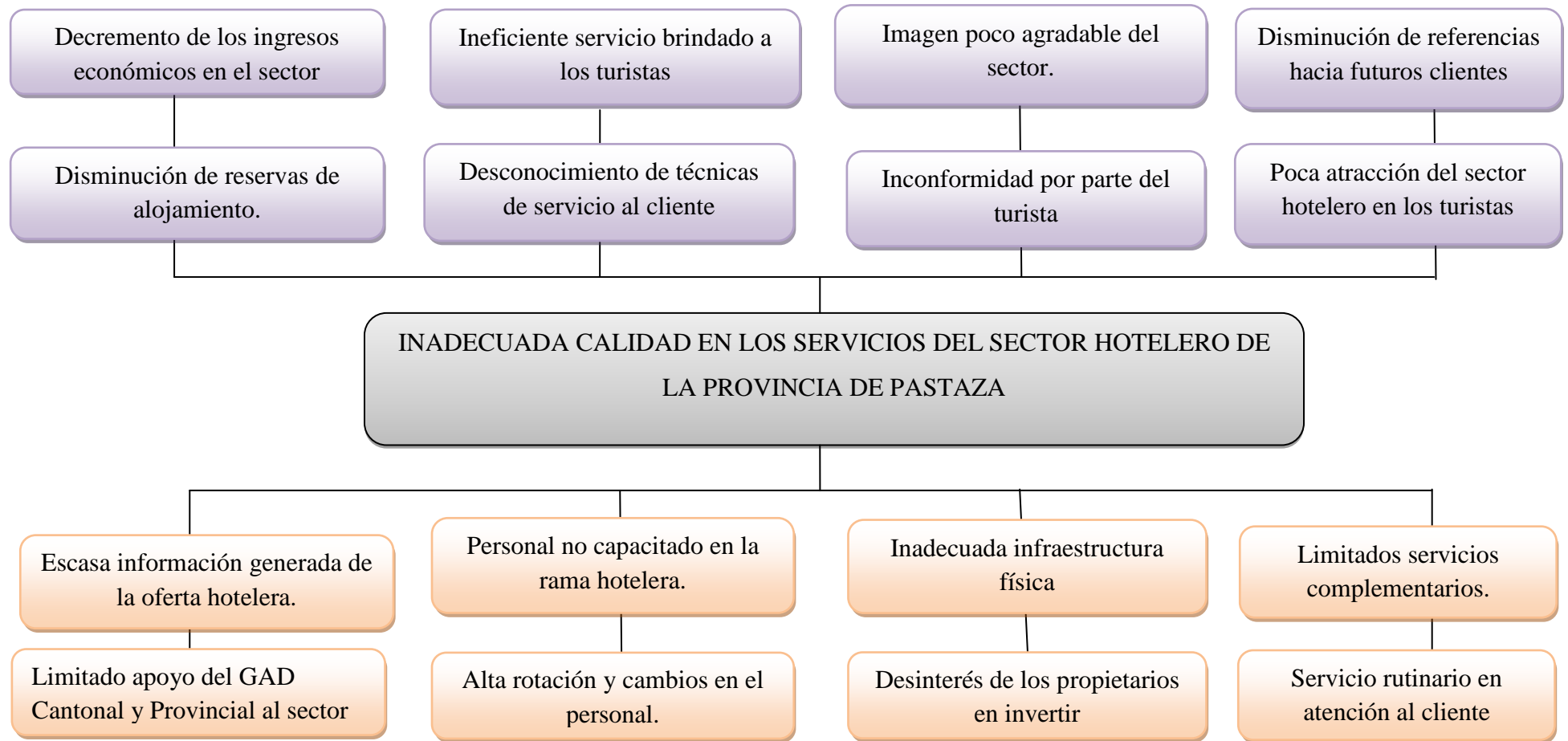
La apreciación del turista sobre calidad en el servicio está orientada también a considerar la ubicación de los establecimientos de alojamiento, equipos, implementos, servicios complementarios y la calidez del trato que recibe de los empleados o trabajadores del sector hotelero.

La nueva reglamentación de alojamiento vigente desde el 24 de marzo del 2015, elaborada por el Ministerio de Turismo (2015), establece una categorización única en donde define la nueva nomenclatura hotelera, nuevos procesos de registros y la categorización de los establecimientos de alojamiento de 1 a 5 estrellas, en la misma obedece a las normas ISO ecuatorianas, es la razón por la que actualmente muchos de los establecimientos de alojamiento no han logrado obtener su licenciamiento y

registro, ya que no cumplen con las consideraciones básicas como tipo de habitaciones, número de camas, amenitíes entre otras, para ser considerados dentro del catastro turístico del Ministerio de Turismo.

El Ministerio de Turismo ha diseñado una plataforma en el programa denominado SIETE que permite de manera automática a los propietarios registrarse y verificar su categoría actual, este procedimiento generó en el sector mucha controversia, debido a que gran parte de los establecimientos de tercera categoría, no cuentan con ciertos requisitos que les permitan cumplir con la categorización.

Ilustración 1: Árbol de problemas.



Fuente Investigación de campo.
Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Realizando un análisis previo se pudo evidenciar que el sector hotelero en la provincia de Pastaza ha crecido considerablemente debido a que la misma se ha convertido en uno de los destinos turísticos más visitados del país, pero una vez realizada la investigación de campo se conoció que la calidad del servicio que ofrece el sector hotelero es inadecuado y encontramos las siguientes razones:

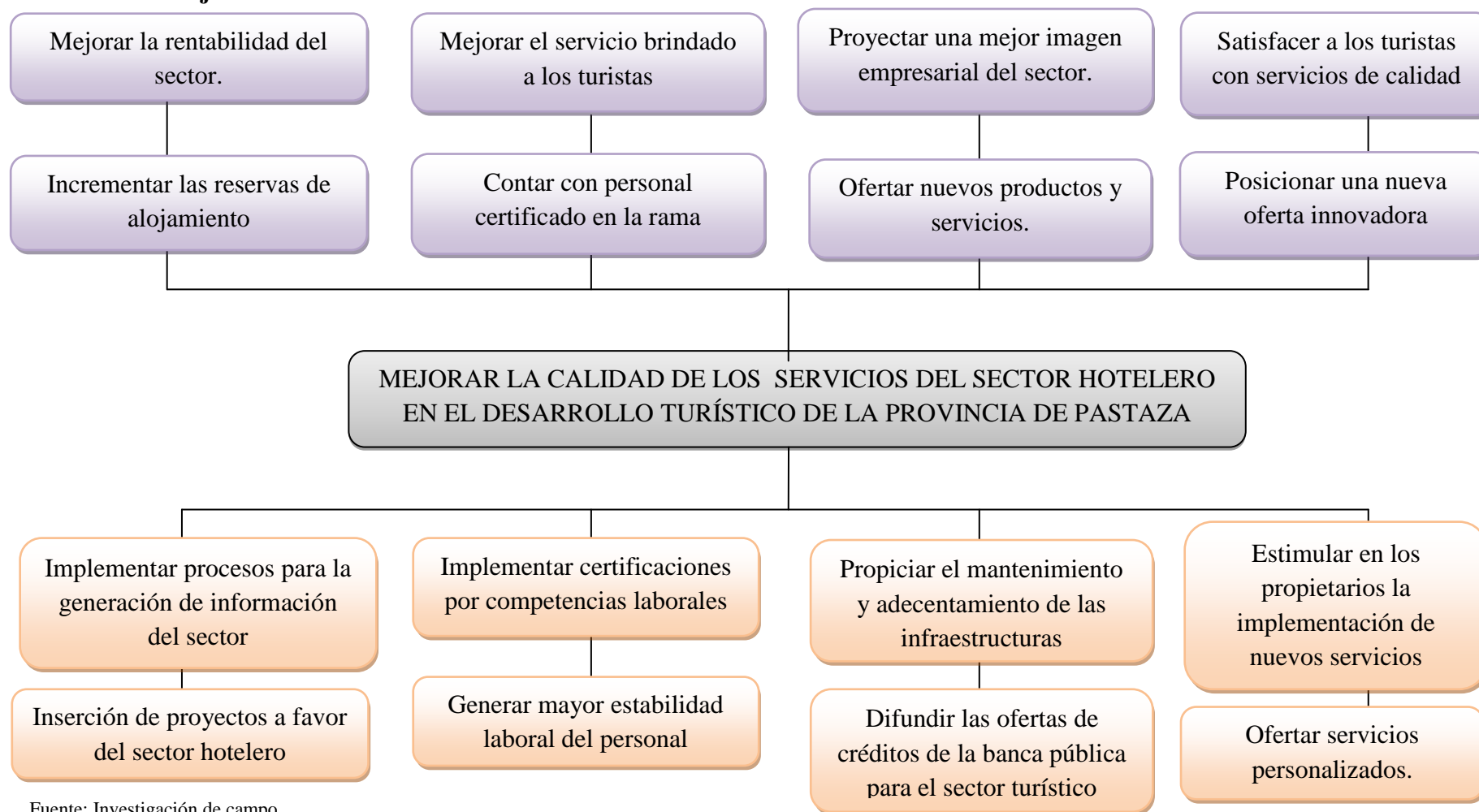
El limitado apoyo que ofrece el GAD Cantonal y Provincial al sector hotelero y la escasa información brindada acerca de la oferta hotelera de la provincia de Pastaza, ha generado desconocimiento por parte de los turistas al momento de realizar sus reservas de alojamiento en un hotel, afectando de esta manera los ingresos económicos en el sector hotelero y disminuyendo el ingreso de turistas en la provincia.

La alta rotación y cambios en la contratación del personal que labora en los establecimientos de alojamiento, ha ocasionado falta de experiencia en el área, debido a que los propietarios no brindan una estabilidad laboral y además consideran que la capacitación al personal es un gasto más no una inversión, por lo que el personal brinda un servicio ineficiente a los turistas que se hospedan en los establecimientos de alojamiento, generando una percepción negativa en los turistas sobre la oferta hotelera de la provincia.

El desinterés de los propietarios en invertir capital para mejorar los establecimientos de alojamiento, ha generado que la imagen de los mismos no sea la adecuada para que los turistas se sientan a gusto al momento de su estadía, ya que tanto los servicios deben cumplir con las expectativas que tienen los clientes que ocupan de estos servicios, y que no exista inconformidad con la imagen poco agradable del sector.

El servicio rutinario al momento de brindar la atención al cliente y los limitados servicios adicionales, es motivo suficiente para que las personas que visitan la provincia de Pastaza no se sientan atraídos en realizar una reserva de alojamiento por dos o más noches, ocasionando que la referencia hacia futuros clientes vaya disminuyendo.

Ilustración 2: Árbol de Objetivos



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Se muestra el árbol de objetivos con la finalidad de mejorar la calidad de los servicios del sector hotelero en el desarrollo turístico de la provincia de Pastaza.

Utilizar herramientas e implementar procesos para la generación de información del sector en base a los acuerdos generados, por una parte, desde los organismos de regulación y control como es el Gobierno Municipal de Pastaza y el Ministerio de Turismo, y por otra con la corresponsabilidad que cada uno de los propietarios debe entregar la información para procesarla y emitir un informe estadístico correspondiente al sector. Con ésta información se puede proponer acciones de solución a corto, mediano y largo plazo que se hayan definido.

Desde los organismos responsables, realizar una planificación de los recursos económicos necesarios para la capacitación en competencias laborales del sector hotelero estas capacitaciones no solo beneficiará al personal que labore actualmente en las empresas hoteleras, sino también ésta labor está encaminada a satisfacer al cliente. La importancia de la capacitación radica desde todo punto de vista en el aprendizaje de técnicas apropiadas de atención, las mismas que deben ser impulsadas por los mandos medios y operativos con la finalidad de que sus clientes estén satisfechos.

Propiciar mantenimientos y adecuaciones en las infraestructuras en cada uno de los establecimientos para mejorar la imagen empresarial, lo cual generará grandes expectativas en los turistas, y también llamará la atención a los empresarios para que puedan invertir en el sector

Estimular en los propietarios la implementación de nuevos servicios en cada uno de sus establecimientos tomando en consideración las modalidades del turismo y en respuesta a las exigencias actuales de los turistas, lo cual impulsara en el crecimiento del sector haciendo que sea más sólido e invite a más turistas cada año.

Tabla 1: Matriz de marco lógico

	Objetivos	Indicadores Objetivamente Verificables	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPOSICIONES IMPORTANTES
Fin:	Mejorar la calidad de los servicios del sector hotelero en el desarrollo turístico de la provincia de Pastaza	La calidad del servicio del sector hotelero en la provincia de Pastaza se incrementará.	Catastro turístico del MINTUR del registro programa SIETE	Convenio generado entre AHOTEP Pastaza, GAD Cantonal de Pastaza, SECAP, MINTUR
Propósito	Crear interés en los propietarios de los establecimientos hoteleros en mejorar calidad de los servicios	Para el año 2017 se capacitará al personal hotelero en atención al cliente, y se certificará en competencias laborales a los colaboradores	Registro de SECAP, MINTUR Y GAD Cantonal de Pastaza	Programa de Certificación de Competencias Laborales del SECAP
Componentes	<i>ESTADÍSTICO</i> Lograr un mayor conocimiento del sector hotelero	Los propietarios de establecimientos de alojamiento tendrán conocimiento de cómo califican la calidad del servicio los usuarios.	Encuestas aplicadas a los turistas Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos Generación de datos por parte de los organismos de control	Actualización de datos por parte de las instituciones correspondientes
	<i>CAPACITACIÓN:</i> Lograr un mayor profesionalismo con las certificaciones en competencias laborales hoteleras	Capacitación al personal en áreas de atención al cliente.	Registros y certificaciones.	Acuerdo o Convenio Interinstitucional
	MEJORA DE LA PLANTA DE SERVICIOS: Alcanzar una mejor presencia en la planta de servicios hoteleros	Se logrará una categorización apropiada del sector hotelero.	Registro y categorización del MINTUR Registro fotográfico	Acuerdos con los propietarios de establecimientos hoteleros
	INNOVACIÓN DE SERVICIOS Lograr una oferta innovadora de los servicios hoteleros	Mejorar los servicios complementarios en sector hotelero de la provincia.	Regulación y control que se realice al sector hotelero por parte del MINTUR y GADS	Acuerdos con los propietarios de los establecimientos hoteleros

Actividades	Generación de información del sector		Estadísticas del GAD, MINTUR	Convenio interinstitucional
	Certificaciones por competencias laborales	Realizar reuniones de trabajo con el sector hotelero y proponer acuerdos para lograr cooperación.	Registro del SECAP y Certificaciones otorgadas	Convenio Interinstitucional
	Propiciar mantenimientos de las infraestructuras.		Difusiones con entidades públicas y privadas.	Acuerdos con AHOTEP y CAPTUR Pastaza
	Estimular en los propietarios la implementación de nuevos servicios		Difusión con los propietarios	Acuerdos con AHOTEP y CAPTUR PASTAZA

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Objetivo General

Medir la calidad del servicio del sector hotelero en el desarrollo turístico de la Provincia de Pastaza

2.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente los aspectos trascendentales enfocados en la calidad del servicio del sector hotelero.
- Determinar el nivel de satisfacción de los turistas y la calidad de los servicios que actualmente brindan los hoteles de la provincia de Pastaza.
- Proponer un Modelo de Gestión de Calidad para mejorar los servicios hoteleros en la provincia de Pastaza.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)

3.1. Antecedentes del tema de investigación.

Actualmente la actividad turística es una de las actividades comerciales más importantes del planeta según la Organización Mundial del Turismo (2006), el turismo se consolida como la principal actividad económica de muchos países que han fijado su desarrollo en una actividad tan dinamizadora y es el sector de más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas, creación de empleo, generador de exportaciones del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países.

Para el Ecuador, el turismo representa un sector estratégico ya que se está experimentando una innovación en su estructura, procesos y planificación estratégica, es en donde el Ministerio de Turismo (2010), señala que se debe diseñar un Plan de Desarrollo Turístico del Ecuador, para responder con eficiencia los programas, proyectos de manera ordenada e integradora a favor de la actividad turística.

Por otra parte la inclusión del marco normativo como es la Ley de Turismo, y el nuevo Reglamento de Alojamiento Turístico que se dio con el objetivo de conceptualizar, clasificar y categorizar el servicio de alojamiento existente en el país, para que este sea coherente con los estándares de clase mundial, como parte del turismo de excelencia, y enmarcado en el pilar de calidad que orienta a la política turística del Ecuador, espera regular la actividad de alojamiento y promover la innovación en el sector. La construcción del documento se inició este año con la colaboración de consultores y expertos en materia turística.

De conformidad al nivel de insatisfacción que las empresas de alojamiento tienen en la apreciación dada desde sus usuarios; el Ministerio de Turismo como ente regulador y controlador de la actividad turística propuso expedir el reglamento que se trabajó con el sector hotelero del país, tomando en cuenta las opiniones de la empresa privada y propiciando que ésta normativa ofrezca mecanismos de mejoramiento de

servicios, por lo que 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. (Ministerio de Turismo, 2016)

La nueva reglamentación simplificará la tipificación de establecimientos hoteleros, establecerá la obligatoriedad de acondicionamiento para personas con necesidades especiales, normativa sobre condiciones de higiene, sanidad, seguridad, manejo ambiental, señalización, entre otras.

La prioridad es la calidad, en ésta consideración fue necesario la publicación de este reglamento de alojamiento turístico, para que esta actividad que es desarrollada por personas naturales o jurídicas, que a través de una prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros, se considerarán los requisitos correspondientes a su clasificación y categoría pueda mejorar su calidad del servicio y se pueda estandarizar procesos de registro de éstos establecimientos, los mismos que han implementado en su gran parte requisitos exigibles para su calificación y categorización que se basa en el número de estrellas.

Ecuador no levanta datos estadísticos del nivel de satisfacción del turista, ya que no existe la cuenta satélite Ecuador, sin embargo existe el observatorio turístico en Galápagos en donde se mide estos parámetros pues permite conocer cómo está el nivel de satisfacción, y otros datos exclusivos del perfil del turista; en el Ecuador no se han implementado aun los observatorios, sin embargo la Universidad Estatal Amazónica inició con un proyecto que recaba información sobre los turistas.

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo(2014) en su Estudio de Mercado para la Dinamización y Diversificación de la Oferta Turística Sostenible en la Amazonía en donde establece claramente el nivel de satisfacción de los extranjeros en cuanto a la oferta de alojamiento en su gran parte en un 0.39% cumple parcialmente, seguido de una posición neutral del 0,22%, mientras que los turistas nacionales mencionaron que en un 0.36% se cumplió parcialmente su expectativa, seguido de un 0.31% que dice que se cumplió totalmente la expectativa, según este estudio promovido por la Organización Mundial del Turismo y el MINTUR a través

del PNUD, claramente se diferencia las posiciones de los turistas nacionales y extranjeros, es así que para el año 2014 se diseña y actualiza el Plan de Marketing del Ecuador en donde se sugiere también la estandarización por estrellas y no categorías de primera, segunda, tercera o cuarta, como era anteriormente, y evitar en los turistas una mala interpretación de los servicios, enseñándole al propietario del establecimiento turístico a usar la denominación correcta de su establecimiento.

