



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**TEMA:**

**Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios de alojamiento turístico en el Cantón Zaruma, provincia de El Oro**

**AUTOR:**

**Viejó Toro, Valeria Paola**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Licenciado en Turismo**

**TUTOR:**

**Ing. Murillo Paladines, Fabiola Alexandra Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**21 de septiembre del 2022**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

**CARRERA DE TURISMO**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Viejó Toro Valeria Paola**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Turismo.

**TUTOR**

---

**Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.**

**Guayaquil, a los 21 del mes de septiembre del año 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE TURISMO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Viejó Toro Valeria Paola**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios de alojamiento turístico en el Cantón Zaruma, Provincia de El Oro** previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

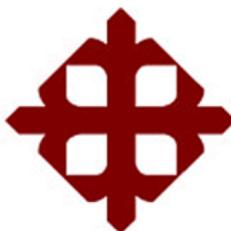
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 21 del mes de septiembre del año 2022**

**EL AUTOR**

---

**Viejó Toro Valeria Paola**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Viejó Toro Valeria Paola**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios de alojamiento turístico en el Cantón Zaruma, Provincia de El Oro**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 21 del mes de septiembre del año 2022**

**EL AUTOR:**

---

**Viejó Toro Valeria Paola**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA**

**DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE TURISMO**

### **Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios de alojamiento turístico en el Cantón Zaruma, Provincia de El Oro** presentado por la estudiante **Viejó Toro, Valeria Paola**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (2%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

- Documento: [TT Viejo Valeria.docx](#) (D143724626)
- Presentado: 2022-09-07 10:44 (-05:00)
- Presentado por: fabiola.murillo@cu.ucsg.edu.ec
- Recibido: fabiola.murillo.ucsg@analysis.orkund.com
- Mensaje: TT Viejo Toro Valeria [Mostrar el mensaje completo](#)

A yellow highlight indicates: 2% de estas 32 páginas, se componen de texto presente en 6 fuentes.

---

**Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs.**

**TUTOR**

## **Agradecimiento**

**A Dios por darme fortaleza en todo momento y sostenerme siempre.**

**Viejó Toro, Valeria Paola**

## **DEDICATORIA**

Este esfuerzo se lo dedico a mi mamita bella que sola ha luchado para darnos tantos valores, y a mi papito hermoso que desde el cielo sé que está muy orgulloso de mi.

Mi amor y admiración hacia ustedes es inexplicable e infinita.

**Viejó Toro, Valeria Paola**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs.**

TUTOR

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.**  
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

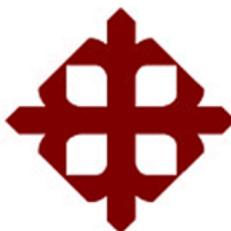
---

**Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
Viejó Toro Valeria Paola	

---

**Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs.  
TUTOR**

## Índice General

Resumen .....	XVIII
Abstract .....	XIX
Introducción .....	2
Antecedentes .....	3
Planteamiento de problema .....	5
Justificación.....	7
Formulación del problema .....	8
Objetivo general .....	8
Objetivos específicos .....	8
Capítulo 1. Marcos de la Investigación.....	9
Marco Conceptual .....	9
Marco Teórico.....	10
<i>Ciclo Deming</i> .....	10
<i>Los 14 puntos de Deming</i> .....	13
<i>Pirámide de Mashlow</i> .....	16
Marco Referencial.....	21
Ciclo Deming en mejora de servicios de un hotel.....	21
Manual de calidad para las industrias hoteleras.....	21
Diseño y elaboración del manual de procedimiento en el departamento de recepción y ama de llaves de la Hostería Ecológica Alándaluz .....	22
Marco Legal .....	23

Capítulo 2. Metodología de la Investigación .....	32
Diseño de la investigación .....	32
Metodología de la investigación .....	32
Tipo de investigación .....	32
Modelos de recolección de datos .....	32
Población.....	34
Técnicas de muestreo .....	35
Resultados de las Entrevistas .....	36
Entrevistas a la propietaria de Roland Hotel.....	36
Entrevistas a turista #1 .....	36
Entrevistas a turista #2 .....	37
Análisis de las Entrevistas.....	37
Resultados de la encuesta.....	37
<b>Análisis de las encuestas</b> .....	44
Capítulo 3. Situación Actual Zaruma.....	45
Información Geográfica: .....	45
Nombre.....	45
Ubicación .....	45
<i>Figura 17.</i> Ubicación del Cantón de Zaruma. Tomado de: ( <i>Google fotos</i> ).....	46
Accesos .....	46
Conexión a los centros poblados en función a la accesibilidad .....	47
Accesos vía terrestre .....	48

Población.....	49
Actividades turísticas .....	51
Museo Municipal de Zaruma .....	51
Mina El Sexmo.....	51
Cascada Chaca Cápac .....	53
Asentamiento Prehispánico de Huayquichum .....	53
Santuario de la virgen del Carmen .....	54
Centro histórico.....	55
Oferta gastronómica.....	56
Tigrillo .....	56
Repe Zarumeño .....	57
Molido de Maní.....	58
Oferta Hotelera en el cantón Zaruma, provincia del Oro.....	59
Roland Hotel: .....	59
Hostal Romería.....	60
Hostería el Jardín.....	61
Hotel Zaruma Colonial.....	62
Hostal Blacio.....	63
Hostal Águila Dorada.....	63
Hostería las Cabañas de San Juan .....	64
Perfil de visitantes .....	65
Aplicación de teoría .....	66

Análisis FODA cruzado del cantón Zaruma .....	66
Capítulo 4. Propuesta .....	69
Apéndice A. Entrevista la propietaria del Roland Hotel.....	79
Apéndice B. Entrevista a turista que se hospedó en uno de los alojamientos turísticos del cantón.....	80
Apéndice C. Entrevista a turista que se hospedó en uno de los alojamientos turísticos del cantón.....	81

## Índice de Tablas

Tabla 1.....	34
Tabla 2.....	47
Tabla 3.....	48
Tabla 4.....	49
Tabla 5.....	50
Tabla 6.....	65
Tabla 7.....	67

## Índice de Figuras

Figura 1 PDCA.....	11
Figura 2 La pirámide Maslow .....	17
Figura 3 Proceso de decisión. ....	18
Figura 4 Género de los encuestados.....	38
Figura 5 Edad de los encuestados. ....	38
Figura 6 Donde responde la encuesta.....	39
Figura 7 Motivación de los turistas al escoger el alojamiento turístico.....	39
Figura 8 Servicio de alimentación en los alojamientos turísticos del cantón Zaruma .....	40
Figura 9 Precios relativos a la calidad de servicio .....	40
Figura 10 Atención de los empleados del alojamiento turístico .....	41
Figura 11 Escala de satisfacción con las instalaciones hoteleras .....	41
Figura 12 Elección de retorno .....	42
Figura 13 Recomendación Familiar .....	43
<b>Figura 14 Recomendaciones para los alojamientos turísticos .....</b>	<b>43</b>
Figura 15 Posibilidad de hospedarse en diferentes tipos de alojamientos turístico ..	44
Figura 16 Plaza de Zaruma .....	45
(Figura 17 Ubicación del Cantón de Zaruma.....	45
Figura 18 Accesos a Zaruma.....	47
Figura 19 Museo municipal de Zaruma .....	51
Figura 20 Mina El Sexmo .....	52

Figura	21	Cascada	Chapa	Capac
.....				53
Figura 22	Asentamiento, Prehispánico de Huayquichuma			54
Figura 23	Santuario de la virgen del Carmen			55
Figura 24	Centro histórico de Zaruma			56
Figura 25	Tigrillo Zarumeño			57
<b>Figura 26</b>	<b>Repe Zarumeño</b>			57
Figura 27	Molido de maní 1			58
Figura 28	Molido de Maní 2			58
Figura 29	Roland Hotel interior			59
Figura 30	Hostal Romería			60
Figura 31	Exteriores de Hostería el Jardín			61
Figura 32	Hostal Cerro de Oro			62
Figura 33	Hotel Zaruma Colonial			62
Figura 34	Exterior del Hostal Blacio			63
Figura 35	Exterior Hostal Águila Dorada			64
Figura 36	Exterior de Hostería Cabañas de San Juan			65

## **Índice de Apéndices**

Apéndice A. Entrevista la propietaria del Roland Hotel.....	79
Apéndice B. Entrevista a turista que se hospedó en uno de los alojamientos turísticos del cantón. ....	80
Apéndice C. Entrevista a turista que se hospedó en uno de los alojamientos turísticos del cantón. ....	81

## **Resumen**

El presente trabajo tiene como finalidad analizar el nivel de satisfacción de los usuarios de los alojamientos turísticos del cantón Zaruma, Provincia del Oro, donde el principal objetivo es diagnosticar las necesidades de los turistas en el sector hotelero del cantón en el año 201. Para ello se tuvo que establecer un método deductivo con enfoque de investigación mixto que se dio a través de encuestas y entrevistas realizadas a los clientes que hicieron uso de las instalaciones en dicho año, con esto se determinó que la falta de infraestructura, el escaso servicio de A&B en los alojamientos y la ausencia de guías turísticos genere un nivel de satisfacción por debajo de la media. Para ello se ha escogido realizar el análisis FODA cruzado para poder identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del cantón Zaruma. Finalmente se propone estrategias que beneficien tanto al personal hotelero como a las comunidades locales, para un mejoramiento de nivel de satisfacción de los usuarios de los alojamientos del Cantón Zaruma, generando un desarrollo social y económico.