La Amazonia con su ruta del Agua desde Sucumbíos hasta Zamora Chinchipe, en ella se levanta una gran oferta de turismo de deportes, aventura, ecoturismo y aviturismo, estas son las de mayor demanda sumado al esfuerzo de algunas comunidades como es el turismo comunitario. Cerca de los atractivos turísticos se cuenta con establecimientos que ofertan el servicio de alojamiento, alimentación, diversión, operación turística y transporte que permiten realizar las actividades turísticas, éstas son reguladas y controladas por el MINTUR y los GAD's cantonales correspondientes, a más de ello existen organizaciones privadas como las Cámaras de Turismo (CAPTUR) provinciales y la Asociación de Hoteleros (AHOTE) provinciales que se han agrupado con el fin de trabajar de manera conjunta entre el sector público y privado en temas promocionales.

Pastaza a pesar de ser una ciudad con mucho potencial turístico, es decir, que logra agrupar y combinar todos los componentes y potenciarlos, ha entrado en una faceta de más de tres años de lucha permanente en captar el mercado nacional con promociones especiales en feriado, a los cuales se suma las iniciativas gubernamentales que desarrollan eventos culturales para llamar la atención de los turistas.

Para dar una mejor acogida a los turistas, el gobierno invirtió en el mejoramiento de vías de acceso a las diferentes provincias, así como la creación de nuevos aeropuertos que ayudan con la movilización turística y comercial, Pastaza cuenta con 80 pistas de aterrizaje y un aeropuerto Río Amazonas, en donde operan 18 unidades de avionetas ultraligeras de 5 compañías autorizadas, además de también contar con 10 agencias de viajes. (Muñoz, Artola, & Silva, 2015).

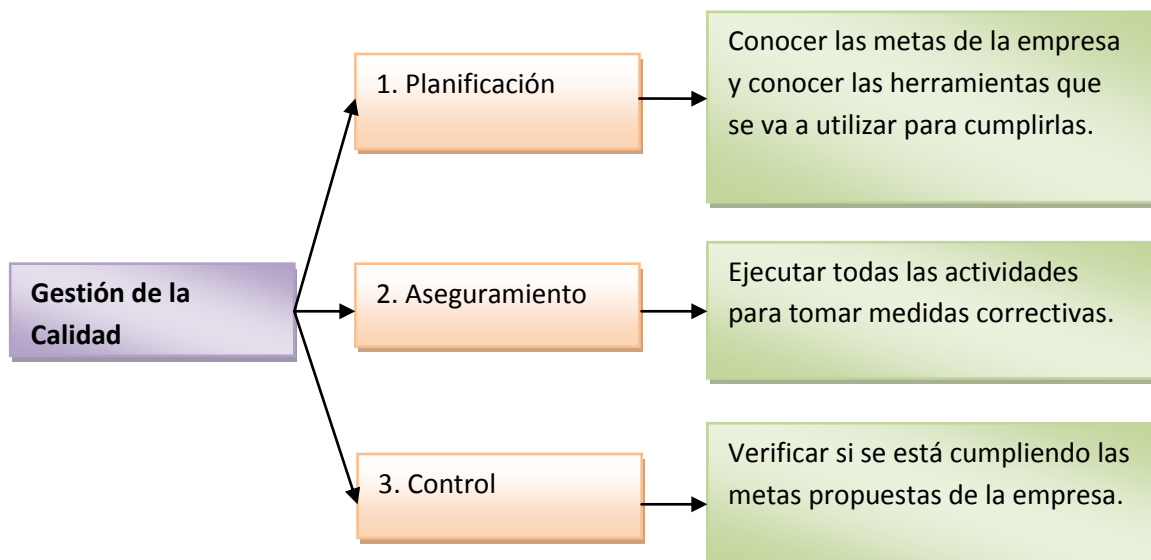
El sector hotelero ha generado grandes inversiones en las infraestructuras, con apoyo de la banca, y existen esfuerzos promocionales y de difusión para incrementar el turismo en la provincia de Pastaza. Es también importante destacar que la opinión de los turistas es muy valiosa, pues son ellos quienes pueden recomendar o no la visita a un establecimiento en especial, siempre su recomendación se basará en la experiencia vivida.

3.2. Gestión de la calidad.

La gestión de la calidad es un grupo de técnicas que ayudan a varios aspectos de la administración de una empresa, es decir ayuda a cambiar a todos los que pertenecen a la institución, para llegar a la satisfacción del cliente. (Witcher, 1995).

Según Brocka & Brocka (1992), la gestión de la calidad considera una gestión inseparable acerca de las expectativas que tiene el cliente de adquirir un producto y el cumplimiento de objetivos de la empresa, esto se logra con el aporte de cada una de las áreas de la empresa para evitar errores y llegar a la excelencia empresarial.

Ilustración 4: Gestión de la Calidad: Procesos



Fuente: (Lledó, 2013)

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

3.3. La calidad en el sector turístico.

Dorado (2011), indica que la calidad de un servicio dependerá de diversos factores para alcanzar una categoría adecuada, los mismos deben hacer más fácil y placentera la estadía de los turistas, esto abarca las vías de acceso, el entorno natural, la eficiencia del personal y los diversos atractivos turísticos que posea; cabe recalcar que la calidad varía por el poder adquisitivo de las personas que utilizan hoteles de una a cinco estrellas, este es el punto en el cual la misma es complementada por servicios adicionales.

En consecuencia de lo manifestado por los servicios que brinda un hotel, fácilmente pueden ser imitados por la competencia, pero existe un factor importante que no puede ser copiado e intuye la diferenciación, es la gestión de la calidad, la cual indica una integración de actividades a desarrollarse, depende de cada una de los hoteles, cual sea su servicio diferenciado y la imagen de primer impacto que se lleva el huésped.

3.4. Gestión y control de calidad.

La gestión de la calidad en el proceso de alojamiento es la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes de los cuales sienten un conjunto de sensaciones y experiencias personales; que requiere coordinar a múltiples personas que están implicadas directa o indirectamente a prestar un servicio a un cliente que cada vez exige más y sobre todo que pernocta. (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2008).

Los servicios que brinda un hotel, fácilmente pueden ser imitados por la competencia, pero existe un factor importante que no puede ser copiado e intuye la diferenciación, es la gestión de la calidad, la cual indica una integración de actividades a desarrollarse, la cuales son presentadas a continuación:

A) Determinar los contactos de la empresa y el cliente.

Esto se realiza cuando el cliente está dentro de la empresa y es con mayor facilidad establecer una relación empresa-cliente, y lograr el nivel de satisfacción.

B) Investigar los factores que los clientes miden

En este punto se analiza las expectativas de los clientes en cada momento, para así poder satisfacer las necesidades que estos poseen.

C) Medir la calidad de los factores anteriores

Es fundamental que la calidad ofertada cumpla con los requerimientos posteriormente estudiados, con el fin de mejorar los servicios hacia el consumidor.

D) Comunicación interior y exterior

Cuando los estándares de calidad son óptimos se procede a capacitar al personal y a los implicados en el servicio del hotel, así como a la demanda para que el servicio sea diferenciado entre los competidores.

E) Evaluación y control de los resultados

Se evalúan los resultados con el cumplimiento de objetivos establecidos por las empresas, para comparar las expectativas y la satisfacción del cliente.

3.5. Calidad y satisfacción.

Juliá & Porsche (2002), menciona que la satisfacción es la raíz de la calidad del servicio, porque al adquirir un producto o servicio, el nivel de satisfacción obtenida da paso para poder calificar la calidad en el mismo; dentro del sector hotelero el nivel de satisfacción generado es el que implica la calidad y el estrato.

Se entiende de manera clara que la calidad del servicio y la satisfacción va en tres aspectos relevantes, el primero que tiene que ver con el talento humano donde demuestra el servidor hotelero o prestador de servicio sus talentos, conocimientos y

destrezas, poniendo en práctica los conocimientos y formación adquirida por un tema específico dentro de la hotelería, en segunda instancia esta la infraestructura, facilidades y accesos a los diferentes servicios de una empresa hotelera y por último el tercer componente es la experiencia intangible que se creó antes de su llegada, ósea una expectativa que se haya formado en su mente antes de recibir el servicio, su experiencia debe ser mayor a la expectativa generada, esa labor es una dualidad entre el sector turístico, la superestructura turística que depende de factores externos de la empresa.

3.5.1. Relación entre calidad y satisfacción.

La calidad y la satisfacción son aspectos fundamentales que las empresas de servicios tienen como prioridad para ser competitivos en el sector, manteniendo una relación con “post-compra o post-uso”. Para algunos autores la calidad del servicio se basa en su naturaleza, la opinión de otros es que la calidad dependerá de la percepción de la persona que está utilizando el servicio. (Oberoi & Hales , 1990)

Martinez-Tur (1998), indica que para realizar la investigación de satisfacción y de calidad los objetivos son distintos, la investigación de satisfacción se centra en un estudio que nos lleva a conocer “la satisfacción sus antecedentes y consecuentes” por otro lado la investigación de la calidad se orienta al “análisis de su contenido o dimensiones”

Para James Paúl (2004), dice que la calidad son “Nociones o características que formulan una opinión con respecto a un producto o servicio y pueden ser expresados desde el punto de vista psicológico y del producto o proceso de fabricación, todas las características de un producto o servicio que se refieren a su capacidad de satisfacer necesidades determinadas o implícitas”.

Este contexto exige al sector turístico a implementar estrategias de competitividad en el mercado, basándose en una variación en precios o enfocándose en la diferenciación, pero también generando una permanente capacitación y actualización de conocimientos de su personal que labora en sus empresas.

3.6. 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. (MINTUR, 2015).

Para Álvarez, Díaz y Álvarez (2001), el servicio de alojamiento es uno de los componentes fundamentales de la actividad turística, junto con los servicios de recreación, transporte, comunicaciones y restauración, se hace hincapié en la importancia del servicio de alojamiento, pues de la duración de la estadía depende la cantidad y tipo de servicios turísticos ofrecidos.

La cantidad de visitantes dispuestos a pernoctar en la ciudad, a la vez actúa como efecto multiplicador con familiares y amigos en sus lugares de procedencia. Es así que los turistas se transforman en los propios promotores de la oferta de alojamiento local y basan sus expresiones a favor o en contra según el servicio que hayan recibido.

Por ello, Oreja (2000), indica que el servicio de alojamiento constituye un soporte estratégico de gran importancia en la actividad turística y el conocimiento de su situación actual, es vital para determinar y abordar los problemas de toda actividad turística, es en donde se estiman la ocupación hotelera, la tarifa promedio y se puede obtener datos del perfil del turista que viajan a Pastaza.

3.7. Sector hotelero.

Según Mestres Soler (1999), el sector hotelero es un conjunto de establecimientos que brindan servicios de alojamiento a los turistas, estableciendo una tarifa, y proporcionando servicios adicionales si así lo requieren, pero cabe recalcar que esto dependerá del establecimiento en el que se hospeden.

Fernández & Cuadrado (2011), menciona que es fundamental para el desarrollo turístico, ya que es la carta de presentación del lugar que visita, siendo el mismo uno de los entes impulsores de la economía turística.

Las empresas de servicio turístico tienen espacio físico para su actividad. Pero deben fortalecerse en distintas áreas frente a la competencia nacional. Los atractivos turísticos son potencialmente atrayentes para el turista pero tienen que mejorar con señalización, servicios básicos y senderos, ya que los turistas llegan al atractivo con mucha dificultad.

3.8. Servicio de alojamiento.

Para efectos de este estudio el servicio es el del alojamiento que todo turista va requerir, depende de la decisión de cada uno en el tipo de alojamiento y servicio que desea. El servicio de alojamiento, además se considera al conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteados.

Iglesias, J. (2007) en su comentario dice que el servicio turístico o de alojamiento va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos ya que existen múltiples deseos humanos que abarcan gamas variadas de motivaciones.

El servicio turístico se expresa como fin directamente mandado a satisfacer la corriente turística, (clientes o turistas que demandan de servicios), constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a la rutina, para así satisfacer la demanda turística en cualquier ámbito hotelero o no hotelero, es ahí donde se destaca la calidad del servicio, cuando muchos de los empresarios crean una empresa, el prestigio de ésta se da por la calidad en el servicio.

3.9. Desarrollo turístico.

López & Serrano (2001), el sector turístico y hotelero, ha cambiado su entorno y su forma de competir, debido a varios cambios en la intensidad y distribución de flujos turísticos.

Considerado dentro del desarrollo turístico la posición de muchos países que el turismo sustentable es un nuevo modelo de desarrollo que permite la expansión de modalidades de turismo agrupadas bajo el rótulo de alternativas que recibieron diversas denominaciones como turismo de aventura, turismo comunitario, entre otros.

Para Cavaco (1996) la concentración espacial de la demanda y la homogenización de la oferta hicieron sentir la necesidad de formas alternativas de turismo, en armonía con los elementos naturales, sociales y locales, fomentando el contacto de experiencias y saberes entre los visitantes y la población residente, ahí nace una alternativa de desarrollo responsable y sustentable.

Según lo mencionado en el Comercio (2015), Ecuador miró al desarrollo turístico como una oportunidad de vida, como un eje prioritario del país, pues el turismo se volvió una prioridad nacional; y es así que refleja el crecimiento de Ecuador en siete aspectos relevantes desde la industria hotelera y turística que incluye: Presupuesto, inversiones, lo nuevo, el dólar fuerte y las devaluaciones, turistas extranjeros, tarifas, ocupación; éste último, Ecuador también lo lidera en términos de ocupación de habitaciones entre los países andinos. Hasta julio del 2015 se registró un 66,8% de ocupación de habitaciones, mientras que Colombia alcanzó un 56,1%.

3.10. Clasificación de alojamientos turísticos.

En el Art. 12 del reglamento refiere a la clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura de los establecimientos de alojamiento. (MINTUR, 2015)

Tabla 2: Clasificación, nomenclatura, categorías asignadas según reglamento vigente

Clasificación del alojamiento Turístico	Nomenclatura	Categorías Asignadas
Hotel	H	2 a 5 estrellas
Hostal	HS	1 estrella a 3 estrellas
Hostería – Hacienda turística- Lodge	HT HA L	3 estrellas a 5 estrellas
Resort	RS	4 estrellas a 5 estrellas
Refugio	RF	Categoría única
Campamento turístico	CT	Categoría única
Casa de huéspedes	CH	Categoría única

Fuente: (MINTUR, 2015)

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

En el Art. 15, hace referencia a los requisitos que tienen los establecimientos para alcanzar una mejor categoría que va de tres a cinco estrellas, sin importar la clasificación pero deben cumplir con un puntaje para cada categoría, que se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 3: Puntos requeridos para las categorías

5 ESTRELLAS	60
4 ESTRELLAS	50
3 ESTRELLAS	40
2 ESTRELLAS	N/A
1 ESTRELLA	N/A
CATEGORÍA ÚNICA	N/A

Fuente: MINTUR, 2015

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

En su publicación la Revista La Barra (2012), el sector hotelero para incrementar su competitividad en lo que a turismo se refiere, deben cumplir con ciertos parámetros para determinar la calidad del servicio que están ofertando, la infraestructura con la que cuenta cada establecimiento entre otros; los mismos que ayudarán a tener una certificación para su funcionamiento.

En la siguiente tabla se indica las entidades emisoras de certificaciones en cada país, las cuales después de analizar varios parámetros otorgan un tipo de certificación a los establecimientos de alojamiento:

Tabla 4: Certificaciones otorgadas a los establecimientos de alojamiento.

PAÍS	ENTIDAD CERTIFICADORA	CERTIFICACIÓN
México	Organismo Nacional de Certificación y Verificación con Reconocimiento Internacional sin Fronteras	ISO 9001:2000 ISO 14000 Distintivo H
Estados Unidos	Mobil Travel Guide	De una a cinco estrellas. (Se enfoca en los servicios)
	American Automobile Association	Por medio de diamantes. (Se enfoca en las instalaciones)
Canadá	Corporación de la Industria Turística de Québec.	Inspección y clasificación de los establecimientos.
Suecia	Asociación de Hoteles y Restaurantes de Suecia	Esquema nacional de clasificación para hoteles.
Islandia	Oficina de Turismo de Islandia	Certificación voluntaria. (No da una referencia exacta de la calidad)
Dinamarca	Organización para la Industria de Hoteles, Restaurantes y Turismo.	Clasificación de una a cinco estrellas.
Alemania	DEHOGA (German Hotel and Restaurant Association)	Certificación voluntaria. (Incrementa la calidad).
Bélgica	Ministerio de Turismo y Hospedaje	De una a cinco estrellas.
España	Instituto para la Calidad Turística Española	Certificación de carácter voluntario.
Ecuador	Ministerio de Turismo	De una a cinco estrellas. (Por instalaciones y servicios)
Chile	Federación Gremial de Industria Hotelera y Gastronómica de Chile	Certificación de carácter voluntario.
Inglaterra	American Automobile	Por estrellas.
		Por diamantes.
Portugal	Oficinas de Turismo del Estado	Clasificación basada en estrellas.
Francia	Unión de Profesiones de las Industrias de la Hotelería	Clasificación basada en estrellas.
	HOTELCERT	(Por sus servicios)
Irlanda	Federación de Hoteles en Irlanda	De una a cinco estrellas. (Dependiendo la propiedad y sus instalaciones)
	Departamento de Turismo de Irlanda	

Fuente: Marin (2005)

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

3.11. La calidad del servicio percibida en hoteles.

Según Olorunniwo, Hsu, & Udo (2006), existe una relación entre calidad de servicio, satisfacción al cliente, preferencias de compra y sugerencias posteriores; esto es de vital importancia para la calidad del sector hotelero.

Uno de los factores que originan éxito en el sector hotelero, se basa en brindar un excelente nivel de calidad. Considerando la opinión de los autores, ésta se convierte en la preocupación constante de brindar calidad en los servicios hoteleros, que debe ir de la mano con el personal, la infraestructura y facilidades turísticas. (Falces, Sierra, Becerra, & Briñol, 1999).

3.11.1. Aproximaciones a la calidad en el sector hotelero.

La evolución del sector hotelero conlleva a un estudio de lo tangible o intangible para poder apreciar cuál de los dos tiene un mayor aporte o si los dos por igual son parte fundamental del crecimiento en dicho sector. (García Buades, 2001).

3.11.2. Los aspectos tangibles.

Anteriormente solo los aspectos tangibles servían para medir la calidad dentro del sector hotelero, ahora estos aspectos siguen siendo utilizados para realizar la categorización de los hoteles de una a cinco estrellas, actualmente los aspectos físicos de los hoteles son tan importantes como la intangibilidad del servicio, el cual es tomado en cuenta para medir la calidad. (García Buades, 2001).

Callan (1997), mediante un estudio indica que los clientes desconocían la categorización de los hoteles y que su elección de alojarse en un determinado hotel se basaba más bien en el costo y la ubicación, además indica que los clientes no se basaban solo en aspectos tangibles para medir la calidad de su estadía en un hotel, sino también en la intangibilidad del servicio.