*Palabras Clave: Foda cruzado, Nivel de satisfacción, Alojamientos Turísticos, estrategias, Zaruma, Análisis.*

## **Abstract**

The purpose of this project aims to analyze the level of satisfaction of users of tourist accommodations in Zaruma canton, Province El Oro, where the main objective is to diagnose the needs of tourists in the hotel sector of the canton in 2019, for this we had to establish a deductive method with mixed research approach that was given through surveys and interviews conducted with customers who made use of the facilities in that year, with this it was determined that the lack of infrastructure, the scarce A&B service in the lodging facilities and the absence of tourist guides generated a level of satisfaction below the average. To this end, a SWOT analysis was chosen to identify the strengths, opportunities, weaknesses and threats of the Zaruma canton, and finally, strategies were proposed to benefit both the hotel staff and the local communities, to improve the level of satisfaction of the users of the lodging facilities in the Zaruma Canton, generating social and economic development.

***Keywords:*** (Cross SWOT, Satisfaction level, Tourist Accommodations, strategies, Zaruma, Analysis)

# **Introducción**

## **Introducción**

El turismo abarca una amplia gama de actividades, productos y servicios que se desarrollan prácticamente en todos los sectores de la economía: agricultura, ganadería, industrias manufactureras, artesanías, comercio, hoteles y restaurantes, construcción, transporte, comunicaciones, establecimientos financieros, etc. (Ordóñez, El turismo en la economía ecuatoriana: La situación laboral desde una perspectiva de género, 2001)

Actualmente uno de estos sectores económicos, la industria hotelera, ha decrecido su oferta debido a la pandemia, lo cual consigo trae grandes pérdidas económicas, sin embargo, las nuevas propuestas hoteleras no se han quedado paralizadas, el desarrollo de cada sector del país es muy importante en la aportación de la economía del mismo, más aún cantones donde una de las principales fuentes de empleo es el turismo, como es el caso del Cantón Zaruma, provincia del Oro, donde los ingresos de los pobladores ha ido disminuyendo desde la pandemia y ahora atraviesan por un estado de emergencias debido a la minería ilegal , lo cual produce socavones. Dado estos acontecimientos los alojamientos turísticos se ven en la necesidad de implementar e incrementar nuevas propuestas para poder llamar la atención de los turistas a pesar de los sucesos.

En vista a lo que se ha acontecido, por ahora no se han implementado nuevas estrategias de mercado para el desarrollo del turismo por la baja afluencia de visitantes, seguido de la falta de infraestructura hotelera y vías de acceso a los sitios turísticos. Para poder llegar a una alta oferta de sitios de hospedajes y demanda de turistas que pernoctan en los alojamientos del Cantón, los encargados de dichos establecimientos turísticos se ven en la obligación de estudiar las falencias que tienen como alojamientos.

Debido a esto se realizará un análisis del nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios de alojamientos turísticos a visitantes que han tenido la oportunidad de pernoctar en los alojamientos del cantón, con ello, poder identificar las necesidades y perfiles de aquellos que tienen el deseo de conocer el Cantón Zaruma, para así poder dar propuestas a un desarrollo hotelero más viable para el sector.

## **Antecedentes**

El concepto de calidad se podría considerar como un procedimiento de reciente desarrollo, hoy en día ya no solo hay que saber y haber logrado el objetivo de calidad, sino que la demanda de calidad es un proceso continuo de mejoras sin fin. La búsqueda de la calidad resulta una disminución en los costos y un incremento sobre las ganancias promovidas para la empresa. Calidad significa en la actualidad, todas las formas a través de las cuales la empresa satisface las necesidades y expectativas de sus clientes y de su personal (Admin, 2019).

Según Caruana et al (2000). Las definiciones de la calidad del servicio giran en torno a la idea de que es el resultado de la comparación que hacen los clientes entre sus expectativas sobre un servicio y su percepción de la forma en que se ha prestado el servicio

Se instaura que el nivel de expectativa que un huésped posee no es directamente el indicador de satisfacción que este pueda alcanzar con el servicio ofrecido, sino un indicador de elementos en proceso de mejoría y proyectos en marcha.

Cada cliente tiene necesidades diferentes y sus expectativas no van a ser las mismas. Por lo tanto, es importante reconocer a qué mercado está dirigido el sector hotelero y que este cuente con las instalaciones y servicios adecuados para cumplir con las necesidades del cliente (Admin, 2019).

Al ser considerada ciudad patrimonial, su estructura colonial es una de las principales fortalezas, sin embargo, existe una escasa puesta de valor de estos inmuebles para el fortalecimiento de la actividad turística, de notándose un desaprovechamiento del potencial turístico existente, es así que solo existe un 0.70% aproximadamente utilizado para la prestación de servicios turísticos y hoteleros (Iñiguez & Sánchez Cuenca, 2020).

Con esto hay que considerar las variables de satisfacción, una de ellas es estudiar las áreas que son capaces de alcanzar una buena expectativa y satisfacción al huésped, ya que no únicamente la infraestructura y productos cumplen una gran influencia en la misma, sino también tomar en cuenta el servicio a ofrecer.

El turismo como sector impacta en el 2% del PIB del Ecuador, por ello es necesario que los esfuerzos de política pública creen beneficios más allá de lo económico, siendo necesario enfocar el estudio del sector en las implicaciones que existen en la sociedad a través del ofrecimiento de productos y servicios que sean atendidos como una marca país, para evitar gastos innecesarios y generar ingresos y mayor rentabilidad de la oferta turística actual (López Pérez & Santamaría Freire, Beneficio social de la actividad turística en Ecuador, 2019).

Con esto también se busca incentivar a la población la importancia de la inversión extranjera y local en el sector hotelero, Aproximadamente el 21% de la inversión hotelera a escala mundial fue a parar en 2020 a los mercados de complejos hoteleros, lo que pone de manifiesto el actual atractivo desde el prisma de la inversión de los menos densos. Se espera que este grupo nicho de interés inversor constituya un catalizador de los volúmenes de inversión hotelera, con un incremento del 35% al 40% (Buendía, 2021).

Esto conlleva a la unión de la globalización, el cual es un proceso de algunas índoles incluyendo sector económico, social y cultural a escala mundial de los países capitalistas desarrollados fundamentalmente, que consiste en el crecimiento de la comunicación y la interdependencia de mercados, sociedades y culturas. Se caracteriza por la integración de las economías nacionales dominadas por las empresas multinacionales y la libre circulación del capital industrial y financiero; el incremento de la conectividad humana expresada en el desarrollo del transporte y las telecomunicaciones; el auge de las redes sociales; y la integración política en bloques regionales y globales. (Pérez, Zaldívar Puig, & Martín Fernández, 2016).

## **Planteamiento de problema**

### **Planteamiento de problema**

Con aproximadamente 28.000 habitantes, Zaruma es un cantón situado al sur del Ecuador, contando con sus parroquias Huertas, Malvas, Salvias, Abañin, Guanazán, Guizhaguiña, Arcapamba, Sinsao y Muluncay, las cuales cuenta con un sin números de lugares turísticos que representan la cultura e historia de un Cantón con una arquitectura autóctona y tradiciones emblemáticas que hacen al turista enamorarse del mismo.

Desde el año 2013 con la creación del Plan Nacional del Buen Vivir creado por el gobierno del expresidente Rafael Correa, Zaruma pasó de ser un cantón fantasma a un lugar promocionado y exaltado por dicho gobierno que desempeñaba ese entonces, gracias a todos los elementos que la conforman, es por ello que ha sido reconocido con varios títulos; entre ellos el de 1990 en el que el Ministerio de Educación y Cultura la declaró Patrimonio Cultural; así también, el 26 de noviembre de 2019 fue declarada Primer Pueblo Mágico de la costa ecuatoriana y, en 2020 recibió la certificación Safe Travels, que lo califica como un destino seguro. (Ecuador.travel, 2021). Lo que significó un aumento significativo para el turismo local, Zaruma pasó de ser un lugar del que pocos hablaban a ser un referente

Sin embargo, se han abierto distintas brechas negativas para el cantón que ha impedido el surgimiento turístico en el mismo, nombrando dos de las más importantes, la primera, la minería ilegal, la cual ha generado socavones en el centro histórico de la ciudad de Zaruma y derrumbes en sus cantones, afectando la calidad de vida y, consecuentemente, al desarrollo económico, sin la amplia utilización de recursos minerales, de tal manera que el desarrollo del sector minero en un país, con una administración responsable, sería la herramienta principal para alcanzar una mejora, tanto en la calidad de vida como en el bienestar económico de la sociedad. Sin embargo, existe otro escenario en el que no se toman las medidas necesarias para proteger el medioambiente, ocasionando como resultado únicamente contaminación y destrucción (Pincay, Encarnación, & González, 2020).

Consecuente a esto el cantón presenta preocupación y angustia, por la falta de visitantes, esto está afectando a su economía dado que el turismo era la segunda fuente de ingresos económicos del cantón, afectando aún más a los hoteles, dado que estos se tendrían que reinventar con sus servicios para captar atención de visitantes, ya que en toda ciudad turística debe haber calidad de alojamientos, dado que los hoteles tienen un papel fundamental en la economía del turismo, estos definen algunos aspectos relacionados con la satisfacción del cliente, concretamente: conformidad con el viaje, atractivo del destino turístico, alta apreciación de la organización de la estancia. Además, el comportamiento del personal del hotel da al huésped una impresión de la industria hotelera del país en general (Cesuma, 2022),

Sin embargo, el municipio de Zaruma ha realizado varias actividades para la reactivación de su economía, no obstante, los incentivos parecen no ser suficientes, puesto que el sector hotelero no ha crecido favorablemente en los últimos años. Considerando estos defectos que a pesar de que cuentan con una infraestructura propia de un lugar patrimonial, la calidad del servicio y oferta no es lo suficientemente amplia y satisfactoria para los turistas.

## **Justificación**

El proyecto de investigación tiene como finalidad implementar un análisis de satisfacción de los usuarios de los servicios hoteleros en el cantón Zaruma, y obtener resultados que ayuden a resolver falencias y carencias hoteleras que tiene este destino, este es el caso lo que se desea construir para saber en qué estado se encuentran en la actualidad los alojamientos y que planes se podrían implementar como estrategias para el crecimiento y reactivación del turismo.

En Ecuador el sector hotelero ha subido a gran magnitud debido a la demanda que este ha presentado en los últimos años, sin embargo, no ha sido suficiente la creatividad e innovación de los hoteleros para poder atraer al huésped, como origen a esto se a creado algunas estrategias con el fin de implementar nuevas vías de innovación para llamar la atención de los turistas nacionales y extranjeros.

Este proyecto genera la prueba social y económica de lo que se busca obtener que es la satisfacción de los turistas para poder desarrollar recursos en la mejora de calidad de sus servicios a ofrecer, el sistema administrativo, las personas involucradas y al mercado en el que se quiere direccionar, con esto beneficiaría económicamente a la industria hotelera del cantón, a los huéspedes y a su vez a las personas relacionadas en el mismo.

## **Formulación del problema**

### **Formulación del problema**

¿Cómo el análisis del nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios de alojamiento turístico en el Cantón Zaruma, provincia de El Oro contribuirá en el desarrollo económico y social?

### **Objetivo general**

Analizar la satisfacción y necesidades hoteleras de los turistas en el cantón de Zaruma, para seguir con la contribución del desarrollo turístico del destino.

### **Objetivos específicos**

1. Diagnosticar la situación actual de los servicios de alojamientos turísticos ofrecidos en el Cantón Zaruma.
2. Identificar el perfil de turista que visita al cantón Zaruma como destino turístico
3. Proponer nuevas estrategias que beneficien a los servicios de alojamiento turísticos del Cantón Zaruma y contribuyan con su desarrollo

## Capítulo 1. Marcos de la Investigación

### Marco Conceptual

Se citan los conceptos mencionados en la presente sección, con el fin que el lector pueda comprender los términos empleados en la investigación, y así poder facilitar la comprensión de las bases teóricas del desarrollo de esta investigación.

**Alojamiento Turístico:** Se entiende por alojamientos turísticos “Aquellos establecimientos destinados a proporcionar mediante un precio servicios de habitación y/o residencia junto a otros servicios. La conjugación de las estructuras físicas con la organización los servicios que se prestan, la imagen y el precio bajo un criterio de calidad definirán la categoría de este alojamiento. Basado en esta conceptualización esta actividad está orientada a satisfacer las necesidades de hospedaje del turista en conjunto con otros servicios complementarios en función a un precio” (García, 2008).

**Niveles de satisfacción:** La definición y medida de la calidad han resultado ser particularmente complejas en el ámbito de los servicios, puesto que, al hecho de que la calidad sea un concepto aún sin definir, hay que añadirle la dificultad derivada de la naturaleza intangible de los servicios (Gronroos, 1994).

“La satisfacción del cliente se puede entender como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (Kotler, 2001).

Resulta un reto cada vez más grande alcanzar completamente la satisfacción de los huéspedes, debido a grandes avances que este sector ha conllevado, llenar las expectativas de las personas se convierte complejo, dado a cada uno tiene experiencias y deseos distintos en el mismo destino. El propósito de cada organización es superar las expectativas de sus clientes con innovaciones sostenibles.

**Sociedad de Consumo:** “En la sociedad de consumo se han desarrollado estrategias con el fin de aumentar el consumo y dar salida a la producción, como por ejemplo el desarrollo de diferentes modalidades de venta, como la venta a plazos y las tarjetas de crédito” (Carrasco, (2007)).

El consumismo es el principal detonante de la crisis ambiental en la que se está atravesando, sin embargo este problema va creciendo cada vez más, a medida que va pasando el tiempo la sociedad se va volviendo más exigente y crean una necesidad lo que está de moda, con ello se tiene que replantear los individuos que ofrecen servicios

y bienes para que estos no sean causantes de desastres ambientales y sociales a mayor plazo.

**Huésped:** Según el reglamento de alojamiento turístico (2016) “Turista nacional o extranjero que pernocta, de manera no permanente, en un establecimiento de alojamiento turístico a cambio de una tarifa diaria establecida” (p.224).

**Calidad:** Crosby menciona que la calidad promueve el deseo de hacer las actividades bien a la primera vez, causando que las personas realicen las actividades de manera eficiente, llegando a su objetivo planteado con la menor cantidad de uso de recursos existentes (Resoagli, 2015).

La buena calidad es una característica que debe poseer cada establecimiento para poder lograr un mejor rendimiento y mayor durabilidad, ejecutando normas y reglas que son imprescindibles para satisfacer las necesidades de los clientes.

**Estrategia:** Según Maldonado y Mera (2017), la estrategia es “Medio para establecer el propósito de la organización en términos de objetivos a largo plazo, programas de acción y prioridades en la asignación de recursos” (p.29).

La base de la investigación estadística es el hecho constatado de que muchas situaciones de la vida real sólo pueden ser comprendidas a partir del análisis de datos que han sido recogidos en forma adecuada. La experiencia personal o la evidencia de tipo anecdótico no es fiable y puede llevar a confusión en los juicios o toma de decisiones. Se trata de basarse en la evidencia proporcionada por los datos empíricos (Batanero, Díaz, Contreras , & Roa, 2013).

## **Marco Teórico**

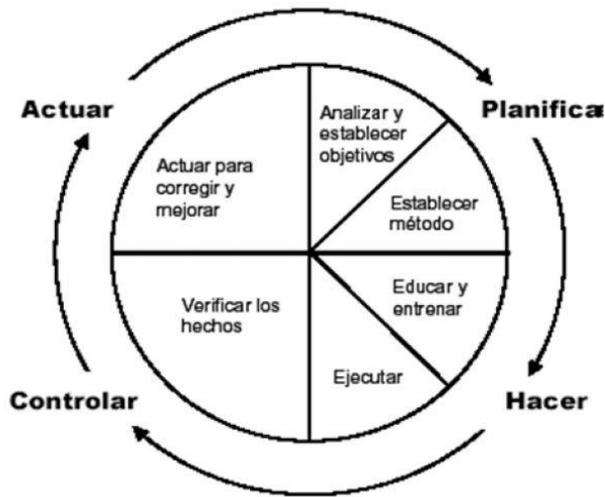
Las presentes teorías que se proporcionan sirven como referencia para ordenar un conjunto de hechos referentes a dicho estudio sustentando así esta investigación.

### ***Ciclo Deming***

El ciclo de Deming es un instrumento para aumentar y perfeccionar la calidad de instituciones y compañías en cuatro pasos, esto da la facilidad para mejorar la competitividad, cometer menos errores y agilizar el rendimiento del personal, dadas estas mejoras se da un resultado de calidad con menos riesgo en el producto o servicio.

Tal como y como se observa en la Figura número 1, se observa los 4 elementos de Deming.

**Figura 1**  
**PDCA**



Nota. Tomado de su gestión por: *Tomás Rodríguez Garraza, 2022*

Calidad es un conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes. Esta definición de la calidad, claramente centrada en el cliente. Los clientes tienen una serie de necesidades, requisitos y expectativas. Una empresa proporciona calidad cuando su producto o servicio iguala o supera las expectativas de los consumidores; si en todo momento trata de satisfacer la inmensa mayoría de sus necesidades estará proporcionando calidad (S.L., 2008).