3.11.3. Los aspectos intangibles.

Dentro del sector hotelero la intangibilidad es un aspecto representativo para poder medir la calidad, el mismo no puede ser percibido físicamente, pero puede sentirse desde el trato de sus empleados hasta la comodidad brindada, ya que aporta a la satisfacción dentro de los huéspedes, brindándoles una estadía placentera.

3.11.4. Integración de los aspectos tangibles e intangibles.

En concordancia con varios autores ambos aspectos van de la mano dentro del sector hotelero para mejorar la estadía de los huéspedes, se centran en el confort físico adecuando todo el hotel para poder satisfacer al cliente y cumplir con los aspectos que sirven para su categorización; también se toma en cuenta aspectos intangibles que van evolucionando, tales como la comodidad, el servicio, el trato del personal, etc., adaptándose a las personas, haciendo que las experiencias sean únicas e inolvidables, esto nos indica que los dos aspectos están entrelazados y se complementan.

3.12. Ecoturismo comunitario.

Jiménez L. (2013), menciona que el ecoturismo comunitario está basado en la protección de la flora y fauna de una localidad, aportando al desarrollo económico de la misma, estableciendo normas para mantener la conservación de la biodiversidad y con ello dar a conocer a los turistas el patrimonio que posee.

WWF (2001), el ecoturismo comunitario beneficia la comunidad local que está siendo visitada, ya que es la que ofrece conocer la biodiversidad que posee y sus habitantes son los que controlan sus actividades turísticas.

Arq. Jorge Antonio Gutiérrez indica que la planificación del ecoturismo comunitario se crea para beneficiar a las comunidades locales, cuidando los recursos naturales, sembrando el respeto para el patrimonio cultural, promoviendo el aporte del gobierno para la conservación y protección de las riquezas turísticas.

3.13. Beneficios del ecoturismo

Jimenez (2010), menciona que:

1. La conservación de la biodiversidad, la cultura y la naturaleza.
2. Las comunidades mejorarán sus condiciones de vida.
3. Mejorar la economía en las comunidades indígenas.
4. Fomentar el trabajo y cuidar sus culturas.
5. Conocer las culturas y su realidad.
6. Diseñar establecimientos turísticos culturales, conservando el medio ambiente.

Hitt, Duan, & Hoskisson (1998), indican que el incremento de la calidad dentro de las organizaciones es muy común, ya que esto ayuda a mejorar tiempos y reducir los costos, que se van mejorando continuamente todos estos ámbitos.

3.14. Investigaciones en el Sector Hotelero

Altamirano (2014), la investigación ha sido orientada con la información obtenida tanto con antecedentes de la ciudad, el sector hotelero, las encuestas realizadas a los clientes de los hoteles y turistas; la cual ha proporcionado gran ayuda para analizar la situación y el problema y de esta manera apuntar a las mejores soluciones por medio de la aplicación de un modelo de gestión de calidad de los servicios hoteleros para mejorar la satisfacción de los clientes de la ciudad de Baños de Agua Santa.

La investigación refleja una escasa predisposición de los empleados a una capacitación permanente y a una formación en competencias laborales, a más de ello la constante rotación de los empleados en el sector hotelero, sin embargo también se considera que las entidades de control que regulan esta actividad no generan propuestas de formación permanente y la presencia de SECAP con la oferta de capacitación está disponible en horas y días que no le permite al trabajador acceder.

Delgado (2010) menciona en su trabajo de investigación de la Universidad Tecnológica Equinoccial, que el servicio al cliente en los restaurantes de la ciudad de

Baños es un factor crítico para la promoción turística de la zona, ya que al recibir un buen trato el turista se gana no sólo la satisfacción del mismo, sino que influye al ingreso de turistas en el lugar.

Baños al ser en la actualidad uno de los principales centros de mayor atracción turística, y por ser un lugar que se vende solo, no ha explotado la capacidad de tener un turista frecuente, sobre todo el turista nacional, ya que una buena cantidad de ellos han sido víctimas del mal servicio que se les ha brindado.

En la actualidad para ser una empresa u organización competitiva se debe dar un servicio de calidad y poder superar con las expectativas de los clientes. El principal problema radica en las entidades públicas, las mismas que se encargan de cumplir y hacer cumplir las leyes y estatutos para la creación y regularización de todos los establecimientos turísticos y de servicios.

Ventimilla (2008) propone un tema sobre el “Estudio de Evaluación de la Calidad de los Servicios Turísticos de la ciudad del Puyo en la Provincia de Pastaza” de la Universidad Tecnológica Equinoccial, en el cual indica que la actividad turística ha generado conciencia en las comunidades, así como el sector público, a través del Ministerio de Turismo, Ministerio de Medio Ambiente y Gobierno local.

La ciudad del Puyo es uno de los atractivos culturales con los que cuenta la Región Amazónica para promocionar los distintos atractivos turísticos a nivel nacional e internacional. De acuerdo con las potencialidades que presenta la ciudad en donde se desarrolla la actividad turística se aplican parámetros para impulsar el desarrollo económico de la región Oriental. Así también todas las Empresas de servicio turístico se rigen bajo una ley de funcionamiento la cual es regulada por las distintas entidades públicas y privadas que son las encargadas de que las empresas brinden un buen servicio al turista.

Al evaluar los servicios se indagó opciones para convertir a la ciudad del Puyo en un atractivo de mayor interés turístico. El estudio de Evaluación de Servicio turísticos ha sido útil, para poder ver la situación real de las empresas de servicio turístico.

Por otra parte el sector público, que es el ente regulador y controlador de los servicios, exige a los propietarios a estandarizar servicios y mejorarlos, además de también promocionarlos. Así mismo la superestructura visto desde la accesibilidad como carreteras, terminales, aeropuertos, bancos, guías, restaurantes, centros artesanales, como también la responsabilidad de contar con servicios básicos en el destino.

Cada vez más la dinamización del turismo aumenta y son más las empresas que lo componen, es por lo tanto necesario poder dar calidad en el servicio y con ello mejorar el destino a la provincia de Pastaza.

4. METODOLOGÍA

4.1. Modalidad básica de la investigación

En el presente proyecto se utilizó el enfoque cuantitativo. Cuantitativo porque se utilizaron instrumentos de recolección de datos dirigidos a las personas que están involucradas en la investigación para su posterior interpretación y análisis.

4.2. Tipos de investigación.

4.2.1. Investigación de campo.

Valderrama (2012) menciona que la información se obtiene directamente de los involucrados en la investigación, ayudando a conocer la situación actual del objeto de estudio, de acuerdo a los objetivos planteados.

La investigación se realizó en la Provincia de Pastaza, en el sector hotelero de acuerdo a la calificación y categorización que el Ministerio de Turismo otorga a los establecimientos registrados en la fecha y que hayan cumplido con todo el proceso, a los turistas para conocer su opinión acerca de la calidad del servicio que este brinda y a los coordinadores del turismo de los cuatro cantones de la provincia.

4.3.2. Investigación Bibliográfica - Documental.

Según Gonzáles Reina (2002), la investigación bibliográfica – documental, es la indagación en aspectos informativos, los mismos que ayudan aclarar y sustentar el conocimiento estudiado, dando a conocer su origen o punto de partida, la evolución que ha tenido y el aporte que brindó al objeto en estudio.

La investigación documental es primordial para los diversos proyectos de investigación, ya que se sustenta teóricamente varios aspectos relevantes, como en el presente estudio se indagara en documentos, artículos indexados, libros revistas entre otros, para conocer la calidad del servicio del sector hotelero en el desarrollo turístico.

4.3 Nivel de Investigación

4.3.1 Exploratoria.

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2003), estudia todo el contexto brindando una idea en general del tema que fue estudiado, este nivel de investigación ayuda a estar familiarizado con temas que no han sido explorados a profundidad.

Se indagó las causas y efectos del problema del sector hotelero, profundizando en el tema, evidenciando a manera de diagnóstico cuáles son los problemas encontrados durante el estudio, con aporte de la empresa privada como protagonistas y organismos públicos como facilitadores de los procesos, encargados de la regulación y control de los mismos.

4.3.2 Descriptiva.

Hernández, Fernández, & Baptista (2003), indican que es aquella que “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice”

Con los resultados obtenidos en la investigación se analizó como es y cómo se manifiesta cada uno de los aspectos de la calidad del servicio en el sector hotelero, lo cual permitió conocer la realidad, con los aportes que brindaron los propietarios del sector hotelero, turistas y coordinadores del turismo de la Provincia de Pastaza.

4.4 Métodos teóricos.

4.4.1 Método de análisis y síntesis.

En la investigación se utiliza este método, ya que con la información recopilada se conoce la situación actual del sector hotelero de la Provincia de Pastaza y la percepción que tienen los turistas del mismo, para luego integrarlos y tener nuevos conocimientos acerca de la calidad del servicio.

4.5 Instrumentos de recolección de información

4.5.1 La encuesta.

Se aplicó dos encuestas, dirigidas a los turistas y a los propietarios o administradores de los hoteles de la provincia de Pastaza, estos fueron aplicados con el fin de conocer la opinión, características de hechos específicos, de los cuales se pudo deducir varios aspectos relevantes en el estudio y demostrar resultados concretos.

4.5.2. La entrevista

Se realizó un formato de entrevista dirigido a los Coordinadores de Turismo de los cantones Mera, Pastaza y Arajuno, al Coordinador de guías turísticos de la Provincia de Pastaza, a un representante de la Cámara de Turismo y un representante del GAD de Pastaza; la finalidad de ésta fue conocer acerca de cómo influye el sector público y privado en el desarrollo turístico de la provincia.

4.6 Población y muestra

4.6.1 Población

Se puede identificar dos tipos de poblaciones, que son objetos de estudio para la presente investigación:

Según Arias (2006), la población finita son conjuntos de cantidades pequeñas o limitadas, las mismas que pueden ser identificadas, contabilizadas o tabuladas sin necesidad de tomar una muestra. Castro (2003), indica que si la población es una cantidad menor a cincuenta, será la población similar a la muestra, y se podrá trabajar con ella. A la población infinita la define como cantidades que no pueden ser contadas, es decir un número ilimitado de elementos que para ser tabuladas es necesario la aplicación de formulas estadísticas.

De acuerdo a la nueva normativa, los establecimientos de alojamiento son 43, por lo tanto se trabajó con una población finita ya que no se tomará ninguna muestra.

Tabla 5: Listado de establecimientos registrados en el sistema SIETE.

N°	ESTABLECIMIENTO	ACTIVIDAD	TIPO
1	COLIBRÍ	ALOJAMIENTO	CASA DE HÚESPEDES
2	DELFIN ROSADO	ALOJAMIENTO	HOTEL
3	ORO NEGRO	ALOJAMIENTO	HOTEL
4	JARDÍN RELAX	ALOJAMIENTO	HOTEL
5	AMAZÓNICO	ALOJAMIENTO	HOTEL
6	ESMERALDITA	ALOJAMIENTO	HOTEL
7	SAN LUIS	ALOJAMIENTO	HOTEL
8	FRANCE INN	ALOJAMIENTO	HOTEL
9	MARÍA	ALOJAMIENTO	HOTEL
10	LAS PALMAS	ALOJAMIENTO	HOSTAL
11	COLONIAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL
12	MI KASA	ALOJAMIENTO	HOSTAL
13	GAHONA	ALOJAMIENTO	HOSTAL
14	FLOR DE CAÑA	ALOJAMIENTO	HOSTAL
15	POSADA REAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL
16	LAS BALSAS	ALOJAMIENTO	HOSTAL
17	DIAMANTE AZUL	ALOJAMIENTO	HOSTAL
18	FLOR DE TARQUI	ALOJAMIENTO	HOSTAL
19	JARDIN AMAZÓNICO	ALOJAMIENTO	HOSTAL
20	LA MOLIENDA	ALOJAMIENTO	HOSTAL

21	SAN PATRICIO	ALOJAMIENTO	HOSTAL
22	FRESAW	ALOJAMIENTO	HOSTAL
23	KUASVIL	ALOJAMIENTO	HOSTAL
24	GALES INN	ALOJAMIENTO	HOSTAL
25	MILENIUM	ALOJAMIENTO	HOSTAL
26	SAN RAPHAEL	ALOJAMIENTO	HOSTAL
27	MAJESTIC INN	ALOJAMIENTO	HOSTAL
28	RIZZO INN	ALOJAMIENTO	HOSTAL
29	PUYO	ALOJAMIENTO	HOSTAL
30	INTERCONTINENTAL J.A.C.	ALOJAMIENTO	HOSTAL
31	TIKA CHIRAW	ALOJAMIENTO	HOSTAL
32	RAYJU	ALOJAMIENTO	HOSTAL
33	CUMANDÁ	ALOJAMIENTO	HOSTAL
34	FINCA EL PIGUAL	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA
35	DON ELÍAS	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA
36	GERMANY	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA
37	ECOPARQUE MONTE SELVA	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA
38	SAFARI AL DORADO	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA
39	SHELL	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA
40	LIZANES	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA
41	TURINGIA	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA
42	BELLANDIA	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA
43	SANTA MARIANITA	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2016)

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Para el caso de los turistas se estimará un porcentaje de las personas que visitaron la Provincia de Pastaza, según el detalle de la base de datos mensual que posee el MINTUR en su anuario de turismo del mes de diciembre, se aplicó la fórmula para la muestra y con el resultado se realizó las encuestas.

Tabla 6: Registros del turismo receptivo nacional y extranjero.

TURISTAS	Nº DE TURISTAS QUE INGRESARON A LA PROVINCIA (DICIEMBRE)
Nacionales	4906
Extranjeros	1180
TOTAL DE TURISTAS	6086

Fuente: Anuario de Turismo (MINTUR, 2015)

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

4.6.2 Muestra

Para Castro (2003), la muestra es un conjunto limitado, que es extraído mediante una fórmula estadística de una población infinita, la misma que servirá para trabajar en una investigación.

Migración, desde el año 2002 no lleva registros de visitantes a la provincia, debido a sus nuevas competencias asumidas, el MINTUR únicamente lleva referencia de visitantes en feriados, pero cabe recalcar que ellos publican información cada cierto periodo en sus anuarios del turismo receptivo nacional y extranjero en la provincia de Pastaza y es de donde se tomó la información de 6,086 turistas que ingresaron en el último mes del 2015.

Para conocer la muestra de los turistas se aplicó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N P Q Z^2}{(N - 1) E^2 + P Q Z^2}$$

En donde:

n: Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población. Igual a **6.086** turistas al mes.

E² = Es el nivel error de estimación. En este caso se maneja un nivel del 5%.

Z= Nivel de confianza que será **Z = 1,96**.

P= 0.5 Probabilidad de Éxito. Distribución de la muestra de acuerdo al turismo interno y receptivo

Q= Probabilidad de fracaso, 1-p (en este caso 1-0,5 = 0,5).

$$n = \frac{N P Q Z^2}{(N - 1) E^2 + P Q Z^2}$$

$$n = \frac{6086 (0.5) (0.5) 1.96^2}{(6086-1) 0.05^2 + (0.5) (0.5) 1.96^2}$$

$$n = \frac{6086 (0.5) (0.5) 3.8416}{(6085) 0.0025 + (0.5) (0.5) 3.8416}$$

$$n = \frac{5844.9944}{15.2125 + 0.9604}$$

$$n = \frac{5844.9944}{16.1729}$$

N: 361.

Una vez calculada la fórmula de la muestra con una población de 6,085 turistas nacionales y extranjeros de la provincia de Pastaza, se obtuvo un total de 361 turistas a los que fue dirigida la encuesta.

4.7 Plan de Recolección de Información

El siguiente plan de recolección de información, es una planificación elaborada con las actividades que se aplicaran, los instrumentos utilizados y los recursos necesarios para ejecutarlos.

Tabla 7: Plan de Recolección de la Información

Fuentes de recolección de datos	Método de recolección de datos	Tiempo	Recursos utilizados
Turistas	361 encuestas dirigidas a los turistas de la provincia de Pastaza	10 días	Auto, esferos, encuestas elaboradas, grapadora.
Propietarios	43 encuestas dirigidas a los propietarios del sector hotelero	6 días	Auto, esferos, encuestas elaboradas, grapadora.
Coordinadores de Turismo	7 entrevistas dirigidas a los coordinadores de Turismo de la provincia de Pastaza.	1 día	Filmadora, micrófonos, entrevista elaborada

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

5. RESULTADOS

5.1. Resultados de las entrevistas realizadas a los turistas de la provincia de Pastaza.

Género

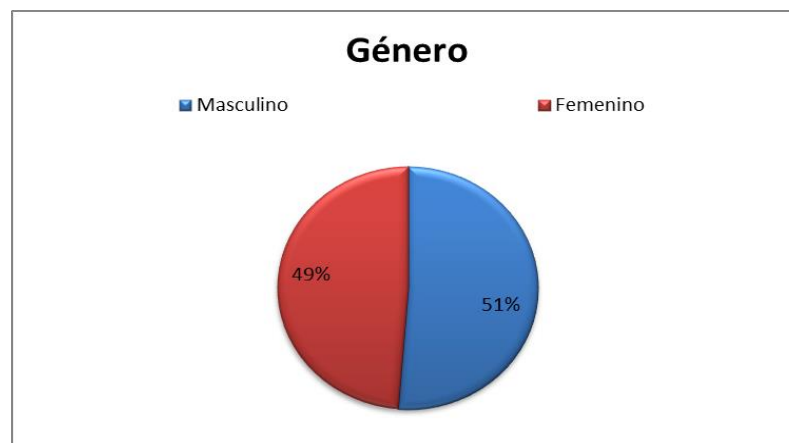
Tabla 8: Género

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Masculino	185	51,2%	51,2%	51,2%
Femenino	176	48,8%	48,8%	100%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 1: Género



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

De 361 encuestas que representan el 100% de la muestra, el 51% de turistas en la provincia de Pastaza, son de género femenino y el 49% restante son de género masculino.

INTERPRETACIÓN

No existe una gran diferencia en la afluencia de turistas con respecto a su género, porque al visitar un lugar turístico, lo hacen en familia.