Con la importancia de la calidad de servicio se exhibe el ciclo de Deming, el cuál deduce agilizar la productividad, mejorar los costes, aumentar la competitividad de los servicios y productos que generan rentabilidad de las empresas que lo aplican. Con esto podemos demostrar una mejora en el funcionamiento y calidad de los alojamientos turísticos en el cantón Zaruma.

Todo proceso es variable y cuando menor sea la variabilidad de este, mayor será la calidad del producto resultante. En cada proceso puede generarse dos tipos de variaciones o desviaciones con relación al objetivo marcado inicialmente; variaciones comunes y variaciones especiales. Solo efectuando esta distinción es posible alcanzar

la calidad. Las variaciones comunes están permanentemente presentes en cualquier proceso como consecuencia de su diseño y de sus condiciones de funcionamiento, generando un patrón homogéneo de variabilidad que puede predecirse y por tanto controlarse. Las variables no asignables o especiales tienen por su parte un carácter esporádico y puntual provocando anomalías y defectos en la fabricación perfectamente definidos en cuanto que se conoce la causa que origina ese tipo de defecto y por tanto se puede eliminar el mismo corrigiendo la causa que lo genera (Garza, 2003). William Deming manifiesta a las organizaciones los 14 elementos para transformar la gestión empresarial, cuya veracidad fue demostrada en la práctica por el mismo.

La aplicación del ciclo de Deming aplicado en el sector hotelero permite establecer parámetros de calidad para que los negocios empiecen con una competitividad de cualidades contribuyendo a su establecimiento, sin embargo, con este método se puede encontrar desaciertos, en cuanto a que estudios y cambios deben de planificarse con un periodo de tiempo largo, con esto no permite una solución a un obstáculo que se requiere de urgencia. Con base a las premisas, se menciona que se debe priorizar la calidad de los servicios de toda índole, en este caso, la satisfacción hotelera, para que un establecimiento tenga una excelente acogida se debe analizar las falencias que se presenta.

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Zaruma, en el año 2019 se recibió un total de 7.753 turistas nacionales e internacionales (Descentralizado, 2018), el cual la demanda según los datos del Geoportal del Ministerio de Turismo determina que en El cantón Zaruma de la provincia del Oro, tiene una alta demanda de turistas en feriados de la Independencia de Guayaquil y día de los difuntos, estas son las fechas que las aprovechan las personas originarias de Machala, seguido de Guayaquil y tercer lugar Cuenca.

Según datos estadísticos establecidos por medio de una encuesta realizada por estudiantes de la universidad de Machala en 2018, obtuvieron que el 22% de turistas creen conveniente y necesario el mejoramiento de los servicios de alojamientos (Pérez, 2018) a raíz de esto se ha convertido una necesidad el mejorar la calidad de servicio y crear nuevas estrategias para una mejor satisfacción de los turistas.

### ***Los 14 puntos de Deming***

Los 14 puntos son pragmáticos; están basados en observaciones de lo que ocurre en las empresas industriales y de servicios. las teorías de Deming se obtienen de observaciones directas, idea y la certeza de su conocimiento (A.C. Rosander,1991).

#### **Crear constancia en el propósito**

Crear un propósito constante hacia la mejora del producto y del servicio, con el objetivo de llegar a ser competitivos, consolidar la empresa y proporcionar empleos. Este punto indica que una empresa debe tener bien claro el propósito y su función que desempeña, mejorándolo constantemente, implementando la invasión, la mejora continua, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades de la empresa.

#### **Adoptar una nueva filosofía**

Implementar una nueva filosofía en la empresa, representa un cambio en la educación de todos los involucrados, entrenamiento y alegría en el trabajo, junto con la responsabilidad de cambiar la forma de pensar y trabajar respecto a la calidad.

#### **Cesar la dependencia de la inspección en masa**

Tratar de evitar la inspección masiva, en vez de ello controlar los procesos a medida que el producto vaya avanzando y evitar retrabajos y desperdicios que se traducen en mayores costos y aumentar la calidad de los procesos. La Calidad debe ser diseñada en el producto desde el principio, no puede crearse a través de la Inspección. La inspección provee información sobre la calidad del producto final, pero el costo de los defectos es pasado al consumidor, aunque este solo reciba productos de primera calidad.

#### **Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio solamente. En vez de ello minimizar los costos totales trabajando con un solo proveedor.**

En vez de buscar un proveedor que nos brinde el precio más bajo, buscar aquel o aquellos que representen más confiabilidad en sus entregas, en la calidad de sus productos y a buen precio, muchas de las veces dejamos toda la responsabilidad en un solo proveedor que nos deja poco satisfechos con su desempeño. Tratar a los proveedores con respeto, en forma transparente y sencilla. No es trabajar más duro, es trabajar más inteligentemente.

### **Mejorar constante y continuamente todos los procesos de planificación, producción y servicio.**

Una empresa tiene que estar en una mejora constante para asegurar la calidad mediante el uso de herramientas estadísticas, tales como los gráficos de control y programas de mantenimiento que ayudan a eliminar las causas especiales. Cuando se mejora un proceso, mejora el conocimiento del proceso al mismo tiempo. Mejoramiento del producto y el proceso van mano a mano con mayor comprensión y mejor teoría. La Organización debe tener un proceso para obtener retroalimentación (feedback) de los clientes sobre sus productos y servicios. Debe trabajar en las variables más críticas primero, por cuanto así tendrá más impacto en la Calidad.

### **Implantar la formación en el trabajo.**

Implementar las capacitaciones en el trabajo a todo el personal de acuerdo con sus funciones eliminando el entrenamiento entre los trabajadores. Muchas de las veces el entrenamiento en las empresas entre trabajadores no es muy recomendable ya que se les enseña a los nuevos empleados únicamente el conocimiento que tiene un trabajador de mayor rango y nunca se le transmite el conocimiento completo. Para mejorar hay que eliminar el léxico “debería haber sabido” de nuestro vocabulario y trabajar con lo que realmente pasó, no con hipotéticos “deberían haber”.

### **Adoptar e implantar el liderazgo.**

Implementar el liderazgo en los supervisores y en la gente de mayor rango significa buena señal de que las cosas pueden salir bien. Un líder debe tener la capacidad necesaria para reconocer las destrezas de los que tiene a su alrededor, talentos y habilidades de los que trabajan con él; en pocas palabras, ayudar donde se necesita. Un Líder sabe cómo mejorar el Sistema en el cual él y su gente trabajan, no amenaza ni implora. Trata de crear en todo el mundo interés y reto en el trabajo, y alegría para realizarlo.

### **Desechar el miedo.**

Eliminar el temor fortaleciendo la seguridad en sus trabajadores, proveer la seguridad y un ambiente de confianza en los trabajadores, así se eliminarán muchos problemas con la calidad. Cuando el miedo es utilizado para mejorar el desempeño individual, esta meta no se logra. El uso del miedo evita que la gente piense, les roba el orgullo y la alegría de trabajar y mata toda forma de motivación intrínseca. El miedo es causa de incalculable desperdicio y pérdidas.

### **Derribar las barreras entre las áreas de staff.**

Promover el trabajo en conjunto; es decir, que todos los departamentos trabajen con el objetivo de lograr una meta en común, para evitar problemas de comunicación y mantener la misión de la empresa.

Diseñar en equipo descubre los valores de las personas. La Gerencia debe ayudar a utilizar los talentos y las habilidades de la gente en beneficio de la Empresa, y lograr la voluntad para destinar el tiempo necesario para comprender el problema, y evitar que años de tradición y cultura organizacionales entraben el proceso para trabajar juntos.

El rol del gerente es:

- Comprender el sentido del sistema
- Fomentar en su gente el deseo de aprender
- Saber que tiene tres fuentes de poder:
- Formal,
- Conocimiento,
- Personalidad y Poder de Persuasión.
- Creará confianza.

### **Eliminar los slogans, exhortaciones y metas para la mano de obra.**

Evitar la presión en los trabajadores para aumentar la productividad, con reglas amenazantes y lemas fuera de lugar, permitiendo que los trabajadores formulen sus propios lemas, así como evitar los slogans fraudulentos que no cumplan con la realidad interna de la empresa.

### **Eliminar los cupos numéricos para la mano de obra y los objetivos numéricos para la dirección.**

Eliminar las tasas de producción obligatorias hace que los empleados se sientan menos presionados y realicen su trabajo mecánicamente, sin tomar en cuenta otros aspectos como la calidad y más si no se les proporcionan herramientas ni recursos necesarios para lograrlos.

### **Eliminar las barreras que privan a las personas de sentirse orgullosas de su trabajo.**

Desechar las culpas al trabajador, muchas de las veces, las fallas en calidad se dan por errores en el sistema y la mala elección o implementación del mismo y se

deben analizar todos esos puntos para establecer un criterio acertado de cuáles son las causas de los problemas.

**Estimular la educación y la automejora de todo el mundo.**

Implementar la capacitación y educación dentro de la empresa, resaltando el trabajo en equipo y aplicar el estudio de nuevas tecnologías y técnicas matemáticas que ayuden a mejorar la productividad que los ayuden a ser más competitivos y explotar al máximo las habilidades del personal y ser más competitivos en el mercado.