Nacionalidad

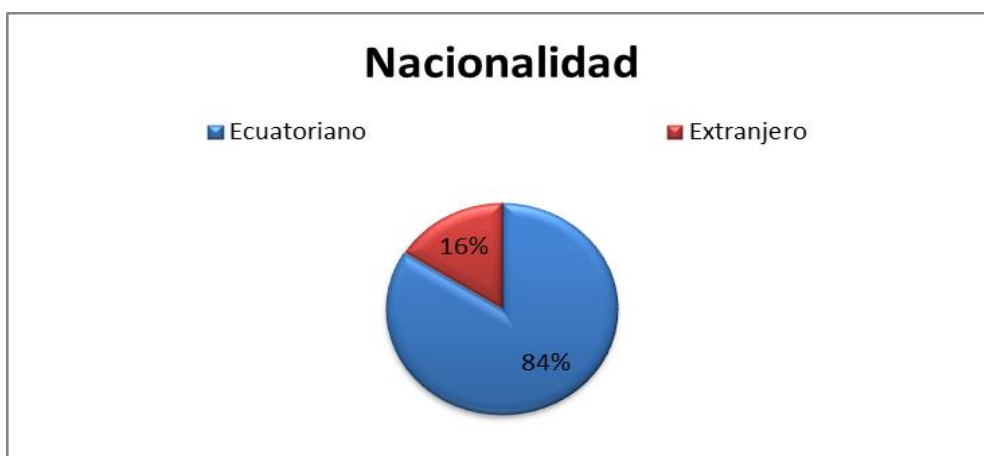
Tabla 9: Nacionalidad

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Ecuatoriano	303	83,9%	83,9%	83,9%
Extranjero	58	16,1%	16,1%	100%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 2: Nacionalidad.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de la muestra que son 361 turistas, un 84% de los turistas que llegan a la provincia de Pastaza son de nacionalidad ecuatoriana, mientras que el 16% son turistas extranjeros.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de turistas que visitan la provincia de Pastaza son de nacionalidad ecuatoriana, ya que no se ha realizado una adecuada promoción internacional sobre la oferta turística, es por esto que se tienen un margen bajo de turistas extranjeros dentro de la provincia.

1. ¿Cuál es el motivo de su visita a la Provincia de Pastaza?

Tabla 10: Motivo de visita

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Vacaciones	164	45,4%	45,4%	45,4%
Negocios	79	21,9%	21,9%	67,3%
Estudios	19	5,3%	5,3%	72,6%
Visita a familiares	72	19,9%	19,9%	92,5%
Turismo	27	7,5%	7,5%	100%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 3: Motivo de visita



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de la muestra que son 361 turistas, el 45% visita la provincia de Pastaza con el fin de pasar vacaciones, un 22% de los turistas mencionan que acuden a la provincia por motivo de negocios, el 20% viaja a visitar a sus familiares, el 8% llega a realizar turismo y el 5% indican que se encuentran en la provincia por motivos de estudios.

INTERPRETACIÓN

Es evidente que la mayor parte de personas que viajan a la provincia de Pastaza, lo hacen por vacacionar, es decir, visitan la provincia para disfrutar de la oferta turística que ofrece pero no pernoctan más de una noche en la misma, es por tal motivo que el turismo ha disminuido, ya que los visitantes tienen en mente conocer otros lugares.

2. ¿Qué tipo de transporte utilizó para llegar a la Provincia de Pastaza?

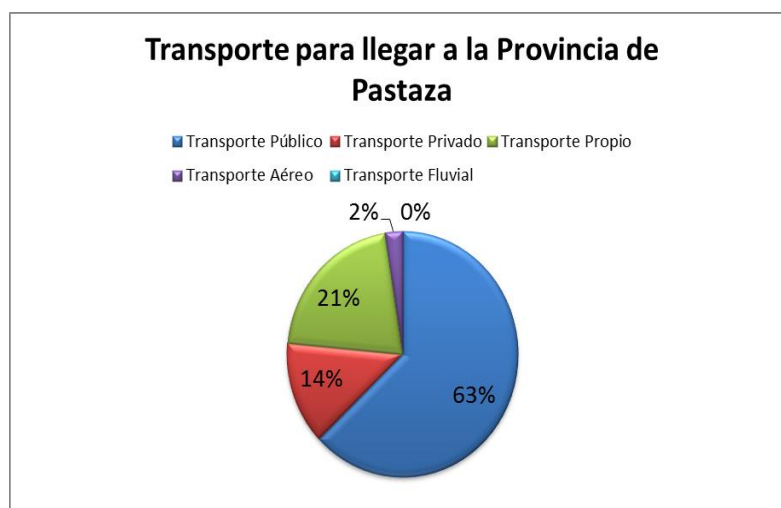
Tabla 11: Transporte para llegar a la Provincia de Pastaza.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Transporte Público	227	62,9%	62,9%	62,9%
Transporte Privado	49	13,6%	13,6%	76,5%
Transporte Propio	76	21,1%	21,1%	97,5%
Transporte Aéreo	9	2,5%	2,5%	100,0%
Transporte Fluvial	0	0,0%	0,0%	
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 4: Transporte para llegar a la Provincia de Pastaza.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de la muestra que son 361 personas, el 63% nos manifiestan que para poder acceder a la provincia utilizan el transporte público, un 21% se movilizan en transporte propio, el 14% contrata servicios de transporte privado como busetas, taxis y autos rentados, mientras que con un porcentaje del 2% los turista llegan mediante transporte aéreo.

INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los turistas que llegan a la Provincia de Pastaza han utilizado el Transporte Público, deciden viajar en cooperativas interprovinciales porque tiene un bajo costo, es un servicio de fácil acceso y las flotas con las que cuentan las cooperativas son nuevas y bien equipadas.

3. ¿Considera usted que el estado de las vías de acceso a la provincia de Pastaza es?

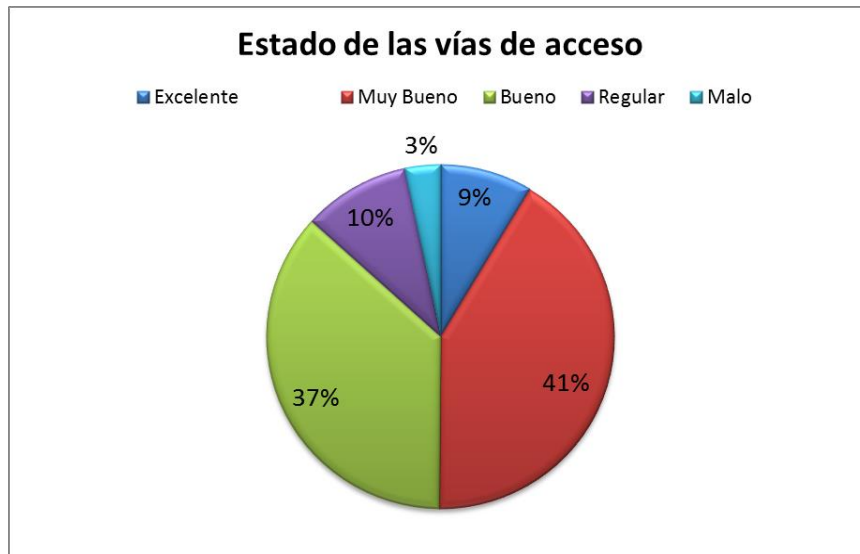
Tabla 12: Estados de las vías de acceso

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	31	8,6%	8,6%	8,6%
Muy Bueno	150	41,6%	41,6%	50,1%
Bueno	132	36,6%	36,6%	86,7%
Regular	36	10,0%	10,0%	96,7%
Malo	12	3,3%	3,3%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 5: Estado de las vías de acceso.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de la muestra que son 361 turistas, el 41% califica las vías de acceso a la provincia como muy buenas, el 37% considera que las vías son buenas, un 9% mencionan que se encuentran en excelente estado, mientras que un 10% no se encuentra satisfecho con su estado y las valora como regular y el 3% indica que son malas.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de turistas mencionan que las vías de acceso a la provincia de Pastaza son buenas, pero no llega a la excelencia porque no hay un continuo mantenimiento, además las constantes lluvias, causando inseguridad en los turistas al momento de viajar.

4. ¿Qué considera usted para elegir un hotel?

Tabla 13: Factor para elegir un hotel.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Precio	106	29,4%	29,4%	29,4%
Ubicación	52	14,4%	14,4%	43,8%
Instalaciones	28	7,8%	7,8%	51,5%
Servicios	165	45,7%	45,7%	97,2%
Nombre del Hotel	10	2,8%	2,8%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)
Fuente: Encuestas.

Gráfico 6: Factor para elegir un hotel.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)
Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de la muestra que son 361 personas, el 46% toman en cuenta los servicios para elegir un hotel, un 29% se hospedan dependiendo el precio, el 14% prefieren la ubicación del hotel, el 8% se basa en la calidad de las instalaciones, mientras que el 3% llega a un establecimiento debido al nombre del hotel.

INTERPRETACIÓN

El aspecto fundamental que influye en los turistas al momento de elegir un hotel, es la calidad y los servicios que presten, los cuales aportan de manera positiva en su estadía dentro de la provincia, cabe recalcar que otros turistas toman en cuenta el precio al momento de elegir su estadía, por la situación económica en la que se encuentran.

5. ¿Cómo se enteró de la oferta hotelera de la Provincia de Pastaza?

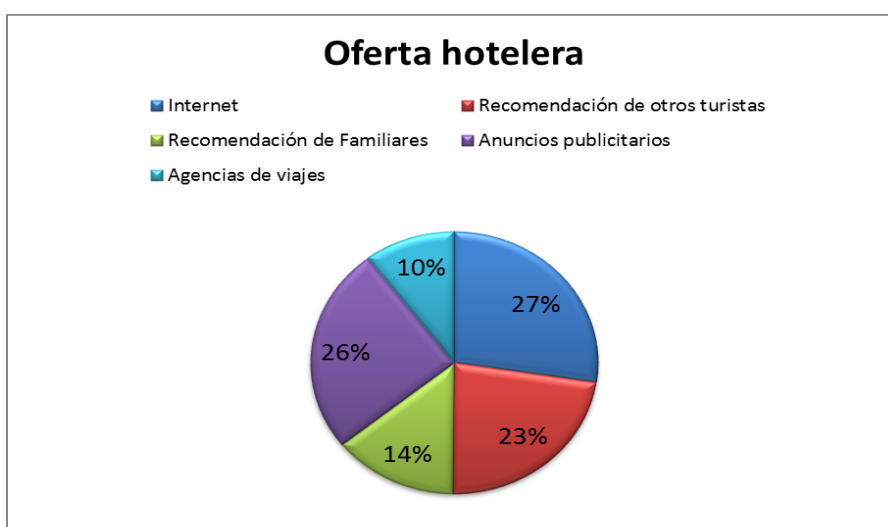
Tabla 14: Oferta hotelera.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Internet	99	27,4%	27,4%	27,4%
Recomendación de otros turistas	82	22,7%	22,7%	50,1%
Recomendación de Familiares	51	14,1%	14,1%	64,3%
Anuncios publicitarios	92	25,5%	25,5%	89,8%
Agencias de viajes	37	10,2%	10,2%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 7: Oferta hotelera.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de la muestra que son 361 personas, el 27% conocen la oferta hotelero debido a las publicaciones en internet, el 26% se enteró de la misma por anuncios publicitarios realizados en medios de comunicación, un 23% se orientó de la oferta, por recomendación de otros turistas que ya conocían la provincia, el 14% fue recomendada por los familiares y un 10% acudió a las agencias de viajes para solicitar información.

INTERPRETACIÓN

La mayor parte de turistas llegan se hospedan en los establecimientos de alojamiento turístico por cuanto la información de los mismos conocieron en internet, ya que en la actualidad es una de las herramientas más utilizadas para dar a conocer la misma, otro medio por el que conocieron la oferta hotelera, son los anuncios publicitarios en medios de comunicación como la radio y televisión.

6. ¿Cómo califica usted la calidad en el servicio del hotel?

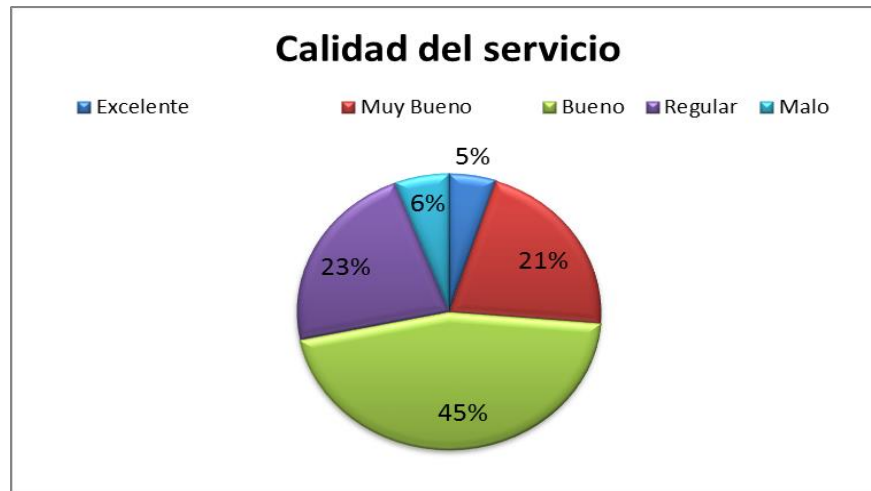
Tabla 15: Calidad en el servicio.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	18	5,0%	5,0%	5,0%
Muy Bueno	77	21,3%	21,3%	26,3%
Bueno	164	45,4%	45,4%	71,7%
Regular	81	22,4%	22,4%	94,2%
Malo	21	5,8%	5,8%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 8: Calidad en el servicio.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de la muestra que son 361 turistas, un 45% nos dice que la calidad de los servicios que ofrece el sector hotelero es bueno, un 23% nos manifiesta que es regular, un 21% lo califica como muy bueno, mientras que con porcentajes bajos, un 6% menciona que es malo y un 5% indica que la calidad del servicio es excelente.

INTERPRETACIÓN

Los turistas en su mayoría, indican que los servicios que brinda el sector hotelero es bueno, pero no llega a la excelencia, ya que los propietarios no han innovado sus servicios, mejorado sus instalaciones para poder cumplir con las exigencias de turistas nacionales y extranjeros.

7. ¿Cómo considera usted las instalaciones del hotel?

Tabla 16: Instalaciones del hotel

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	18	5,0%	5,0%	5,0%
Muy Bueno	84	23,3%	23,3%	28,3%
Bueno	110	30,5%	30,5%	58,7%
Regular	135	37,4%	37,4%	96,1%
Malo	14	3,9%	3,9%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 9: Instalaciones del hotel



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de los turistas que fueron encuestados, un 37% considera que las instalaciones de los hoteles son regulares, un 31% las valora como bueno, el 23% las cataloga como muy buenos, el 5% se siente totalmente complacido y nos mencionan que las mismas son excelentes y un 4% nos indican que son malas.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de turistas de la provincia de Pastaza, indican que algunos de los establecimientos de alojamiento turístico deberían modernizar sus instalaciones, para dar una mejor apariencia y volverlas más confortables, mejorando también la calidad de los servicios para brindar una estadía placentera.

8. ¿El espacio y el equipamiento de la habitación es?

Tabla 17: El espacio y equipamiento de la habitación

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	18	5,0%	5,0%	5,0%
Muy Bueno	85	23,5%	23,5%	28,5%
Bueno	166	46,0%	46,0%	74,5%
Regular	78	21,6%	21,6%	96,1%
Malo	14	3,9%	3,9%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 10: El espacio y equipamiento de la habitación.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de las encuestas dirigidas a los turistas que son 361, el 46% nos mencionan que el espacio y el equipamiento de la habitación son buenos, un 23% nos indican que es muy bueno, el 22% los califica como regular, un 5% dicen que las habitaciones de los hoteles son excelentes y un 4% indican que son muy malas.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de los turistas, indican que el equipamiento en los establecimientos de alojamiento es bueno, pero se debería mejorar el aspecto físico de las habitaciones, distribuir adecuadamente los espacios y contar con los amenities necesarios.

9. Los precios de los servicios de los hoteles en la Provincia de Pastaza son:

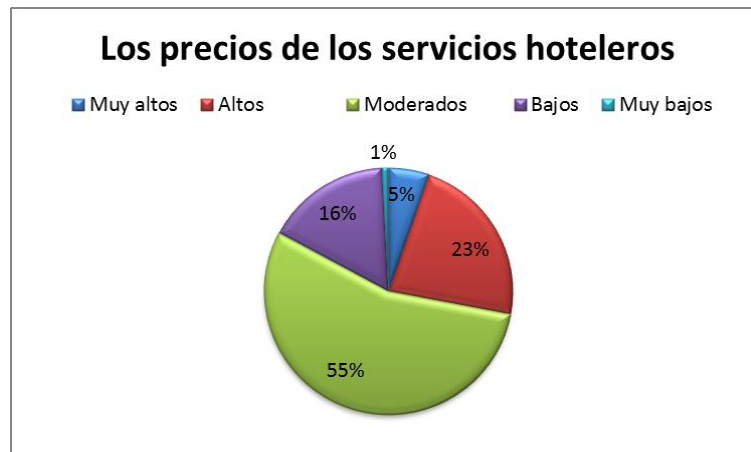
Tabla 18: Los precios de los servicios hoteleros.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Muy altos	19	5,3%	5,3%	5,3%
Altos	82	22,7%	22,7%	28,0%
Moderados	198	54,8%	54,8%	82,8%
Bajos	59	16,3%	16,3%	99,2%
Muy bajos	3	0,8%	0,8%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 11: Los precios de los servicios hoteleros.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

De 361 encuestas realizadas que es el 100%, el 55% de turistas nos manifiestan que los precios en el sector hotelero son moderados, un 23% nos indica que son muy altos, el 16% nos mencionan que son bajos, un 5% manifiestan que son muy altos para los servicios que prestan, mientras que el 1% consideran que los precios son muy bajos.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de turistas mencionan que el precio de los servicios de los establecimientos de alojamiento turístico, son moderados y accesibles ya que al estar regulados por el MINTUR no existe un incremento que pueda afectar la economía de los turistas.

10. ¿La Gastronomía que le ofrecen los hoteles de la Provincia de Pastaza le satisfacen?

Tabla 19: Gastronomía en los hoteles de la provincia.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Siempre	46	12,7%	12,7%	12,7%
Casi Siempre	58	16,1%	16,1%	28,8%
Algunas veces	103	28,5%	28,5%	57,3%
Muy pocas veces	82	22,7%	22,7%	80,1%
Nunca	72	19,9%	19,9%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 12: Gastronomía en los hoteles de la provincia.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Con respecto a las 361 encuestas realizadas a los turistas que corresponde al 100%, el 28% mencionan que la gastronomía ofertada en el sector hotelero les satisface algunas veces, un 23% indican que muy pocas veces se sienten a gusto, el 20% de los turistas nunca se sienten complacidos, un 16% está siempre satisfecho y el 13% de turistas casi siempre se sienten conformes con la gastronomía amazónica.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de turistas, manifiesta que la gastronomía ofertada en el sector hotelero de la provincia de Pastaza no cumple con sus expectativas en cuanto a variedad se refiere, esto ha ocasionado la insatisfacción del cliente afectando una de las fuentes de ingreso que posee el sector hotelero.

11. ¿Qué lugares turísticos de la Provincia de Pastaza le atraen más?