**Poner a trabajar a todas las personas de la empresa para conseguir la transformación.**

Trabajar desde la alta gerencia hasta operadores, todos en conjunto para la aplicación de estos puntos y tener personal especializado en la implementación de los mismos para levantar el interés y entusiasmo en todas las personas que conforman esta empresa (Díaz, 2010).

Con estos puntos se determina que la mejora en un establecimiento no es solo infraestructura o estrategias para captar más clientes, sino el estudio de los perfiles de turistas que visitan al Cantón, y capacitaciones al personal que está frente a ello, para poder comenzar con la calidad de servicio al cliente.

***Pirámide de Maslow***

La necesidad de explicar la conducta humana es fundamental para el análisis de satisfacción de este, con esto se conoce el avance o retroceso que puede obtener un bien o servicio y a qué mercado se puede dirigir dicha propuesta.

La pirámide de Maslow afirma en su teoría que existe una jerarquía de necesidades del ser humano desde las básicas hasta las superiores, esta pirámide postula que para suplir las necesidades superiores es totalmente necesario suplir en primer lugar las más básicas, en primer nivel están las fisiológicas, en segundo nivel las de seguridad, en tercer nivel las sociales, en cuarto nivel la estima y en nivel superior la autorrealización (Santacoloma Suárez, 2011).

En todo establecimiento debe realizar un estudio de mercado para conocer las fortalezas y debilidades que puede ofrecer el lugar donde se desea brindar los servicios, además es indispensable saber las necesidades de los turistas en el destino, en este caso, los alojamientos turísticos del cantón Zaruma, para que sean reconocidos por su calidad y servicio, el personal de cada alojamiento debe de saber a qué mercado se va a dirigir, y las necesidades que estos puedan presentar.

## Niveles de la pirámide de Maslow

1. *Necesidades básicas o fisiológicas*: Son las únicas inherentes en toda persona, básicas para la supervivencia del individuo. Respirar, alimentarse, hidratarse, vestirse, sexo, etc.

2. *Necesidades de seguridad*: Se busca crear y mantener una situación de orden y seguridad en la vida. Una seguridad física (salud), económica (ingresos), necesidad de vivienda, etc.

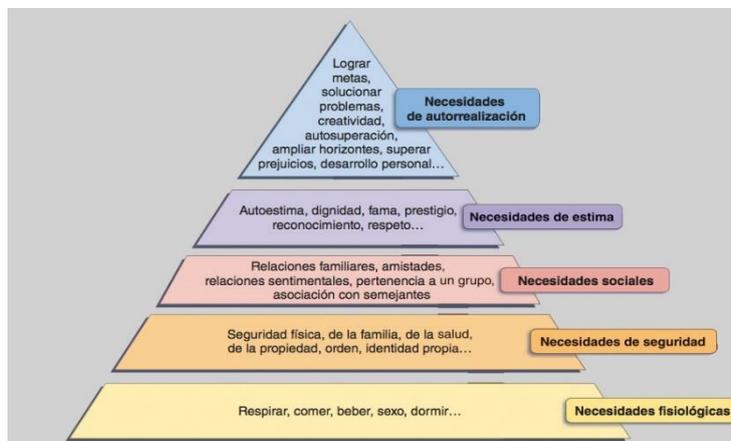
3. *Necesidades sociales*: Implican el sentimiento de pertenencia a un grupo social, familia, amigos, pareja, compañeros del trabajo, etc

4. *Necesidades de estima o reconocimiento*: Son las necesidades de reconocimiento como la confianza, la independencia personal, la reputación o las metas financieras.

5. *Necesidades de autorrealización*: Este quinto nivel y el más alto solo puede ser satisfecho una vez todas las demás necesidades han sido suficientemente alcanzadas. Es la sensación de haber llegado al éxito personal. (Marroquin, 2010).

**Figura 2**

**La pirámide Maslow**



Nota. Tomado de: *Cuaderno de Marketing*, por Sergi Larripa

### ***Modelos de comportamiento del consumidor***

Un modelo es una representación simplificada de todos o algunos de los aspectos de la realidad. Un modelo es un conjunto de elementos vinculados entre sí, que trata de ayudar a describir, predecir o resolver el fenómeno que trata representar.

Esta definición de modelos podría aplicarse a cualquier disciplina que trate de estudiarse a fondo. Como sabemos, la razón inicial para el estudio del comportamiento del consumidor fue la primera la de permitir a los directivos de marketing y científicos prever cómo reaccionaría los consumidores de los mensajes promocionales, y comprender por qué tomaron las decisiones de compras correspondientes. Por ello se ha desarrollado una serie de modelos que tratan de analizar el proceso de compra del consumidor y de dar respuesta a los planteamientos estratégicos del marketing.

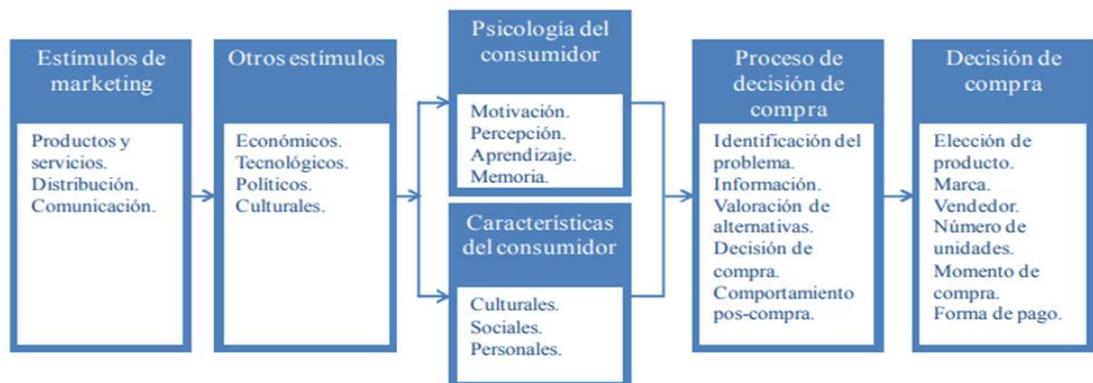
Los modelos que se han elaborado sobre el comportamiento del consumidor tienen como objetivo principal:

- Proporcionar una imagen global del comportamiento del consumidor.
- Identificar áreas y variables claves que deben ser tenidas en cuenta a la

toma de decisiones comerciales (Camino, Rolando , & Molero Ayala, 2013 ).

**Figura 3**

**Proceso de decisión.**



Tomado de: *Dirección de Marketing*. 12 edición, por Philip Kotler y Kevin Lane. 2012

Este proceso parte del reconocimiento del problema y pasa por la búsqueda de alternativas, tanto en fuentes internas como externas. se evalúan dichas alternativas, sobre las que formará el consumidor una actitud, que puede llevarle al acto de compra y consumo, en tal caso, a un resultado satisfactorio o no. la satisfacción le conducirá al reforzamiento de las actitudes y criterios empleados mientras que, si los resultados no se ajustan a las expectativas, esos criterios se replantearán (Sanabria Torres & Parra Penagos, 2013).

### **Variables que influyen en el proceso de decisión.**

Se agrupan e influencias ambientales (cultural, clase social, familia, etc.) y diferencias individuales (recursos del consumidor, motivos e implicación, experiencia, aptitudes, personalidad, estilos de vida, y características demográficas.)

### ***Teoría Stakeholder***

Esta teoría, permite pensar un nuevo paradigma empresarial, donde existe una comprensión de la empresa plural. Por tanto, la empresa no es cosa de uno (accionista o propietario), ni exclusivamente de dos (propietarios y trabajadores), si no que la empresa debe ser entendida desde la pluralidad de “agentes”, los que afectan, que intervienen en ella y, por tanto, la hacen posible, así como desde todos aquellos “pacientes”, los que son afectados, por la organización empresarial. Nos permite además comprender que entre los distintos stakeholders que configuran la empresa se establecen una serie de relaciones que pueden ser entendidas desde la perspectiva no sólo del contrato jurídico o del contrato social, sino del contrato moral.

Una corporación que quiera gestionar su responsabilidad debe tener presente que tal responsabilidad se define a partir del diálogo con todos sus involucrados, tratando de averiguar en tal diálogo qué intereses y valores son comunes a todos ellos y por tanto universalizables; qué intereses y valores son propios de cada grupo o de alianzas grupales y cuáles son simplemente intereses y valores particulares. Al determinar tales valores e intereses la empresa puede diseñar y generar estrategias que traten de satisfacer y encarnar los valores universalizables, dar una respuesta adecuada a valores grupales que no contradigan los anteriores y, en la medida de lo posible, satisfacer intereses y valores particulares.

La idea clave reside en considerar que una empresa conseguirá la legitimidad y credibilidad siempre y cuando sea capaz de dar respuesta a las expectativas legítimas. En este sentido, cada corporación debe ser capaz de identificar adecuadamente a todos sus involucrados.