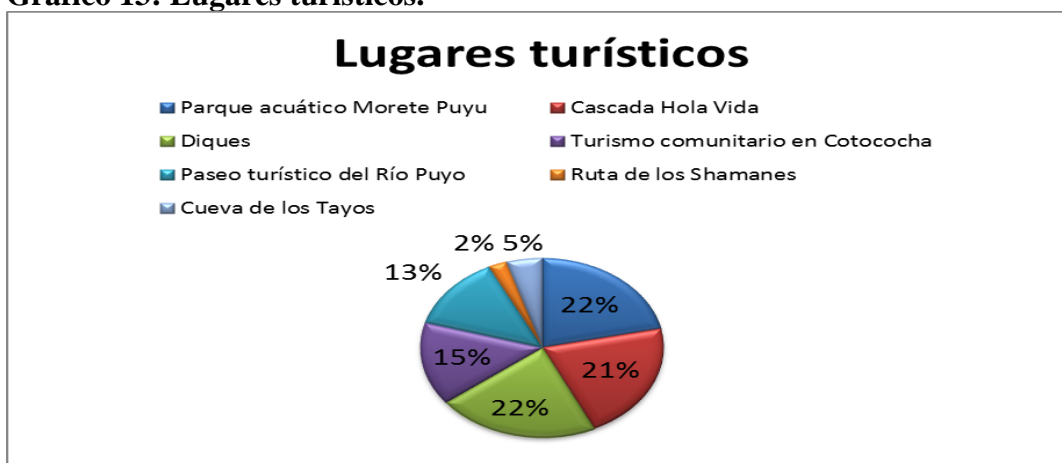
Tabla 20: Lugares turísticos.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Parque acuático Morete Puyu	78	21,6%	21,6%	21,6%
Cascada Hola Vida	77	21,3%	21,3%	42,9%
Diques	78	21,6%	21,6%	64,5%
Turismo comunitario en Cotococha	54	15,0%	15,0%	79,5%
Paseo turístico del Río Puyo	48	13,3%	13,3%	92,8%
Ruta de los Shamanes	9	2,5%	2,5%	95,3%
Cueva de los Tayos	17	4,7%	4,7%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 13: Lugares turísticos.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de la muestra que son 361 turistas, al 22% le atraen lugares turísticos como Parque Acuático Morete Puyo y los Dique que se encuentran establecidos en los diferentes ríos de la provincia, el 21% prefiere visitar la cascada Hola Vida, que se encuentra vía a Macas, el 15% les agrada realizar el Turismo Comunitario en la comunidad de Cotococha, un 13% menciona que el Paseo turístico del Rio Puyo es su atractivo preferido, mientras que con porcentajes bajos la Cueva de los Tayos con 5% y la Ruta de los Shamanes con 2% no son tal populares para ser visitados.

INTERPRETACIÓN

La provincia de Pastaza cuenta con una oferta turística variada, y los turistas en su mayoría visitan, el Parque Acuático Morete Puyo, que tiene piscinas, toboganes, olas artificiales y juegos para niños, los Diques situados en los diferentes cantones de la provincia que son construidos en sus ríos y simulan la apariencia de una piscina natural; además prefieren alejarse un poco de la ciudad y aventurarse a conocer la cascada Hola Vida situada a pocos kilómetros de la ciudad de Puyo, en la cual se puede observar comunidades Quichuas como la de Cotococha.

12. Considera usted que la oferta hotelera de la Provincia de Pastaza es suficiente para el crecimiento turístico provincial.

Tabla 21: Oferta hotelera para el crecimiento turístico provincial

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	20	5,5%	5,5%	5,5%
Muy Bueno	127	35,2%	35,2%	40,7%
Bueno	157	43,5%	43,5%	84,2%
Regular	42	11,6%	11,6%	95,8%
Malo	15	4,2%	4,2%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 14: Oferta hotelera para el crecimiento turístico provincial.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de la muestra que son 361 personas, el 43% consideran que la oferta hotelera en la provincia es buena para el crecimiento turístico provincial, el 35% manifiesta que es muy buena, el 12% indica que es regular, un 6% menciona que es excelente, mientras que el 4% dicen que es mala.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de los turistas, consideran que la oferta hotelera es suficiente para la demanda turística de la provincia de Pastaza, ya que existen 43 establecimientos que cumplen con las disposiciones del Ministerio de Turismo para su categorización y se encuentran en puntos estratégicos de la provincia.

13. ¿Los hoteles le ofrecen promociones?

Tabla 22: Promociones en el sector hotelero.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Siempre	17	4,7%	4,7%	4,7%
Casi Siempre	17	4,7%	4,7%	9,4%
Algunas veces	136	37,7%	37,7%	47,1%
Muy pocas veces	117	32,4%	32,4%	79,5%
Nunca	74	20,5%	20,5%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 15: Promociones en el sector hotelero.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

De 361 turistas encuestados que representa el 100% de la muestra, el 38% nos manifiestan que el sector hotelero algunas veces brindan promociones, el 32% nos dicen que muy pocas veces reciben promociones, el 20% señala que el sector hotelero nunca incluyen promociones en su estadía, mientras que con una igualdad del 5% indican que siempre y casi siempre el sector hotelero brinda ofertas.

INTERPRETACIÓN

Los turistas en su mayoría, indican que el sector hotelero ofrece promociones en ocasiones, estas se dan en temporadas, debido a que los propietarios quieren atraer más clientes pero sin perjudicar su economía.

14. ¿Qué promociones le gustaría que le ofrezcan los hoteles?

Tabla 23: Tipo de promociones

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Paquetes Estudiantiles	112	31,0%	31,0%	31,0%
Paquetes Familiares	165	45,7%	45,7%	76,7%
Paquetes Matrimoniales	61	16,9%	16,9%	93,6%
Paquetes para Adultos Mayores	8	2,2%	2,2%	95,8%
Paquetes Empresariales	15	4,2%	4,2%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 16: Tipo de promociones.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de la muestra que son 361 personas, el 46% nos manifiesta que las promociones que les gustaría que ofrezca el sector hotelero son los paquetes familiares, el 31% menciona que preferiría los paquetes estudiantiles, un 17% les interesaría recibir paquetes matrimoniales, el 4% paquetes empresariales, mientras que el 2% indica que debería ofrecer paquetes para adultos mayores.

INTERPRETACIÓN

A la mayoría de turistas les gustaría que el sector hotelero oferte paquetes familiares, ya que viajan en familia y buscan compartir con sus seres queridos momentos de diversión y distracción. Otra promoción que les gustaría son los paquetes estudiantiles, ya que la provincia tiene una excelente biodiversidad para realizar giras de observación y paseos.

5.2. Resultados de las encuestas realizadas a los administradores o propietarios de la provincia de Pastaza.

1. La mayoría de huéspedes que se hospeda en su hotel son:

Tabla 24: Nacionalidad de los huéspedes

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Nacionales	33	76,7%	76,7%	76,7%
Extranjeros	10	23,3%	23,3%	100,0%
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 17: Nacionalidad de los huéspedes.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

De 43 propietarios del sector hotelero, que representan el 100%, el 77% indica los turistas que se hospedan son de nacionalidad ecuatoriana, mientras que el 23% son extranjeros.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de propietarios indican que la estadía de turistas nacionales es notoria en el sector hotelero, debido a la promoción turística que se hace en las diferentes regiones del país

2. ¿En qué categoría se encuentra su hotel?

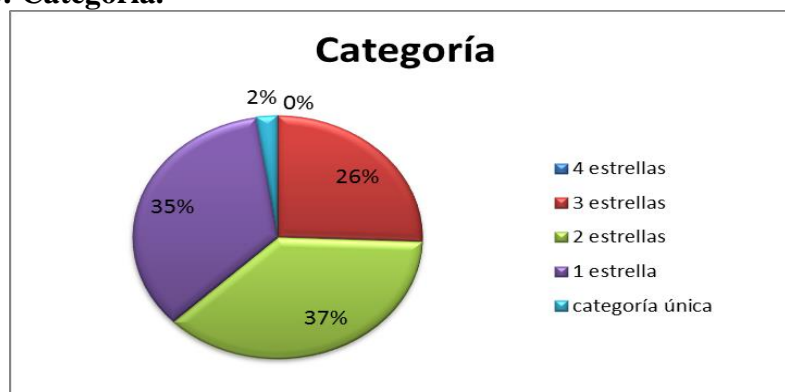
Tabla 25: Categoría.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
4 estrellas	0	0,0%	0,0%	0,0%
3 estrellas	11	25,6%	25,6%	25,6%
2 estrellas	16	37,2%	37,2%	62,8%
1 estrella	15	34,9%	34,9%	97,7%
categoría única	1	2,3%	2,3%	100,0%
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 18: Categoría.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

De los 43 propietarios encuestados que son el 100%, el 37% indican que sus establecimientos de alojamiento están en la categoría de dos estrellas, el 35% tienen una estrella, el 26% cuenta con categoría de tres estrellas, mientras que el 2% corresponde a establecimientos de categoría única.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de propietarios indican que sus establecimientos de alojamiento turístico se encuentran en la categoría de una y dos estrellas, debido a que los mismos no cuentan con capital para innovar sus instalaciones, mejorar los servicios, y cumplir con el reglamento establecido por el Ministerio de Turismo para su categorización.

3. ¿Qué medio publicitario utiliza usted para promocionar su hotel?

Tabla 26: Medios publicitarios.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Televisión	3	7,0%	7,0%	7,0%
Radio	3	7,0%	7,0%	14,0%
Periódico	1	2,3%	2,3%	16,3%
Redes Sociales	24	55,8%	55,8%	72,1%
Ninguno	12	27,9%	27,9%	100,0%
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 19: Medios publicitarios.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

De los 43 propietarios encuestados que representan el 100%, el 56% manifiesta que utilizan las redes sociales para dar a conocer su establecimiento, el 28% no utiliza ningún medio publicitario, tenemos una igualdad del 7% que utilizan radio y televisión, mientras que el 2% lo promocionan mediante anuncios en periódicos.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de propietarios del sector hotelero, promocionan sus establecimientos a través de las redes sociales, los mismos que impulsan el reconocimiento de la oferta hotelera en el ámbito nacional y extranjero, pero también existe una gran parte del sector hotelero que no utilizan ningún medio publicitario para promocionar sus servicios, ya que por la ubicación que poseen no necesitan de promoción alguna.

4. ¿Qué cantidad promedio de turistas recibe al mes?

Tabla 27: Turistas que recibe al mes

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
De 0 a 25	21	48,8%	48,8%	48,8%
De 26 a 50	14	32,6%	32,6%	81,4%
De 51 a 75	4	9,3%	9,3%	90,7%
De 76 en adelante	4	9,3%	9,3%	100,0%
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 20: Turistas que recibe al mes.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

De los 43 propietarios encuestados que representa el 100%, el 49% recibe al mes un promedio de 0 a 25 turistas en los establecimientos de alojamiento, el 33% menciona que hospeda de 26 a 50 personas, mientras que un 9% hospeda de 51 turistas en adelante.

INTERPRETACIÓN

El sector hotelero en su mayoría, hospeda un promedio de 25 turistas al mes, la ocupación promedio ha disminuido debido a que existe un incremento de establecimientos de alojamiento turístico en la provincia de Pastaza.

5. De los siguientes servicios complementarios. ¿Cuál es el que le gustaría implementar en su hotel?

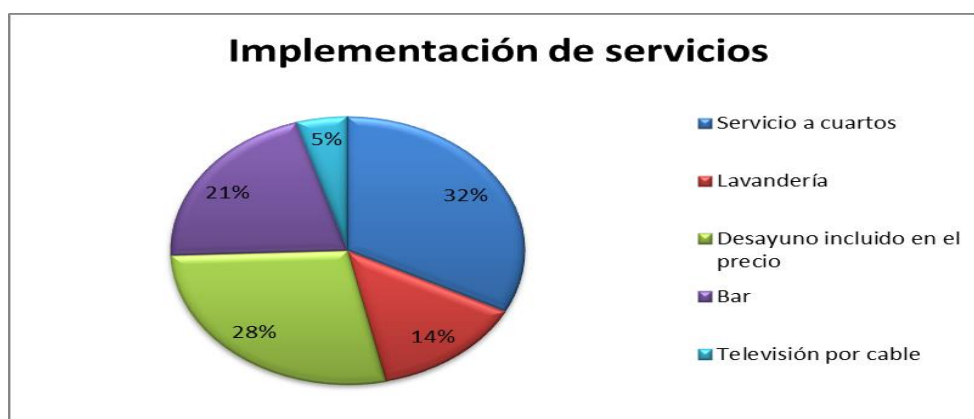
Tabla 28: Implementación de servicios.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Servicio a cuartos	14	32,6%	32,6%	32,6%
Lavandería	6	14,0%	14,0%	46,5%
Desayuno incluido en el precio	12	27,9%	27,9%	74,4%
Bar	9	20,9%	20,9%	95,3%
Televisión por cable	2	4,7%	4,7%	100,0%
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 21: Implementación de servicios.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de las encuestas realizadas a 43 propietarios, el 32% mencionan que les gustaría implementar el servicio a cuartos, el 28% indica que el desayuno incluido en el precio es una buena opción para atraer turistas, el 21% quisiera implementar como servicio adicional un bar, el 14% piensa que sería de gran ayuda una lavandería y el 5% indica que los turistas se sentirían a gusto con el servicio de televisión por cable.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de propietarios, indican que les gustaría implementar el servicio a cuartos, ya que el mismo es innovador y personalizado. El desayuno incluido en el precio es otra buena opción ya que el servicio sería incorporado en el valor total de la estadía de los turistas.

6. ¿Cuáles es el método de pago más utilizado en su hotel?

Tabla 29: Método de pago

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Efectivo	39	90,7%	90,7%	90,7%
Tarjeta de crédito	4	9,3%	9,3%	100,0%
Tarjeta de debito	0	0,0%	0,0%	
Transferencia bancaria	0	0,0%	0,0%	
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 22: Método de pago.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de los propietarios que son 43, el 91% informan que el método de pago más utilizado es el efectivo, un 9% utiliza cobros con tarjetas de crédito, mientras que los pagos con tarjeta de débito y transferencias bancarias no son muy utilizados.

INTERPRETACIÓN

Los propietarios en su mayoría, indican que el método de pago más utilizado es el efectivo, ya que al ser los precios accesibles para los turistas no lo necesitan diferir, aunque algunas personas utilizan tarjetas de crédito por los servicios adicionales que adquieren dentro de un establecimiento de alojamiento.

7. ¿Con qué adaptaciones cuenta su hotel para alojar a personas con capacidades especiales?

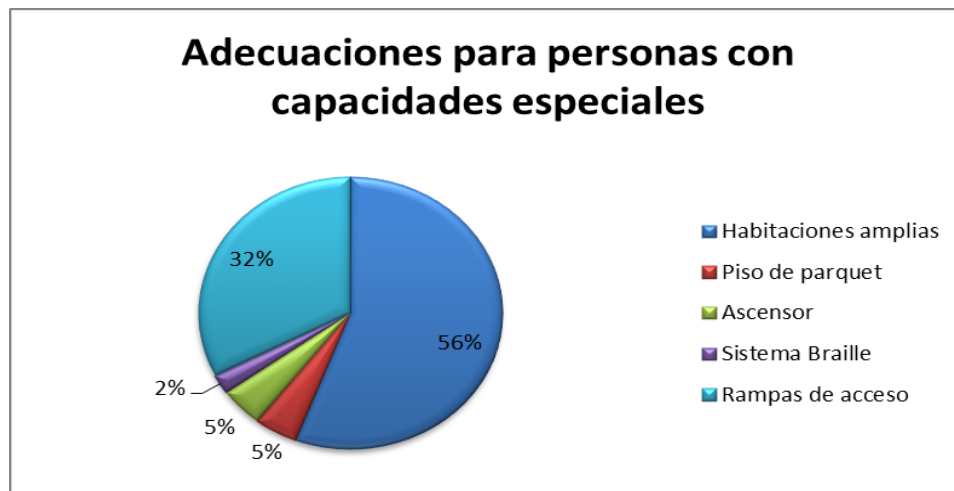
Tabla 30: Adecuaciones para personas con capacidades especiales.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Habitaciones amplias	24	55,8%	55,8%	55,8%
Piso de parquet	2	4,7%	4,7%	60,5%
Ascensor	2	4,7%	4,7%	65,1%
Sistema Braille	1	2,3%	2,3%	67,4%
Rampas de acceso	14	32,6%	32,6%	100,0%
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 23: Adecuaciones para personas con capacidades especiales.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de las encuestas realizadas a los 43 propietarios, el 56% menciona que el sector hotelero cuenta con habitaciones amplias para las personas con capacidades especiales, el 32% han implementado rampas de acceso, con un porcentaje igual del 5% tenemos que los propietarios han instalado piso de parquet y ascensor y el 2% han colocado señalización de sistema braille.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de establecimientos del sector hotelero cuentan con dos adecuaciones para hospedar a personas con capacidades especiales, la primera son habitaciones amplias, las mismas que están adaptadas para su comodidad y movilización, y la otra son las rampas de acceso para que las personas en silla de ruedas puedan ingresar al establecimiento sin dificultad.

8. La mayoría del personal que labora en su hotel, ¿qué nivel de educación tiene?

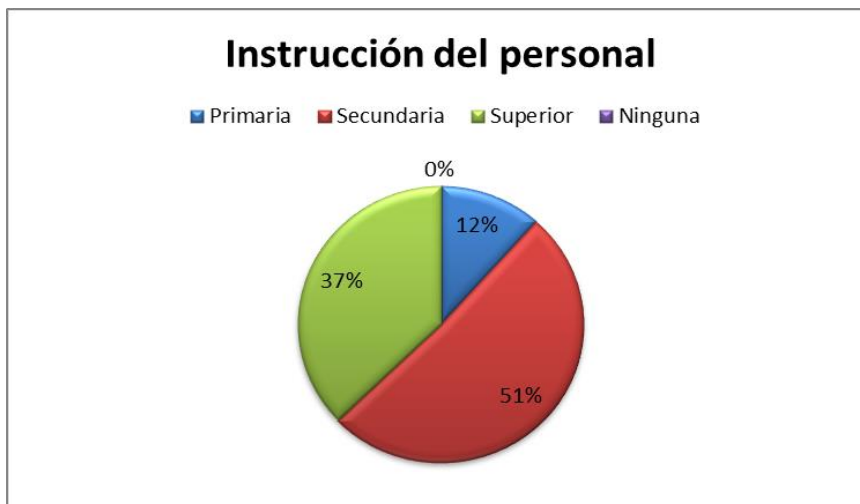
Tabla 31: Instrucción del personal

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Primaria	5	11,6%	11,6%	11,6%
Secundaria	22	51,2%	51,2%	62,8%
Superior	16	37,2%	37,2%	100,0%
Ninguna	0	0,0%	0,0%	
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 24: Instrucción del personal.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

De los 43 propietarios encuestados que representa el 100%, nos manifiesta que del personal que labora en su establecimiento hotelero un 51% tiene instrucción secundaria, el 37% posee un título de educación superior, mientras que un 12% ha culminado con sus estudios primarios.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de propietarios del sector hotelero, indican que contrata personal que tenga instrucción secundaria, porque les dan oportunidad a los bachilleres para prepararse académicamente y que obtengan un título de tercer nivel.

9. ¿Cada que tiempo desarrolla planes de capacitación para el personal?

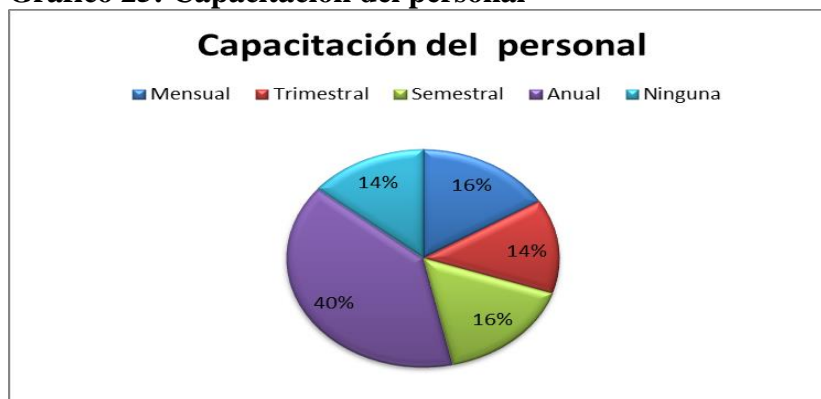
Tabla 32: Capacitación del personal.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Mensual	7	16,3%	16,3%	16,3%
Trimestral	6	14,0%	14,0%	30,2%
Semestral	7	16,3%	16,3%	46,5%
Anual	17	39,5%	39,5%	86,0%
Ninguna	6	14,0%	14,0%	100,0%
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 25: Capacitación del personal



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de los propietarios encuestados que son 43, el 40% brinda capacitaciones al personal anualmente, con 16% tenemos que lo hacen semestral y mensual, mientras que con una igualdad del 14% nos indican que el personal no recibe capacitaciones y si lo hace es trimestralmente.

INTERPRETACIÓN

Los propietarios del sector hotelero, en su mayoría indican que brindan capacitaciones anuales al personal, no lo hacen para mejorar la calidad del personal sino porque es uno de los requisitos establecidos en el reglamento del Ministerio de Turismo para emitir su licencia de funcionamiento.

10. ¿Qué tipo de servicios contrataría usted para mejorar la satisfacción de los clientes?

Tabla 33: Servicios para satisfacer a los clientes

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Traslados de terminal o aeropuerto	9	20,9%	20,9%	20,9%
Convenios con agencias de viajes	16	37,2%	37,2%	58,1%
Tours de convivencia con comunidades	13	30,2%	30,2%	88,4%
Turismo Gastronómico	5	11,6%	11,6%	100,0%
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 26: Servicios para satisfacer a los clientes



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

De 43 propietarios encuestados que representan el 100%, el 37% manifiesta que para mejorar la satisfacción en sus clientes les gustaría tener convenios con agencias de viajes, el 30% quisieran contratar tours de convivencia con comunidades, el 21% ocuparía traslados de terminal o aeropuerto y con un porcentaje del 12% realizaría contrataciones de turismo gastronómico.

INTERPRETACIÓN

Los propietarios de los establecimientos del sector hotelero, en su mayoría indican que les gustaría tener convenios con agencias de viajes, los cuales son intermediarios para poder dar la información necesaria a los turistas acerca de los establecimientos de alojamiento, además les gustaría contratar tours de convivencia con comunidades, para que los turistas conozcan las siete nacionalidades indígenas situadas en la selva amazónica.

11. ¿Qué considera usted que diferencia a su hotel de los otros?

Tabla 34: Factor que diferencia a un hotel de los otros.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Precio	15	34,9%	34,9%	34,9%
Ubicación	17	39,5%	39,5%	74,4%
Servicios	6	14,0%	14,0%	88,4%
Instalaciones	5	11,6%	11,6%	100,0%
Gastronomía	0	0,0%	0,0%	
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 27: Factor que diferencia a un hotel de los otros.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

De los 43 propietarios encuestados que representa el 100%, el 39% nos manifiesta que lo que diferencia a su hotel de los otros es la ubicación que poseen, el 35% indica que el factor que los distingue es el precio, un 14% menciona que son sus servicios y el 12% dice que los turistas los eligen por sus instalaciones.

INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los propietarios del sector hotelero mencionan que uno de los factores que hacen la diferencia, es la ubicación, ya que un grupo considerable de los establecimientos de alojamiento se encuentran cerca de los diversos atractivos turísticos de la provincia de Pastaza.

12. Considera usted que el turismo en la Provincia de Pastaza a:

Tabla 35: Turismo en la Provincia de Pastaza.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Incrementado	9	20,9%	20,9%	20,9%
Mantenido	10	23,3%	23,3%	44,2%
Disminuido	24	55,8%	55,8%	100,0%
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 28: Turismo en la Provincia de Pastaza



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de los encuestados que son 43 propietarios, el 56% manifiesta que el turismo en la provincia de Pastaza ha disminuido, el 23% menciona que se ha mantenido, mientras que el 21% señala que ha incrementado.

INTERPRETACIÓN

Según la mayoría de propietarios, el turismo en la provincia de Pastaza ha disminuido, debido a que la provincia ha estado recibiendo más visitantes que turistas, los primeros son las personas que disfrutan de la oferta turística pero toman otro destino, en cambio los turistas, son considerados aquellos que se hospedan más de una noche en la provincia de Pastaza.

13. ¿Qué factor tomo en cuenta para construir su hotel en la provincia de Pastaza?

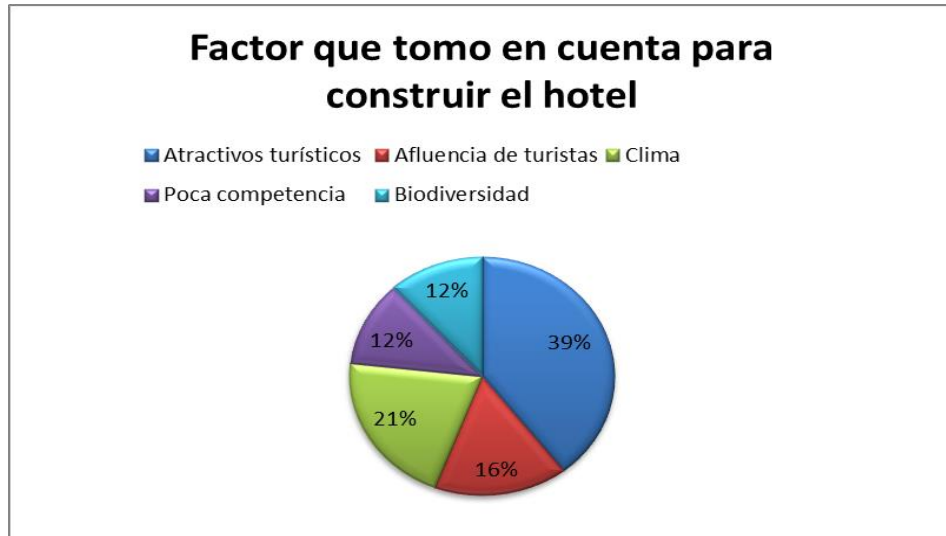
Tabla 36: Factor que tomo en cuenta para construir su hotel

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Atractivos turísticos	17	39,5%	39,5%	39,5%
Afluencia de turistas	7	16,3%	16,3%	55,8%
Clima	9	20,9%	20,9%	76,7%
Poca competencia	5	11,6%	11,6%	88,4%
Biodiversidad	5	11,6%	11,6%	100,0%
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 29: Factor que tomo en cuenta para construir su hotel.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

De los 43 propietarios encuestados que representan el 100%, el 39% nos manifiesta que el principal factor que tomó en cuenta para construir su hotel en la provincia de Pastaza fueron los atractivos turísticos, el 21% nos dice que lo hizo por el clima, el 16% indica que lo construyeron por la afluencia de turistas, mientras que con una igualdad del 12% manifiestan se basaron en la biodiversidad y la poca competencia en la provincia de Pastaza.

INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los propietarios del sector hotelero, construyeron su hotel en la provincia de Pastaza, por la variedad de atractivos turísticos que ésta posee, como diques, cascadas, paseos turísticos entre otros. El clima que brinda, hace que sea una de las provincias más visitadas de la región amazónica, y este también fue uno de los motivos que tomaron en cuenta los propietarios para construir su hotel.

14. ¿Cuál de las siguientes promociones es más solicitado en su hotel?

Tabla 37: Promociones más solicitadas en el sector hotelero

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Paquetes Estudiantiles	10	23,3%	23,3%	23,3%
Paquetes Familiares	17	39,5%	39,5%	62,8%
Paquetes Matrimoniales	6	14,0%	14,0%	76,7%
Paquetes para Adultos Mayores	0	0,0%	0,0%	76,7%
Paquetes Empresariales	10	23,3%	23,3%	100,0%
TOTAL	43	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

Gráfico 30: Promociones más solicitadas en el sector hotelero



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

ANÁLISIS

Del 100% de los propietarios encuestados que son 43, el 40% nos manifiesta que los paquetes más solicitados por los turistas en la provincia de Pastaza son los familiares, los siguientes son los paquetes empresariales y estudiantiles con una igualdad del 23%, mientras que con un porcentaje del 14% nos indican que solicitan paquetes matrimoniales.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de propietarios indican que las promociones más solicitadas en los establecimientos de alojamiento, son los paquetes familiares, ya que la mayor parte de personas que llegan a disfrutar de la oferta turística lo hacen junto a sus seres; aunque cabe recalcar que también acuden estudiantes y empresarios, a pasar sus vacaciones, a realizar giras de observación y pasar momentos de integración.

5.3. Resultado de las entrevistas.

INFORME DE ENTREVISTAS.

El día viernes 20 de enero del 2017, se realizaron las entrevistas a los Coordinadores de Turismo de los diferentes cantones de la provincia de Pastaza y a los representantes del MINTUR y CAPTUR Pastaza, los mismo que se encontraban en una reunión técnica de la Mesa de Turismo de Pastaza, organizada por el Ministerio de Turismo, en la cual se dió apertura para conocer su opinión acerca del tema de investigación: “La Calidad del Servicio del Sector Hotelero en el Desarrollo Turístico de la Provincia de Pastaza”.

- Los coordinadores de turismo de la provincia de Pastaza concuerdan que la calidad del servicio que ofertan los establecimientos de alojamiento deben mejorar, especialmente los hostales y hoteles ya que la calidad brindada en el servicio no cumple con las expectativas de los turistas por tal motivo se encuentran categorizados entre una y dos estrellas.
- Cuando los turistas llegan a la provincia a conocer y disfrutar de la oferta turística, efectivamente la calidad del servicio que ofrece el sector hotelero influirá en el desarrollo turístico, ya que la hotelería al ser parte de la cadena productiva del turismo y dinamizar la economía local con la generación de empleos en el sector hotelero, el turista al recibir momentos placenteros en su estadía no solo retornaran a la provincia, sino también serán referentes para

futuros clientes y esto hará que se incremente el turismo en la provincia de Pastaza, y por ende mejore la economía de la localidad.

- La categorización de los establecimientos de alojamiento es otorgada por el Ministerio de Turismo en base al reglamento de alojamiento turístico, la categoría de tres estrellas, en su mayoría la tienen las hosterías, ya que estas cuentan con servicios personalizados, áreas verdes y mejores instalaciones; los hoteles y hostales reciben la categorización de una y dos estrellas debido a las bajas condiciones de infraestructura y servicio.
- Una mínima parte de turistas es extranjera debido a que no existe una operadora que brinde información de la oferta hotelera y turística en medios internacionales, es por tal motivo que los turistas extranjeros deciden realizar turismo en otros países como Perú, Bolivia y Colombia, países que cuentan con la diversidad natural y cultural como Ecuador.
- La diferencia entre un visitante y un turista es, que el visitante realiza excursiones dentro de la provincia, consume las oferta turísticas pero no se hospeda en un establecimiento de alojamiento, es decir el mismo día al culminar sus actividades decide dejar el lugar, en cambio el turista, realiza las mismas acciones que los visitantes, pero pasan más de 24 horas en el mismo lugar y ocupan el servicio de hospedaje.
- La Directora de Turismo del GAD de Pastaza, y los Técnicos de Turismo del cantón Pastaza y Arajuno, concuerdan que el turismo en la provincia ha disminuido considerablemente debido a que el sector hotelero no cuenta con una adecuada infraestructura que cumpla con las expectativas de los turistas que se hospeden en la provincia, ya que los turistas nacionales son muy exigentes cuando se refiere a servicios. Cabe recalcar que este decremento también se debe a la situación económica que está atravesando el país, motivo suficiente para que las personas decidan quedarse en sus lugares de origen y no visitar la provincia de Pastaza.

- El mantenimiento de los atractivos turísticos públicos de la provincia de Pastaza, están a cargo de los GAD's cantonales, mientras que los atractivos turísticos privados necesitan de inversión propia para su creación y cuidado.

5.4. ANÁLISIS E INTREPRETACIÓN GENERAL DE RESULTADOS

- Existen varias alternativas para llegar a la provincia de Pastaza, el transporte público es una de las opciones más utilizadas por los turistas, debido al bajo costo y la comodidad que ofrecen las cooperativas de transporte interprovinciales, además las vías han mejorado considerablemente, pero existe algunos inconvenientes al momento de viajar, ya que no se ha realizado una gestión para el mantenimiento constante de las mismas donde existen baches o poca señalización de zonas peligro o deslaves.
- La calidad del servicio del Sector Hotelero, no alcanza la excelencia en la provincia de Pastaza, debido a que las instalaciones, el espacio y el equipamiento del establecimiento no cumplen con las expectativas de los turistas, otro factor es que los propietarios consideran a la capacitación del personal como un gasto y no como una inversión, y es por tal motivo que el turista no se siente satisfecho con el servicio brindado por la oferta hotelera.
- La apreciación de los coordinadores de turismo concuerda con la opinión de los turistas y de los propietarios del sector hotelero, mencionando que la calidad de los servicios hoteleros es medianamente aceptable para los turistas y básicamente las categorías dentro de la provincia van solo de una y dos estrellas, indicando que la oferta hotelera en cuanto se refiere a calidad, es limitada.
- La oferta hotelera de la provincia de Pastaza no es promocionada internacionalmente, debido a que las entidades públicas y los propietarios de

los establecimientos de alojamiento consideran que la oferta hotelera se da a conocer por si sola sin utilizar algún medio de comunicación.

- Algunos de los atractivos turísticos con los que cuenta la provincia de Pastaza son Parque Acuático Morete Puyu, Cascada Hola Vida y los Diques, los cuales se encuentran establecidos en los diferentes cantones de la misma, pero al no encontrar la señalética adecuada para poder llegar a los diferentes atractivos turísticos, algunos de ellos no son tan conocidos ni visitados.

5.5. Verificación de la hipótesis

Para poder verificar la hipótesis planteada utilizaremos el chi cuadrado que su simbología es X^2 , esta fórmula nos ayudara a relacionar las variables.

Fórmula

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O - E)^2}{E}$$

5.5.1. Planteamiento de la hipótesis

Hipótesis nula

Ho: La Calidad del Servicio del Sector Hotelero no influye en el Desarrollo Turístico de la Provincia de Pastaza.

Hipótesis alterna

Ha: La Calidad del Servicio del Sector Hotelero influye en el Desarrollo Turístico de la Provincia de Pastaza.

5.5.2. Método Matemático

$$H_0 = O = E \longrightarrow O - E = 0$$

$$H_a = O \neq E \longrightarrow O - E = 0$$

5.5.3. Nivel de significancia y grado de libertad

$\alpha = 0,05$

$$gl = (nc - 1) (nf - 1)$$

$$gl = (5 - 1) (2 - 1)$$

$$gl = (4) (1)$$

$$gl = 4 \rightarrow X^2_{\alpha} = 9,49 \text{ Chi Tabulado}$$

5.4.4. Simbología

α = Margen de error

gl = Grado de libertad

nf = Número de filas

nc = Número de columnas

X^2_t = Chi cuadrado tabulado a nivel de significancia

5.5.5. Estadístico de prueba

Simbología

X^2 = Valor a calcularse de chi cuadrado

O = Frecuencia observada

E = Frecuencia esperada

$$fe = \frac{(TC) (TF)}{TM}$$

Fe = Frecuencia esperada

TC = Total de columnas

TF = Total de filas

TM= Total de muestra

5.5.6. Frecuencias Observadas, Encuestas

¿Cómo califica usted la calidad en el servicio del hotel?

Calidad en el servicio.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	18	5,0%	5,0%	5,0%
Muy Bueno	77	21,3%	21,3%	26,3%
Bueno	164	45,4%	45,4%	71,7%
Regular	81	22,4%	22,4%	94,2%
Malo	21	5,8%	5,8%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

Fuente: Encuestas.

¿Considera usted que la oferta hotelera de la Provincia de Pastaza es suficiente para el crecimiento turístico provincial?

Oferta hotelera para el crecimiento turístico provincial

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE REAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	20	5,5%	5,5%	5,5%
Muy Bueno	127	35,2%	35,2%	40,7%
Bueno	157	43,5%	43,5%	84,2%
Regular	42	11,6%	11,6%	95,8%
Malo	15	4,2%	4,2%	100,0%
TOTAL	361	100%	100%	

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

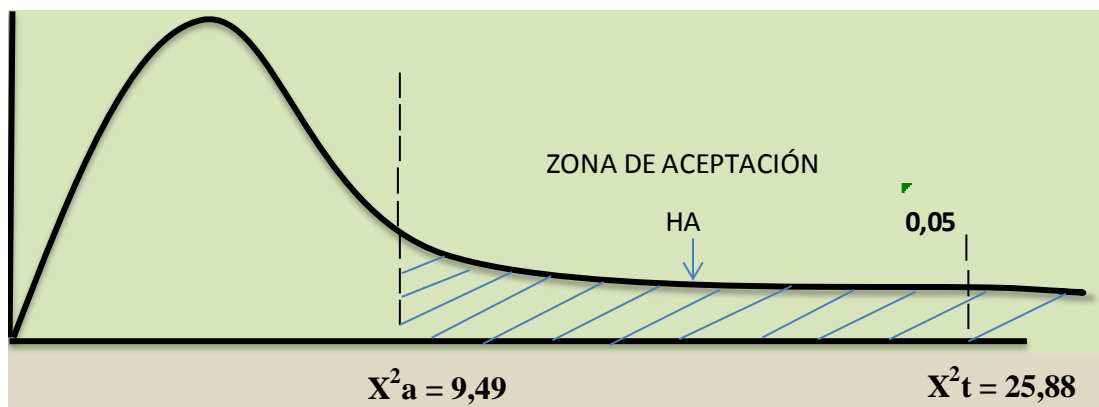
Fuente: Encuestas.