Teniendo en cuenta que un stakeholder es cualquier individuo o grupo que es afectado o puede ser afectado por la consecución de los objetivos de la organización y que posee expectativas, donde algunas de ellas son universalizables. La cuestión clave en la identificación de los stakeholders, es conseguir diferenciar aquellos

stakeholders que poseen poder comunicativo —capacidad de interlocución— y expectativas urgentes y legítimas. A estos stakeholders les denominaremos stakeholders centrales, mientras que al resto de stakeholders que poseen sólo dos de estos atributos les denominaremos latentes, puesto que en cualquier momento se pueden convertir en centrales para la determinación de las responsabilidades de la corporación.

Sus stakeholders siempre y cuando sea capaz de dar respuesta a las expectativas legítimas —universalizables— que poseen los distintos stakeholders. En este sentido, cada corporación debe ser capaz de identificar adecuadamente a todos sus stakeholders. Teniendo en cuenta que un stakeholder es cualquier individuo o grupo que es afectado o puede ser afectado por la consecución de los objetivos de la organización y que posee expectativas, donde algunas de ellas son universalizables.

- Los intereses pueden ser cualificados y existen tres tipos de intereses: particulares, grupales y universalizables o generalizables
- Un stakeholder no será comprendido sólo como un afectado por la actividad empresarial sino como un interlocutor válido.
- Un stakeholder válido posee poder tanto de carácter estratégico o instrumental como comunicativo

Bajo esta perspectiva se hace hincapié en que los seres humanos son capaces de alcanzar acuerdos intersubjetivos acerca de la corrección de las normas morales y en este sentido para definir los criterios para la gestión de la RSE.

Para que este acuerdo o consenso alcanzado sea considerado como moral deberá contar con la participación de todos los afectados por las cuestiones que se dirimen en el diálogo en condiciones iguales y simétricas de participación, bien sean normas, instituciones, decisiones, políticas o estrategias. Así pues, se considerarán stakeholders a incluir en los procesos de decisión y diálogo en la empresa a todos aquellos que posean competencia comunicativa y cuyos resultados de tales diálogos puedan afectarles (ESTEBAN, 2007).

Con el paso del tiempo el factor económico, ambiental y social se van tornando cada vez más fuerte en adquisición de servicios, por eso la intervención de las autoridades en busca de impactos negativos en la sociedad y medio ambiente es cada vez más riguroso, ya que el propósito es una responsabilidad social, el cual se involucraría a la población del cantón con una conducta ética y de responsabilidad,

dado a que estos son la base para el desarrollo sostenible de cualquier entidad para su correcto funcionamiento.

### **Marco Referencial**

En el presente inciso se desea plasmar investigaciones realizadas previamente, con relación al estudio que se está realizando, con esto se expone los casos que han tenido éxito en donde se ha aplicado el análisis para una mejora y metodología desarrolladas.

### **Ciclo Deming en mejora de servicios de un hotel.**

Últimamente las empresas presentan baja productividad en sus procesos internos, determinando diversas causas que están influyendo en el rendimiento productivo. Por lo cual se opta siempre encontrar la manera para una mejora continua, la aplicación de técnicas diversas dentro de esta metodología puede provocar que se mejore el retorno de las inversiones, a través del incremento de las utilidades de la organización para que los inversionistas o dueños de la empresa queden satisfechos y así asegurar la permanencia y el florecimiento de la organización por un largo tiempo (Montesinos González, Vázquez Cid de León, Maya Espinoza, & Gracida Gracida, 2020).

La mejora de calidad en la industria Hotelera genera clientes dispuestos a repetir la experiencia, siendo así este uno de los métodos más importantes para el crecimiento de alojamientos turísticos, dando paso, este método fue empleado por Hostal la Romería situado en el cantón Zaruma provincia del Oro, después de identificar las falencias que tenían como alojamiento turístico, tuvieron que designar un nuevo plan para reinventarse como hotel y poder dar un mejor servicio a los turistas; seguido a esto como dice el ciclo que se aplicó, hacer, desarrollaron nuevos elementos importantes como la alimentación de huéspedes o visitantes con una temática no tan usual del cantón, con esto los 4 pasos lograron reinventarse como hotel, llevando así satisfacción y buenas experiencias.

### **Manual de calidad para las industrias hoteleras**

Para poder establecer y dirigir un negocio o empresa, en este caso hablamos de establecimientos hoteleros, es necesario siempre mantener buenas relaciones de negocios, por ejemplo: ofrecer descuentos de los destinos turísticos a los compradores,

haciendo rebajas en los platos de comida a los clientes frecuentes, entre otros, además se puede establecer relaciones de negocios de la siguiente manera:

- Se empieza de forma local. Se debe conocer los negocios vecinos, sus servicios y horas de funcionamiento y registra su número telefónico
- Hacer recomendaciones a huéspedes que preguntan por restaurantes, tiendas o eventos y atracciones locales que se pueden visitar
- Llamar personalmente al negocio recomendado para informales que un huésped los visitará y pide que lo traten con amabilidad
- Cuando se regrese, preguntar si todo ha ido bien, escucha la respuesta del cliente y considera hacer algunos cambios en tu recomendación. La práctica de la gestión administrativa hotelera ha existido desde tiempos muy antiguos, donde se manejaban a grandes números de personas y recursos para alcanzar una variedad de objetivos (Iñiguez, Lazo Serrano, & Granados Maguiño, Gestión del Sector Alojamiento - Hotel, 2018).

La efectividad que el manual puede generar a un alojamiento turístico es muy elevada, siguiendo los parámetros de gestión de calidad para los hoteles que demuestren el interés y preocupación por la satisfacción de sus huéspedes su crecimiento será notable, así como lo ha sido el Hillary resort Ubicado en la provincia del Oro, el cual llena de buenas experiencias y calidad a los huéspedes y sin dejar de lado la infraestructura.

Con dicho estudio, aporato al trabajo de titulación, el crear un manual en base a la calidad para la industria hotelera, por consiguiente se mostrará un manual y estrategias de mejora para los alojamientos turísticos en el cantón Zaruma, provincia del Oro.

### **Diseño y elaboración del manual de procedimiento en el departamento de recepción y ama de llaves de la Hostería Ecológica Alándaluz**

El autor indica la implementación de acciones que estén orientadas a una mejora en los procesos operativos, donde se aportará el mejoramiento de la gestión hotelera, el cual se verá plasmada en el servicio de calidad que puede ofrecer el personal. En donde diagnosticara los departamentos de recepción y ama de llaves en donde los resultados esperados contribuyen al alcance de los objetivos específicos planteados, así como también que las actividades guarden relación (Reinoso, 2009)

Dicho trabajo de titulación sirve para diagnosticar el nivel de satisfacción que han tenido los turistas mediante un análisis, con el fin de hacer hincapié a los servicios que son del agrado de los huéspedes, sin embargo, también para encontrar mejoras y soluciones en la calidad de los servicios de alojamiento turísticos del cantón.

### **Marco Legal**

El proyecto tiene una base legal acogiéndose a los fundamentos que presenta el reglamento general de actividades turísticas del Ministerio de Turismo actualizado en el 2011, con la intención de defender la viabilidad sobre la propuesta de análisis de satisfacción, se presentan las normativas que se relacionan directamente:

Art. 1.- Alojamientos. - Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías. - La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten. En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos. (2011, p.1)

El reglamento general de actividades turísticas expone diferentes tipos de alojamientos de acuerdo con las necesidades e infraestructuras que cumplan:

Actividad nomenclatura:

- a) Hotel H
- b) Hostal HS
- c) Hostería HT
- d) Hacienda Turística HA
- e) Lodge L
- f) Resort RS
- g) Refugio RF
- h) Campamento Turístico CT
- i) Casa de Huéspedes CH (2016, p.8).

A continuación, se presentará el significado de cada nomenclatura dado a la clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico

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

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

c) Hostería - Hacienda Turística - Lodge:

c.1. Hostería. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

c.2. Hacienda turística. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales

patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

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

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

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

f) Campamento turístico. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades

exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.

g) Casa de huéspedes. - Establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. Debe cumplir con los requisitos establecidos en el presente Reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento. Para nuevos establecimientos esta clasificación no está permitida en la Provincia de las Galápagos (2016, p.8-9).