VALORES REALES						
POBLACION	ALTERNATIVAS					TOTAL
	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	
Calidad en el servicio	18	77	164	81	21	361
Crecimiento Turístico	20	127	157	42	15	361
TOTAL	38	204	321	123	36	722

FRECUENCIA ESPERADA					
POBLACION	ALTERNATIVAS				
	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
Calidad en el servicio	19,0	102,0	160,5	61,5	18,0
Crecimiento Turístico	19,0	102,0	160,5	61,5	18,0

Una vez obtenidas las frecuencias esperadas, se aplica la siguiente formula:					
$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$	O	E	O - E	(O - E) ²	(O - E) ² E
	CALIDAD EN EL SERVICIO E	18	19,0	-1,0	1,00
CALIDAD EN EL SERVICIO (MB)	77	102,0	-25,0	625,00	6,13
CALIDAD EN EL SERVICIO (B)	164	160,5	3,5	12,25	0,08
CALIDAD EN EL SERVICIO R	81	61,5	19,5	380,25	6,18
CALIDAD EN EL SERVICIO (M)	21	18,0	3,0	9,00	0,50
CRECIMIENTO TURISTICO E	20	19,0	1,0	1,00	0,05
CRECIMIENTO TURISTICO (MB)	127	102,0	25,0	625,00	6,13
CRECIMIENTO TURISTICO (B)	157	160,5	-3,5	12,25	0,08
CRECIMIENTO TURISTICO R	42	61,5	-19,5	380,25	6,18
CRECIMIENTO TURISTICO (M)	15	18,0	-3,0	9,00	0,50
				x2 =	25,88

5.5.7. Verificación de la Hipótesis



$$X^2_a = 9,49$$

$$X^2_t = 25,88$$

5.5.8. Regla de Decisión

Si X^2_t es $\geq X^2_a$; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Con los valores obtenidos podemos asegurar que cumple con la condición ya que:
 $25,88 \geq 9,49$

5.5.9. Conclusión de la Verificación de Hipótesis

Al culminar la prueba de hipótesis chi cuadrado se llega a la conclusión que cumple con la condición $X^2_t \geq X^2_a$, es por tal motivo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto “ La Calidad del Servicio del Sector Hotelero influye en el Desarrollo Turístico de la Provincia de Pastaza.

6. CONCLUSIONES

- La calidad del servicio del sector hotelero es un aspecto clave para impulsar el desarrollo turístico en la provincia de Pastaza, y para mejorar la misma debe existir una coordinación entre los diferentes departamentos que conforman un establecimiento de alojamiento, esto no quiere decir que todos los hoteles tengan la misma línea de actuación, por el contrario se ha identificado que las preferencias de los clientes en base a la calidad global del servicio.
- Los estudios que han medido la calidad de servicio en el sector hotelero, han determinado una serie de atributos que son tomados en cuenta por los turistas, como los aspectos tangibles del establecimiento de alojamiento, esto se refiere a las instalaciones, la presentación de los colaboradores y la imagen del establecimiento; los relacionados con la fiabilidad, como la seguridad que tienen el cliente de que el establecimiento de alojamiento cumpla con lo ofrecido; y los relacionados con el desempeño de los colaboradores iniciando con un trato cordial y profesionalidad en sus funciones.
- Mediante una encuesta realizada a los turistas en la provincia de Pastaza, acerca de su percepción sobre la calidad del servicio que ofrece el sector hotelero, el resultado es poco alentador, ya que el mismo no alcanza la excelencia debido a que las instalaciones, el espacio, los servicios complementarios no cumplen con las expectativas de los turistas; otro factor es que los propietarios consideran a la capacitación del personal como un gasto y no como una inversión es por tal motivo que los turistas no se sienten satisfechos con el servicio brindado por la oferta hotelera, ocasionando no solo una disminución en el sector hotelero sino también en el turismo provincial.
- El sector hotelero de la provincia de Pastaza, ha crecido considerablemente, y al no contar con un modelo de gestión de calidad, el servicio que es ofertado

no es de entera satisfacción para el turista, siendo este el motivo por el cual existen referencias negativas hacia futuros clientes, desmotivación en los colaboradores y una imagen poco agradable del sector.

7. RECOMENDACIONES

- Mejorar la calidad del servicio del sector hotelero mediante el modelo de gestión de Malcolm Baldrige (MB), mejorando la infraestructura y capacitando al personal, para que de esta manera haya satisfacción en los turistas con los servicios que reciben y esto genere un aporte al desarrollo turístico provincial, generando fuentes de empleo en diversos sectores.
- Incrementar la gestión por parte de las entidades públicas para que realicen un debido mantenimiento de las vías de acceso a la provincia, ya que las carreteras son buenas pero existen ciertos tramos con baches, además se debería implementar la señalética adecuada en zonas de deslaves, los cuales son impredecibles ya que son ocasionados por cuestiones del clima y de la naturaleza.
- Promocionar la oferta hotelera mediante el internet, ya que es una de las herramientas más utilizadas a nivel mundial, y mediante las operadoras de turismo nacionales e internacionales, las cuales ayudaran a los turistas a conocer la oferta hotelera de la provincia de Pastaza.
- Implementar señalética de los atractivos turísticos situados en los diferentes cantones, ya que ayudaran a conocer la oferta turística y esto generará afluencia de turistas beneficiando directamente al crecimiento turístico provincial.

8. PROPUESTA

TEMA

“Modelo de gestión de calidad basado en el método de Malcolm Baldrige para mejorar la calidad del servicio del sector hotelero de la provincia de Pastaza.”

8.1. ANTECEDENTES

Una vez conocida la situación actual del sector hotelero en la provincia de Pastaza, se ve la necesidad de proponer un Modelo de Gestión de Calidad, el mismo que ayudará a mejorar la calidad de los servicios de los establecimientos de alojamiento, y por ende impulsará el desarrollo turístico en la provincia.

Malcolm Baldrige nació en Nebraska, se graduó en la universidad de Yale, ejecutó funciones importantes en la política comercial de Estados Unidos e implementó políticas de comercio con China, India y la Unión Soviética. (Carreto Pérez, 2003)

El Modelo de Malcolm Baldrige es utilizado como referencia para evaluar la calidad y el desempeño en las organizaciones, cada año en Estados Unidos se entregan premios a las organizaciones que han mejorado los factores de rendimiento que son evaluados según el modelo. (Valenzuela & Rosas, 2012)

El Modelo de Malcolm Baldrige consiste en realizar una autoevaluación dentro de las organizaciones para innovar la gestión administrativa, mejorar la comunicación y el desempeño de sus colaboradores, esto fortalecerá las metas propuestas por la organización; en caso de no haber buenos resultados el modelo propone realizar una retroalimentación. (Villagra Villanueva, 2006)

El modelo MB, se basa en siete factores de rendimiento para mejorar la gestión de la calidad en las organizaciones, los cuales son: Liderazgo, planeamiento estratégico, enfoque hacia el cliente y el mercado, analizar la información, enfoque al personal de la organización, diseño de procesos y resultados de la organización.

8.2. OBJETIVOS

8.2.1. OBJETIVO GENERAL

“Implementar el Modelo de gestión de calidad basado en el método de Malcolm Baldrige para mejorar la calidad del servicio del sector hotelero de la provincia de Pastaza.”

8.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las falencias en el servicio del sector hotelero.
- Desarrollar los factores de rendimiento del modelo de gestión en el sector hotelero de la provincia de Pastaza.
- Aplicar el modelo Malcolm Baldrige para mejorar la calidad del servicio del sector hotelero de la provincia de Pastaza.

8.3. JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta ayudará al sector hotelero a mejorar los servicios que oferta, mediante un modelo de gestión de calidad, el mismo que brinda conocimientos acerca de los factores que se debe corregir para que de esta manera los establecimientos de alojamiento brinden servicios de calidad.

El modelo de Malcolm Baldrige es importante debido a que toma en cuenta valores sobre la calidad, es una herramienta que ayudará al sector hotelero a ser más competitivo no solo nacional sino internacionalmente, cumpliendo las expectativas y satisfaciendo las necesidades de los turistas, mejorando varios factores como la infraestructura, la capacitación al personal, los servicios entre otros, que deben ser tomados en cuenta por los propietarios para así llegar a la excelencia.

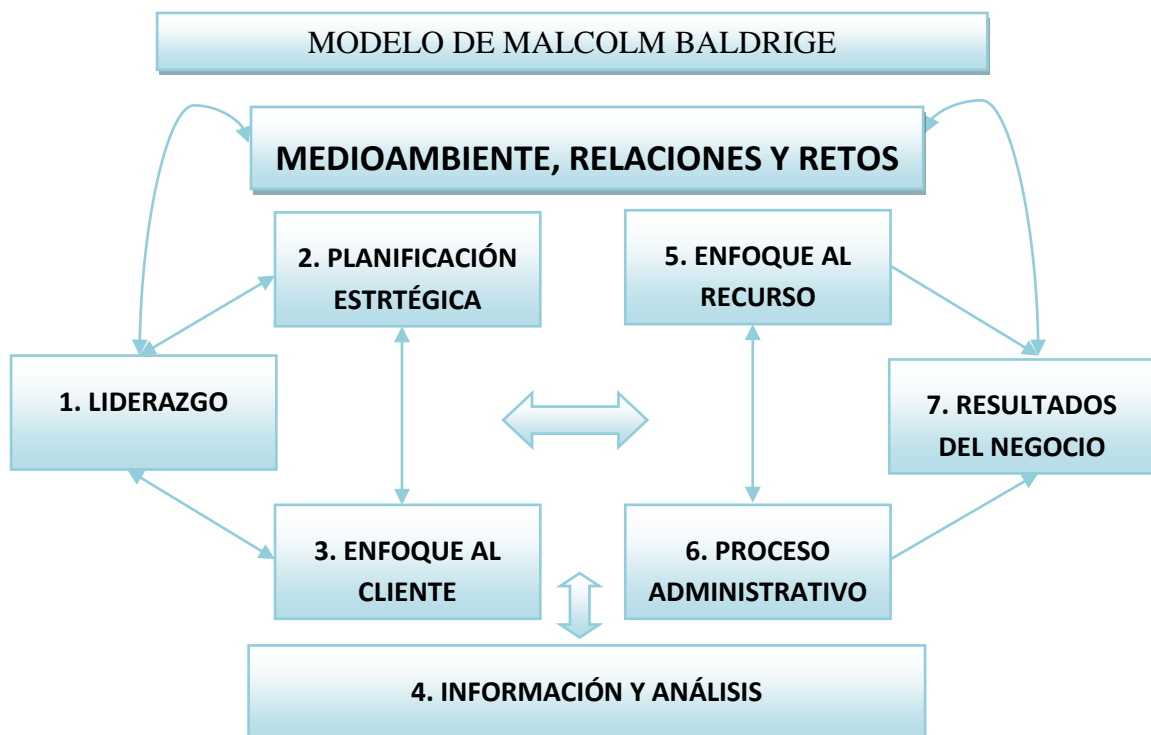
Los principales beneficiarios de la propuesta serán los propietarios de los establecimientos del sector hotelero de la provincia de Pastaza, ya que la investigación muestra las necesidades que posee dicho sector, las cuales deben ser

mejoradas para poder satisfacer a los turistas y sean ellos los portavoces a futuros clientes, quienes ayudarán al crecimiento turístico provincial.

Con este modelo de gestión, los establecimientos del sector hotelero que no pudieron cumplir con las normas establecidas por el Ministerio de Turismo para que se les otorgue el certificado y la categorización, puedan conseguirlos mediante una reestructuración de sus instalaciones, servicios y recursos humanos.

El modelo de gestión que se propone es de gran ayuda según los expertos del turismo, ya que no existe el modelo MB (Malcolm Baldrige) aplicado en el sector hotelero, es por tal motivo que este proyecto es innovador ya que ayudará a mejorar la calidad del servicio de establecimientos hoteleros en otras provincias.

Ilustración 5: Modelo de Gestión de Calidad de Malcolm Baldrige.



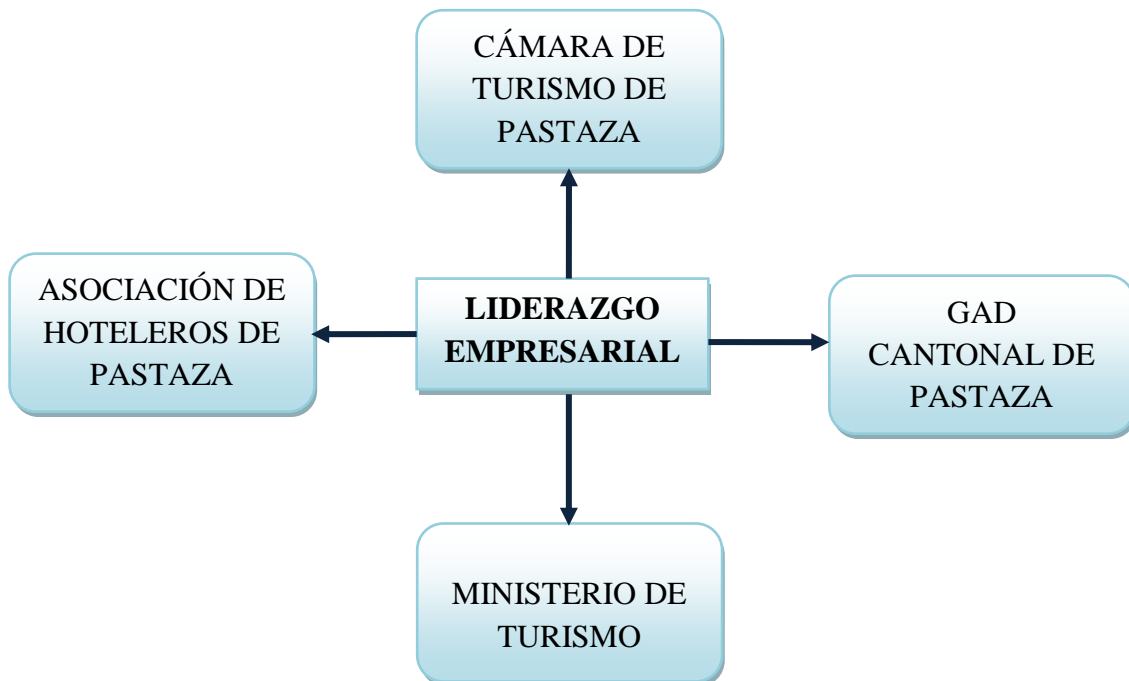
Fuente: (National Institute of Standards and Technology, 2008)

Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017).

8.3.1. Liderazgo.

En este factor, se analiza como los propietarios de los establecimientos del sector hotelero dan a conocer al personal la misión, visión y valores corporativos de la misma y como la mantienen en lo que se refiere a servicios e infraestructura para poder brindar un servicio de calidad a los turista. Un liderazgo de las entidades públicas que se encuentran a cargo del sector hotelero conducirá a tener oportunidades de rendimiento empresarial para los propietarios de los establecimientos de alojamiento y al personal del mismo.

Ilustración 6: Cuadro de Liderazgo.



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

El liderazgo empresarial va aplicado en el sistema hotelero de la provincia de Pastaza, en la Cámara de Turismo, el GAD Cantonal, el Ministerio de Turismo y la Asociación de Hoteleros de Pastaza, quienes son líderes en el proceso de una gestión de calidad que oriente a la mejora continua en el servicio hotelero, motivando a los colaboradores del sector, mejorando el clima laboral e incrementado los beneficios del sector.

8.3.2. Planificación estratégica.

En este factor, se evaluarán los objetivos trazados por las organizaciones y el grado de cumplimiento que tienen el personal, esto se evidenciará en la satisfacción de los turistas, la eficacia del personal, calidad de la infraestructura, competitividad del sector y las relaciones entre empleado y empleador, esto se lo puede analizar mediante la utilización de un Plan Operativo Anual (POA), para conocer la efectividad con la que es cumplida los objetivos del equipo de liderazgo y mejorar la calidad del servicio del sector hotelero.

8.3.3. Enfoque al cliente.

En este factor, el sector hotelero deberá valorar cada una de las expectativas de los clientes, ya que todo gira a su alrededor, si el cliente está satisfecho el establecimiento de alojamiento se posicionará en la mente del turista y por ende tendrá recomendaciones hacia futuros clientes. La innovación es un punto clave para cumplir con las exigencias de los turistas nacionales y extranjeros, ya que cada uno tiene diferentes preferencias en cuanto a servicio se trata.

Ilustración 7: Enfoque Cliente



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

8.3.4. Información y análisis

En este factor, se analiza la información sobre los aspectos que se deben mejorar en el sector hotelero según la apreciación de los turistas y los propietarios de los establecimientos de alojamiento, mediante una evaluación de cumplimiento de objetivos, mejorando el desempeño e impulsando a que los establecimientos busquen tener una mejor categoría.

Después de analizar el progreso de cada uno de los factores de rendimiento se realizará una retroalimentación, en la cual se corregirá errores para ayudar a cumplir los objetivos trazados por los establecimientos de alojamiento.

8.3.5. Enfoque al Recurso Humano

El recurso humano es de gran importancia para cualquier establecimiento porque son ellos quienes se encargan de brindar el servicio, los mismos son la carta de presentación en las organizaciones y si el ambiente laboral es bueno será más fácil cumplir con los objetivos. El sector hotelero además de brindar capacitaciones a su personal para mejorar la calidad del servicio y la atención al cliente deben enfocarse en tener motivados a su personal, así como también tener bien determinadas las funciones a cada uno de sus colaboradores.

Recurso Humano: prestadores de servicios turísticos (Gerente y personal)

Recursos Materiales (materiales de oficina)

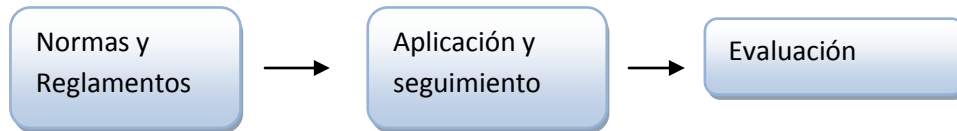
Recursos Económicos (Autogestión con el equipo de liderazgo)

8.3.6. Proceso administrativo

Este factor, se enfoca en cada uno de los procedimientos que se debe mejorar dentro del sector hotelero, la capacitación al personal debe ser permanente ya que el entorno en el que vivimos es muy dinámico y está en constante cambio, a los cuales el personal se debe adaptar; la infraestructura debe estar en excelentes condiciones porque es lo más apreciado por los turistas desde sus instalaciones hasta sus

servicios. Después de haber mejorado esos aspectos el sector hotelero tendrá la plena satisfacción del cliente, su fidelización y una mejor categoría del establecimiento.