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

- a) Recibir el pago por los servicios entregados al huésped;
- b) Solicitar la salida del huésped del establecimiento de alojamiento cuando se contravenga la normativa vigente y el orden público, sin que esto exima a los huéspedes de su obligación de pago;
- c) Denunciar ante la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, la operación ilegal de establecimientos de alojamiento turístico;
- d) Acceder a los incentivos y beneficios establecidos en la normativa vigente;
- e) De ser el caso, cobrar un valor extra por los servicios complementarios ofrecidos en el establecimiento, conforme al tipo de servicio ofrecido;
- f) Obtener el registro de turismo y licencia única anual de funcionamiento;
- g) Exhibir la licencia única anual de funcionamiento en la cual conste la información del establecimiento, conforme a lo dispuesto por la Autoridad Nacional de Turismo;
- h) Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de limpieza y funcionamiento;
- i) Cumplir con los servicios ofrecidos al huésped;
- j) Otorgar información veraz del establecimiento al huésped;

k) Notificar a la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, la transferencia de dominio o modificación de la información con la que fue registrado el establecimiento dentro de los diez días de producida;

l) Contar con personal calificado y capacitado para ofertar un servicio de excelencia y cordialidad al cliente; así como, propiciar la capacitación continua del personal del establecimiento, los mismos que podrán ser realizados mediante cursos en línea.

m) Determinar la moneda extranjera que se acepta como forma de pago en el establecimiento;

n) Asumir su responsabilidad en caso de ocasionar daños y perjuicios al huésped, cuando le fuere imputable;

o) Cumplir con los requisitos de seguridad previstos en el presente Reglamento y demás normativa vigente relacionada con el fin de proteger a los huéspedes y sus pertenencias;

p) En caso de incidentes y accidentes el establecimiento deberá informar sobre el hecho a las Autoridades competentes;

q) Respetar la capacidad máxima del establecimiento;

r) Respetar y cumplir con los límites máximos de ruido establecidos conforme a la Autoridad competente;

s) Exigir información al huésped, incluyendo la presentación de documentos de identidad de todas las personas que ingresen al establecimiento;

t) Prestar las facilidades necesarias para que se realicen inspecciones por parte de la Autoridad competente;

u) Cumplir las especificaciones de accesibilidad para personas con discapacidad dispuestas en la normativa pertinente y de conformidad con lo previsto en este Reglamento;

v) Llevar un registro diario y proporcionar a la Autoridad Nacional de Turismo y a las autoridades que así lo requieran, información sobre el perfil del huésped donde se incluya al menos nombre, edad, nacionalidad, género, número de identificación, tiempo de estadía y otros que se determinen (2016, p 5-6).

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

1. Contar con herramientas tecnológicas como portales web que determinen la dirección, teléfonos y correo electrónico de contacto directo del establecimiento, tarifas rack o mostrador, mapa de ubicación del lugar, descripción de servicios, facilidades que brinda el establecimiento para personas con discapacidad, fotografías actuales y reales de habitaciones y áreas de uso común.

2. Desarrollar una política de pago y cancelación de reservas.

3. Establecer un sistema propio o contratado de manejo de reservas. Es facultad del establecimiento establecer un sistema de pago en línea. (No aplica para casa de huéspedes y refugio).

4. Usar obligatoriamente el logo de la Autoridad Nacional de Turismo en herramientas digitales, conforme lo establecido en el manual de aplicación de uso de logotipo. El uso del logo deberá estar vinculado a través de un enlace, en el portal electrónico del establecimiento, que se remita directamente a la página en la que conste información sobre el registro del establecimiento ante la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a quienes se les haya transferido las competencias.

Art. 19.- Prohibición sobre comercialización. - Se prohíbe a los establecimientos de alojamiento turístico ofertar, a través de cualquier medio de información, servicios o infraestructura que no correspondan a su establecimiento, a su clasificación o categorización. Es decir, la clasificación o categorías no podrán ser utilizadas para engañar o inducir a confusión al público respecto de la calidad del servicio brindado. En caso de que se compruebe este hecho, se aplicarán las sanciones determinadas en la normativa nacional de turismo, sin perjuicio de las sanciones que se establecen en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2016, p 11).

***Requisitos previos al registro. –***

Las personas naturales o jurídicas previo a iniciar el proceso de registro del establecimiento de alojamiento turístico deberán contar con los siguientes documentos:

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

b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil;

c) Registro Único de Contribuyentes (RUC), para persona natural o jurídica;

d) Cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación, de la persona natural o representante legal de la compañía;

e) Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento del local de ser el caso, debidamente legalizado ante la Autoridad competente;

f) Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal;

g) Pago del uno por mil sobre el valor de los activos fijos;

h) Para el uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta materia. Deberá verificarse el resultado de la búsqueda fonética (2016, p 6-7).

#### ***Procedimiento de registro e inspección de un establecimiento turístico.***

El procedimiento para el registro e inspección de un establecimiento de alojamiento turístico será el siguiente:

a) La Autoridad Nacional de Turismo contará con una herramienta digital de uso obligatorio para el registro de los establecimientos de alojamiento turístico, en el que se determinará el cumplimiento de requisitos para la clasificación y categorización.

b) Para el registro, el empresario deberá seguir los pasos del sistema digital que será establecido por la Autoridad Nacional de Turismo. Al finalizar el proceso, el sistema emitirá un certificado de registro del establecimiento.

c) La Autoridad Nacional de Turismo realizará inspecciones de verificación y/o control a los establecimientos. Al final de la inspección, se emitirá un acta suscrita entre el funcionario de la Autoridad Nacional de Turismo y el propietario, representante legal, administrador o encargado del establecimiento de alojamiento turístico, donde se dejará constancia de la diligencia realizada. Una copia de esta acta será entregada al establecimiento.

d) En caso de que los resultados de la inspección determinen que el establecimiento no consignó información veraz al registrarse o posteriormente en caso de modificaciones, re-categorizaciones o reclasificaciones, la Autoridad Nacional de

Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los que se les haya transferido la competencia de control, impondrán las sanciones establecidas en la normativa vigente (2016, p7).

***Procedimiento y requisitos de licenciamiento anual de funcionamiento. –***

Art. 11.- Del procedimiento y requisitos de licenciamiento anual de funcionamiento. –

Para el proceso de licenciamiento de los establecimientos de alojamiento turístico, la Autoridad Nacional de Turismo o el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia de licenciamiento, deberá solicitar como requisito indispensable el certificado de registro de turismo y los demás que sean requeridos conforme a la normativa vigente, de ser el caso (2016, p7-8).

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

a) Pago del impuesto predial.

b) Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.

c) Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.

d) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente (2016, p8).

Leyes acogidas de la Constitución del Ecuador que sustentan el proyecto:

**Art. 379.-** Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas (2008, p115).

Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles. El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley.

**Art. 380.-** Serán responsabilidades del Estado: 1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.

2. Promover la restitución y recuperación de los bienes patrimoniales expoliados, perdidos o degradados, y asegurar el depósito legal de impresos, audiovisuales y contenidos electrónicos de difusión masiva.

3. Asegurar que los circuitos de distribución, exhibición pública y difusión masiva no condicionen ni restrinjan la independencia de los creadores, ni el acceso del público a la creación cultural y artística nacional independiente.

4. Establecer políticas e implementar formas de enseñanza para el desarrollo de la vocación artística y creativa de las personas de todas las edades, con prioridad para niñas, niños y adolescentes.

5. Apoyar el ejercicio de las profesiones artísticas (2008, p115-116)

6. Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.

7. Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva.

8. Garantizar los fondos suficientes y oportunos para la ejecución de la política cultural.

## **Capítulo 2. Metodología de la Investigación**

### **Diseño de la investigación**

Dicho estudio se basa en el método transversal no experimental, la realización de este análisis guiada por la investigación documental que se ha realizado. De igual manera adquirió de un enfoque descriptivo, ya que según Mario Tamayo y Tamayo (2004, p. 46) “la investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta” lo cual permitió revelar el análisis que se está estudiando, los mismos que son demostrados sin modificación. Esto permite definir claramente el problema planteado en la investigación.

### **Metodología de la investigación**

“El método transversal estudia los acontecimientos de personas o grupos de personas diferentes, cuya observación o medición se realiza en un único momento cronológico” (Manterola & Ozten, 2014, p. 160). Dicha metodología ayuda al fortalecimiento del proceso de investigación sobre el análisis de satisfacción de los huéspedes en el cantón Zaruma.

### **Tipo de investigación**

La presente investigación se realiza en carácter descriptivo, ya que en el estudio del análisis de satisfacción objeto de investigación, se evidenciará los niveles de complacencia de los turistas en los alojamientos turísticos en el cantón Zaruma, ya que según Bavaresco (2008, p. 51) la investigación descriptiva se la denomina de esa manera “porque como finalidad definir, clasificar, catalogar o caracterizar el objeto de estudio”.

### **Modelos de recolección de datos**

Para la recolección de información de datos en la investigación, se realizará las técnicas:

Buendía, Colas y Hernández (1998) definen que las encuestas intentan “conocer lo que hacen, opinan o piensan los encuestados mediante preguntas realizadas por escrito” (p. 123-124).

Se pueden incluir preguntas relativas a propiedades socio demográficas básicas; preguntas relativas a actitudes, opiniones, motivaciones, orientaciones,

sentimientos, juicios, valores; y preguntas relativas a comportamientos o acciones (Karina Batthány y Mariana Cabrera, 2011).

**Encuestas:** Con las encuestas se logró datos concretos sobre el nivel de satisfacción que presentan los turistas sobre los alojamientos turísticos en el cantón, además esto ayudará a tomar decisiones en los servicios que frecen para una mejoría en futuro.

Batthány Y Cabrera (2011) establecen 4 tipos de encuestas, las cuales son:

- Encuestas cara a cara
- Encuestas telefónicas
- Encuestas por correo / autoadministradas
- Encuestas informatizadas

Por razones de distanciamiento social y factibilidad se realizó encuestas informatizadas a las personas que se han hospedado en los alojamientos turísticos del cantón para poder evitar el contacto directo con las mismas.