Ilustración 8: Proceso



Elaborado por: Silva, M. y Albán, J. (2017)

8.3.7. Resultados de la aplicación del modelo de gestión de calidad

Después de haber mejorado los factores de rendimiento basado en el modelo de Malcolm Baldrige, el sector hotelero de la provincia de Pastaza, se beneficiará en el incremento de su rentabilidad, el desarrollo personal y profesional de sus colaboradores, mejorar la calidad del servicio hacia los turistas, innovar los aspectos físicos de los establecimientos del sector hotelero e impulsar a mejorar su categorización.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilo, E. (1996). Evolucion y expectativas de la actividad turistica. *Introducción a la economía del Turismo en España*, 12-15.
- Altamirano, H. (2014). *La calidad del servicio Hotelera y su incidencia en la satisfacción al cliente en la ciudad de Baños de Agua Santa*. Baños.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Brocka, B., & Brocka, M. S. (1992). *Quality Managment: Implementing the best ideas of the masters*. Buenos Aires: Richard D. Irwin.
- Callan, R. J. (1997). *An attributional approach to hotel selection. Part 1. The managers' perceptions. Part 2. The Customers' perception*. Manuscrito No Publicado.
- Castro, M. (2003). *El proyecto de investigación y su esquema de laboración*. Caracas: Uyapal.
- Cavaco, C. (1996). *Turismo rural y desenvolvimento local*. Sao Paulo.
- Delgado, A. (2010). *Análisis y Propuesta en la Calidad del Servicio al Cliente*. Baños: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Dorado, J. A. (2011). *Dirección de alojamientos turísticos*. Madrid: Editorial SINTESIS S.A.
- El Comercio. (30 de septiembre de 2015). Siete datos sobre el desarrollo Turístico de Ecuador. *Actualidad*, pág. 1.
- Falces, C., Sierra, B., Becerra, A., & Briñol, P. (1999). Hotelqual: una escala para medir la calidad percibida en servicios de alojamiento. *Estudios Turísticos*, 95-110.
- Fernández, M. T., & Cuadrado, R. (s.f.). *La Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Hotelero: Revisión de la Literatura Científica*. Murcia: ISSN.
- Garcia Buades, E. (2001). *Calidad del servicio en hoteles de Sol y playa*. España: SINTESIS S.A.
- Gestiopolis. (05 de Julio de 2011). *Calidad del servicio en el área de alojamiento hotelero*. Obtenido de Calidad del servicio en el area de alojamiento hotelero: <http://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/>

- González Reina, S. (2002). *Manual de redacción e investigación documental*. 4a. ed. México: Trillas.
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hitt, M., Duan, E., & Hoskisson, R. (1998). *Administración Estratégica Competitividad y Globalización*. México: Cengage Learning.
- Jiménez, L. (2013). *Ecoturismo: Oferta y desarrollo sistémico regional*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Juliá, M., & Porsche, F. (2002). *Gestión de la Calidad Aplicada a Hostelería y Restauración*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN S.A.
- Lledó, P. (2013). *Administración de proyectos: EL ABC para un Director de proyectos exitoso*. Canadá: Pearson.
- López, C., & Serrano, A. (2001). Dimensiones y mediación de la calidad del servicio en empresas hoteleras. *Revista Colombiana de Marketing*, 1-13.
- Martinez-Tur, V. (1998). *Características y gestión de las instalaciones deportivas y sus implicaciones sobre la satisfacción y el comportamiento de los usuarios*. Valencia: Tesis Doctoral.
- Mestres Soler, J. (1999). *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Ministerio de Turismo. (30 de Diciembre de 2014). *Resumen 2014*. Obtenido de Turismo Ecuatoriano, en su mejor momento: www.turismo.gob.ec/resumen-2014-turismo-ecuatoriano-en-su-mejor-momento/
- Ministerio de Turismo. (2016). *Catastro Hotelero de Pastaza al 2015*. Puyo.
- MINTUR. (2010). *PLANDETUR 2020*. Quito.
- MINTUR. (2015). *Base de datos del turismo nacional y extranjero*. Puyo: N/A.
- MINTUR. (2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Quito: Registro Oficial No 645 de 24 marzo del 2015.
- National Institute of Standards and Technology. (16 de Septiembre de 2008). *Frequently Asked Questions about the Malcolm Baldrige National Quality Award*. Obtenido de http://www.nist.gov/public_affairs/factsheet/baldfaq.htm

- Oberoi, U., & Hales, C. (1990). Assessing the Quality of the Conference Hotel Service Product: towards an empirically based model. *The Service Industries Journal*, 700-721.
- Olorunniwo, F., Hsu, M., & Udo. (2006). Service Quality, customer satisfaction and behavioral intentions in the service factory. *Journal of services MARKeting*, 59-72.
- PNUD. (2014). *Estudio de Mercado para la Dinamización y Diversificación de la Oferta Turística Sostenible en la Amazonía*. Quito.
- Revista La Barra. (24 de Agosto de 2012). *La Barra*. Obtenido de <http://revistalabarra.com/ediciones/ediciones-2012/edicion-53/especial-hoteleria-y-turismo/certificaciones-para-el-sector-hotelero.htm>
- Universidad Estatal Amazónica. (2014). *Perfil del Turista*. Puyo.
- Valderrama, S. (2012). *Tutoría de Investigación*. Lima: San Marcos.
- Ventimilla, G. (2008). *Estudio de evaluación de la Calidad de los Servicios Turísticos de la ciudad del Puyo en la Provincia de Pastaza*. Puyo: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Villagra Villanueva, J. A. (6 de Octubre de 2006). *PRAXIS*. Obtenido de www.praxis.com.pe/portal/sites/default/files/m_baldrige_2006.pdf
- Witcher, B. (1995). The Changing Scale of Total Quality Management. *Quality Management Journal*, 9-29.
- WWF. (2001). *Directrices para el Desarrollo del Turismo Comunitario*. Suiza.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta dirigida a Turistas en la Provincia de Pastaza.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



ENCUESTA

DIRIGIDO A: Turistas en la provincia de Pastaza.

OBJETIVO: Recolectar información sobre la Calidad del Servicio del sector Hotelero en el desarrollo turístico de la Provincia de Pastaza.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada una de las preguntas que a continuación se presentan y marque con una X la de su elección.

INFORMACIÓN GENERAL

Género

Masculino

Femenino

Nacionalidad

Ecuatoriano

Extranjero

1. ¿Cuál es el motivo de su visita a la Provincia de Pastaza?

Vacaciones

Negocios

Estudios

Visita a familiares

Turismo

2. ¿Qué tipo de transporte utilizó para llegar a la Provincia de Pastaza?

Transporte Público

Transporte Privado

Transporte Propio

Transporte Aéreo

Transporte Fluvial

3. ¿Considera usted que el estado de las vías de acceso a la provincia de Pastaza es?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

4. ¿Qué considera usted para elegir un hotel?

- Precio
- Ubicación
- Instalaciones
- Servicios
- Nombre del Hotel

5. ¿Cómo se enteró de la oferta hotelera de la Provincia de Pastaza?

- Internet
- Recomendación de otros turistas
- Recomendación de Familiares
- Anuncios publicitarios
- Agencias de viajes

6. ¿Cómo califica usted la calidad en el servicio del hotel?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

7. ¿Cómo considera usted las instalaciones de los hoteles?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

8. ¿El espacio y el equipamiento de la habitación es?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

9. Los precios de los servicios de los hoteles en la Provincia de Pastaza son:

- Muy altos
- Altos
- Moderados
- Bajos
- Muy bajos

10. ¿La Gastronomía que le ofrecen los hoteles de la Provincia de Pastaza le satisfacen?

- Siempre
- Casi Siempre
- Algunas veces
- Muy pocas veces
- Nunca

11. De las siguientes actividades turísticas. ¿Cuál le gustaría que le ofrezcan los hoteles?

- Ecoturismo
- Paquetes turísticos personalizables
- Turismo gastronómico
- Deportes extremos
- Tours culturales

12. ¿Qué lugares turísticos de la Provincia de Pastaza le atraen más?

- Parque acuático Morete Puyu
- Cascada Hola Vida
- Diques
- Turismo comunitario en Cotococha
- Paseo turístico del Río Puyo
- Ruta de los Shamanes
- Cueva de los Tayos

13. Considera usted que la oferta hotelera de la Provincia de Pastaza es suficiente para hacer turismo.

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

14. ¿Los hoteles le ofrecen promociones?

- Siempre
- Casi Siempre
- Algunas veces
- Muy pocas veces
- Nunca

15. ¿Qué promociones le gustaría que le ofrezcan los hoteles?

- Paquetes Estudiantiles
- Paquetes Familiares
- Paquetes Matrimoniales
- Descuentos
- Servicio de transporte puerta a puerta

Anexo 2: Encuesta dirigida a propietarios o administradores de hoteles de la Provincia de Pastaza.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



ENCUESTA

DIRIGIDO A: Propietarios o Administradores de hoteles de la Provincia de Pastaza

OBJETIVO: Recolectar información sobre la calidad de los servicios que ofrecen el sector Hotelero en el desarrollo turístico de la Provincia de Pastaza.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada una de las preguntas que a continuación se presentan y marque con una X la de su elección.

1. La mayoría de huéspedes que se hospeda en su hotel son:

Nacionales Extranjeros

2. ¿En qué categoría se encuentra su hotel?

4 estrellas

3 estrellas

2 estrellas

1 estrella

Categoría única

3. ¿Qué medio publicitario utiliza usted para promocionar su hotel?

Televisión

Radio

Periódico

Redes Sociales

Volantes

4. ¿Qué cantidad promedio de turistas recibe al mes?

De 0 a 25 De 26 a 50 De 51 a 75 De 76 en adelante

5. ¿Cuáles es el método de pago más utilizado en su hotel?

- Efectivo
- Tarjeta de crédito
- Tarjeta de debito
- Transferencia bancaria

6. ¿Con qué adaptaciones cuenta su hotel para alojar a personas con capacidades especiales?

- Habitaciones amplias
- Piso de parquet
- Ascensor
- Sistema Braille
- Rampas de acceso

7. El personal que labora en su hotel, ¿qué nivel de educación tiene?

- Primaria
- Secundaria
- Superior
- Ninguna

8. ¿Cada que tiempo desarrolla planes de capacitación para el personal?

- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual
- Ninguna

9. ¿Qué servicios complementarios implementaría en su hotel para atraer más clientes?

- Traslados de terminal o aeropuerto
- Convenios con agencias de viajes
- Tours de convivencia con comunidades
- Gastronomía
- Servicios Adicionales

10. ¿Qué considera usted que diferencia a su hotel de los otros?

- Precio
- Ubicación
- Servicios
- Instalaciones
- Gastronomía

11. Considera usted que el turismo en la Provincia de Pastaza a:

- Incrementado
- Mantenido
- Disminuido

12. ¿Qué factor tomo en cuenta para construir su hotel en la provincia de Pastaza?

- Atractivos turísticos
- Afluencia de turistas
- Clima
- Poca competencia
- Biodiversidad

13. Usted está en capacidad de ofrecer actividades turísticas como:

- Ecoturismo
- Paquetes turísticos personalizables
- Turismo gastronómico
- Deportes extremos
- Tours culturales

14. ¿Qué promociones estaría dispuesto a ofrecer en su hotel?

- Paquetes Estudiantiles
- Paquetes Familiares
- Paquetes Matrimoniales
- Descuentos
- Servicio de transporte puerta a puerta

Anexo 3: Formato de entrevista dirigida a coordinadores del Turismo de la Provincia de Pastaza.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



ENTREVISTA

DIRIGIDO A: Coordinadores de Turismo de la Provincia de Pastaza.

- 1) ¿Según su criterio los establecimientos de alojamiento turísticos brindan un servicio de calidad a los turistas?
- 2) ¿Cree Usted que el servicio hotelero influye en el desarrollo turístico de la Provincia de Pastaza?
- 3) ¿Según su criterio cual es la categoría, según el número de estrellas, que la planta hotelera tiene mayormente en la provincia de Pastaza?
- 4) ¿La mayoría de turistas que registran su visita en la provincia de Pastaza son nacionales o extranjeros?
- 5) ¿Cuál es la diferencia entre un visitante y un turista?
- 6) ¿Considera usted que el turismo en la provincia de Pastaza ha incrementado, se ha mantenido o ha disminuido?
- 7) ¿Conoce usted cuál es el ente encargado del cuidado y mejoramiento en los atractivos turísticos?

Gracias por su colaboración.

Anexo 4: Validación de las encuestas

Matriz de aspectos cualitativos del instrumento

Instrumento dirigido a estudiantes de la carrera de la Mercadotecnia de la FCADM de la Universidad Técnica de Ambato.

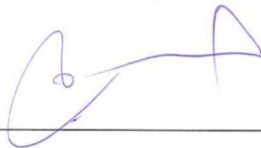
Apreciación Cualitativa

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Deficiente
Presentación	/				
Claridad en redacción de los ítems	/				
Pertinencia de las variables con los indicadores	/				
Relevancia del contenido	/				
Factibilidad de aplicación	/				

Observaciones:

Validado por:	Fabian Chavez
Profesión:	Ing. Comercial
Lugar de trabajo:	Universidad Técnica de Ambato
Cargo que desempeña:	Docente
Tiempo de experiencia desempeño:	9 años
Lugar y fecha de validación:	Ambato, 4 / 01 / 2017

Firma:



Matriz de aspectos cualitativos del instrumento

Instrumento dirigido a estudiantes de la carrera de la Mercadotecnia de la FCADM de la Universidad Técnica de Ambato.

Apreciación Cualitativa

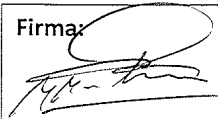
CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Deficiente
Presentación		✓			
Claridad en redacción de los ítems		✓			
Pertinencia de las variables con los indicadores		✓			
Relevancia del contenido			✓		
Factibilidad de aplicación		✓			

Observaciones:

tratan de sintetizar.
 Ser Objetivos
 Ser Específicos

Validado por:	Manuel Manchano.
Profesión:	Ing. Comercial M.B.A.
Lugar de trabajo:	U.T.A.
Cargo que desempeña:	seguimiento a Graduados.
Tiempo de experiencia desempeño:	5 años
Lugar y fecha de validación:	Ambato, 21 Dic. 2015

Firma:



Anexo 5: Imágenes.

Foto N° 1: Cámara de Turismo de Pastaza



Ing. Abigail Acosta, CAPTUR Pastaza

Foto N° 2: GAD Municipal del cantón Arajuno



Ing. René Sevilla, GAD Municipal Arajuno

Foto N° 3: GAD Municipal del cantón Mera



Fuente: Lic. Maritza Villarroel, GAD Municipal Mera

Foto No 4. GAD provincial de Pastaza



Ing. Juan José Olivo, GADPPaz.

Foto N° 5: Ministerio de Turismo



Mgs. Nelly Durán, MINTUR.

Foto N° 6: Asociación de Guías de Pastaza



Ing. Carlos Fuentes, AGUITURPAS.

Foto N° 7: GAD Municipal del Cantón Pastaza



Ing. Judith Cachipundo, GAD Municipal de Pastaza.

Foto N° 8: Encuesta a Turistas.



Foto N° 9: Encuesta a Propietarios de establecimientos de alojamiento.



Foto N° 10: Tabla Chi cuadrado

Tabla De Chi Cuadrado Grados libertad	Probabilidad de un valor superior - Alfa (α)				
	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005
1	2.71	3.84	5.02	6.63	7.88
2	4.61	5.99	7.38	9.21	10.6
3	6.25	7.81	9.35	11.34	12.84
4	7.78	9.49	11.14	13.28	14.86
5	9.24	11.07	12.83	15.09	16.75
6	10.64	12.59	14.45	16.81	18.55
7	12.02	14.07	16.01	18.48	20.28
8	13.36	15.51	17.53	20.09	21.95
9	14.68	16.92	19.02	21.67	23.59
10	15.99	18.31	20.48	23.21	25.19
11	17.28	19.68	21.92	24.73	26.76
12	18.55	21.03	23.34	26.22	28.3
13	19.81	22.36	24.74	27.69	29.82
14	21.06	23.68	26.12	29.14	31.32
15	22.31	25	27.49	30.58	32.8
16	23.54	26.3	28.85	32	34.27
17	24.77	27.59	30.19	33.41	35.72
18	25.99	28.87	31.53	34.81	37.16
19	27.2	30.14	32.85	36.19	38.58
20	28.41	31.41	34.17	37.57	40
21	29.62	32.67	35.48	38.93	41.4
22	30.81	33.92	36.78	40.29	42.8
23	32.01	35.17	38.08	41.64	44.18
24	33.2	36.42	39.36	42.98	45.56
25	34.38	37.65	40.65	44.31	46.93
26	35.56	38.89	41.92	45.64	48.29
27	36.74	40.11	43.19	46.96	49.65
28	37.92	41.34	44.46	48.28	50.99
29	39.09	42.56	45.72	49.59	52.34
30	40.26	43.77	46.98	50.89	53.67
40	51.81	55.76	59.34	63.69	66.77
50	63.17	67.5	71.42	76.15	79.49
60	74.4	79.08	83.3	88.38	91.95
70	85.53	90.53	95.02	100.43	104.21
80	96.58	101.88	106.63	112.33	116.32
90	107.57	113.15	118.14	124.12	128.3
100	118.5	124.34	129.56	135.81	140.17

Anexo 6: Oficio otorgado por el Ministerio de Turismo para apoyar y facilitar la información.



Ministerio
de Turismo

*Ecuador, el país de los
cuatro mundos que lo tiene
todo y tan cerca.*

Oficio Nro. MT-CZ3-2016-2233

Riobamba, 02 de diciembre de 2016

Asunto: SOLICITUD AUTORIZADA

Ingeniero
Patricio Carvajal Larenas
Facultad de Ciencias Administrativas
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
En su Despacho

De mi consideración:

En respuesta al Oficio No. FCA-D-1200-2016 recibido con fecha 28 de noviembre de 2016, en la cual solicita autorización para 1@s estudiantes *SILVA TAIPE CAROLINA* y *ALBÁN LEÓN JAVIER MARCELO*, ex estudiantes de la Carrera de Organización de Empresas, facilitar información necesaria para el desarrollo del Proyecto señalado, previo a la obtención de su título, comunico a usted que estamos a las órdenes para apoyar y facilitar toda la información necesaria para el proceso del Proyecto en el tema "LA CALIDAD DE SERVICIO DEL SECTOR HOTELERO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE PASTAZA"

Favor comunicarse con la Ing. Martha Pineda, Analista Junior de Gestión y Promoción Turística Zonal en las oficinas de Pastaza, a los siguientes números:
032-883-104 o 032-884-655 Ext. 2743 y/o al correo electrónico martha.pineda@turismo.gob.ec.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Ing. Bolívar Ivan Machado Cisneros
COORDINADOR ZONAL 3

Copia:

Señorita Ingeniera
Martha Edeline Pineda Gallo
Analista Junior de Gestión y Promoción Turística Zonal

Señora
Delia Del Carmen Rivera Silva
Oficinista

dr



Anexo 7: Oficio otorgado por el Ministerio de Turismo por la culminación del proyecto de investigación.



Ministerio
de Turismo

*Ecuador, el país de los
cuatro mundos que lo tiene
todo y tan cerca.*

Oficio Nro. MT-OGPTP-CZ3-2017-0023-O

Puyo, 20 de abril de 2017

Asunto: En el texto

Ingeniero
Patricio Carvajal Larenas
Decano Facultad de Ciencias Administrativas
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
En su Despacho

De mi consideración:

Como Analista Senior de la oficina del Ministerio de Turismo en Pastaza, responsable de Gestión Turística y de Regulación y Control, me permito poner en su conocimiento que desde el inicio de la investigación el MINTUR ha brindado el respaldo para el desarrollo de la investigación, el mismo es de interés institucional con el tema "La Calidad del Servicio del Sector Hotelero en el Desarrollo Turístico de la Provincia de Pastaza". desarrollado por la Sra. Silva Taipe Maria Carolina con cédula de identidad 160070887-7 y el señor Albán León Javier Marcelo con cédula de identidad 050377308-7, el mismo que una vez revisado se encuentra a entera satisfacción.

Aprovecho la oportunidad para solicitar una copia del mismo para fines institucionales.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Mgs. Nelly Margoth Durán Herrera
ANALISTA SENIOR