**Entrevistas:** La entrevista según Javier Murillo Torrecilla (2001) “permite un acercamiento directo a los individuos de la realidad, la cual se considera una técnica muy completa” (p. 3). Esta herramienta se basa en generar una estimulación en el entrevistado de manera que pueda recordar los aspectos referentes al estudio (Fernández, 2001).

Existen 3 tipos de entrevistas según Batthány y Cabrera:

- Entrevista estructurada
- Entrevista semiestructurada
- Entrevista no estructurada

Para este análisis se decidió utilizar la entrevista estructurada ya que, a todos los entrevistados se les hacen las mismas preguntas con la misma formulación y en el mismo orden. De esta manera el estímulo es igual para todos los entrevistados y se garantiza que la variedad en la disposición de preguntas no altera las respuestas (González, 2021).

Según Corbetta (2007) indica que la observación “es la técnica para la recopilación de datos sobre el comportamiento no verbal”, de acuerdo con Valles (2000), para que se constituya en una técnica esta debe ser:

- a) Orientada y enfocada a un objetivo de investigación

- b) Planificada de acuerdo con fases, lugares, y aspectos que se desee conocer
- c) Controlada y relacionada con algunos elementos de la investigación
- d) Someterla a controles de veracidad, precisión y fiabilidad.

Con esta técnica se describirá detalladamente los datos acerca de las deficiencias y cualidades que tiene los alojamientos turísticos en Zaruma.

### **Población**

Según Jesús Gómez, Miguel Villacis y María Guadalupe Miranda (2016, p201) “La población es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible coma que formará el referente para la elección de la muestra que cumple con una serie de criterios predeterminados”. Teniendo en cuenta esta investigación, para este análisis se utiliza como población a turistas nacionales que corresponde a un rango de edad de 18 a 70 años, que han visitado el cantón Zaruma provincia del Oro en el año 2019.

Se manejó la ficha de población, para ello se utilizó datos de 2019, ya que por la pandemia no se ha podido seguir elaborando esta dependencia, según los datos de la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD municipal de Zaruma, en el año 2019 el cantón registró en todo ese año 7.114 turistas entre ellos nacionales y extranjeros.

**Tabla 1**

*Visitantes nacionales y extranjeros en el cantón Zaruma en el año 2019*

AÑO 2019	UNIDAD PROMOCIÓN Y DIFUCIÓN TURÍSTICA		
MES	Nacionales	Extranjeros	Total
Enero	424	46	470
Febrero	321	42	363
Marzo	526	56	582
Abril	409	24	433
Mayo	453	49	502
Junio	371	39	410

Julio	568	39	607
Agosto	816	42	858
Septiembre	549	35	494
Octubre	522	36	558
Noviembre	928	86	1014
Diciembre	773	50	823
TOTAL	6.570	544	7.114

*Nota.* Tomado de: Unidad de promoción y difusión turística del GAD municipal de Zaruma (2019).

### **Técnicas de muestreo**

Para establecer la muestra de este estudio, se realizará el muestreo probabilístico, el cual es esencial en los diseños de investigación transeccionales, tanto descriptivos como correlacionales-causales, donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población (Sampieri, Collado, & Baptista Lucio, 2014). Este tipo de muestreo se lo aplica en investigaciones descriptivas como este trabajo de titulación.

El cálculo de la población de muestra es finito; por lo que:

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

N = Tamaño de muestra = 6570

Z = Nivel de confianza = 1,96

e = Margen de error = 5% = 0,05

p = Probabilidad de éxito = 0,50

$q = \text{Probabilidad que el evento no ocurra} = 0,50$

### **Resultados de las Entrevistas**

Para tener una idea clara de la situación actual que se presentan en los alojamientos turísticos del cantón Zaruma se procedió a realizar una entrevista a tres personas involucradas en dicho estudio. Una de las personas entrevistadas es propietaria del Roland Hotel ubicado en la ciudad de Zaruma, y las otras dos personas han sido turistas en dicho cantón que han pernoctado más de 2 noches, esto se lo realiza con el fin de que la información obtenida sirva para obtener datos precisos para el análisis.

#### **Entrevistas a la propietaria de Roland Hotel.**

En la entrevista, la Señorita Yamila Motoche mencionó que el hotel tiene 30 años como servicio de alojamiento turístico en el cantón, contando con un arduo trabajo año tras año para que este se convierta en uno de los hoteles más reconocidos del mismo. Sin embargo, mencionó que a este tipo de negocios les hace falta más innovación tecnológica y servicios complementarios, ya que los huéspedes van evolucionando con sus necesidades. Uno de los nuevos servicios que ella como dueña del hotel propone es la implementación de guías turísticas con paquetes de rutas, donde los huéspedes puedan tener la facilidad de conocer los atractivos turísticos del cantón. Le pareció una idea muy acertada estudiar la satisfacción de los huéspedes para conocer más a fondo en lo que están fallando como servidores, para poder poner en marcha un nuevo plan de mejoramiento, y sus virtudes para poder mantenerlas.

#### **Entrevistas a turista #1**

En dicha entrevista el señor Alexis Bautista indica que realizó su viaje por motivos de trabajo en el mes de marzo. Escogió un hotel ubicado en el centro de la ciudad donde se le facilitaba la movilización. Posteriormente se le consultó que le faltaba al alojamiento turístico que escogió para incrementar su satisfacción. Sin dudar lo mencionó que el desayuno incluido hubiera sido un must o al menos que se ofrezca como servicio adicional. Para él era difícil movilizarse diariamente a diferentes lugares a desayunar. También mencionó que la calidad de atención por parte de los trabajadores no era cien por ciento grata.

## **Entrevistas a turista #2**

Al entrevistar a la señora Janneth Franco nos brindó información que contribuyó a entender un poco mejor las necesidades de los turísticas que visitan Zaruma para hacer turismo ecológico. Janeth mencionó que su principal motivo no era solo visitar la cabecera cantonal, sino también para visitar sus parroquias aledañas. Ella indicó que prefirió hospedarse en una hostería no tan cerca del centro de la ciudad, para poder percibir un poco más la naturaleza y alejarse un poco del ruido. Sin embargo, le preguntamos sobre lo que le hizo falta a la hostería para completar sus expectativas. Mencionó que mejorar o incluir el servicio de alimentación le pareció muy importante, ya que la hostería no queda cerca de restaurantes y se le complicó bastante. También comentó que en este tipo de hosterías deberían de promocionar servicios de guías turísticos para facilitar la estadía y actividades de los huéspedes.

## **Análisis de las Entrevistas**

Al analizar a los 2 turistas entrevistado, nos pudimos dar cuenta que la falta de oferta de servicios de alimentación es pobre o nula. El huésped no solo busca un lugar donde dormir, sino un lugar donde poder recrearse, descansar, alimentarse y sentirse como en casa. La ciudad de Zaruma en donde se hospedaron los entrevistados, es una ciudad comercial, donde la mayoría de las cosas lo tienes a tu alcance, esta es una de las ventajas más grande que tiene cada hotel ubicado en el centro de la ciudad. Por ese motivo la mayoría de los turistas los eligen, no obstante, la falta de atención del personal y el difícil acceso a su alimentación deja un sabor amargo a los huéspedes que los visitan.

Al entrevistar a propietaria de uno de los hoteles del cantón Zaruma estima que el análisis que se realizó ayudará y fortalecerá netamente el desarrollo hotelero de dicho cantón, pudiendo obtener una incrementación de turistas a nivel local. Con esto se puede considerar que el cantón no cuenta con una afluencia deseada de turistas, por ende, es necesario estimar inversión, planificación y financiamiento para que haya un crecimiento económico para los habitantes locales.

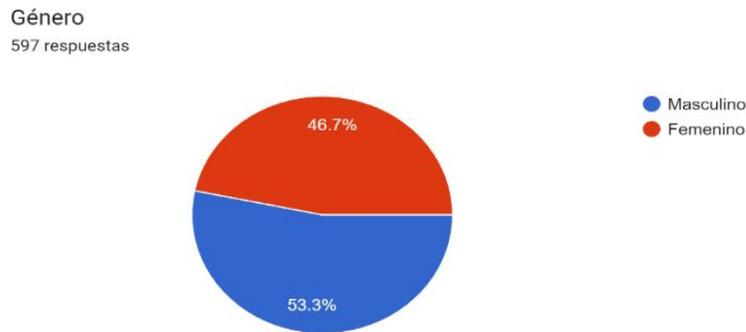
## **Resultados de la encuesta**

La encuesta se la realiza a los turistas nacionales que visitaron el cantón Zaruma en el año 2019, con edades entre 23 a 60 años. Está compuesta por 12 preguntas opcionales y una pregunta abierta, con la intención de conocer la opinión de

dichos huéspedes acerca de la satisfacción que tuvieron al hacer uso de los alojamientos turísticos el cantón.

**Figura 4**

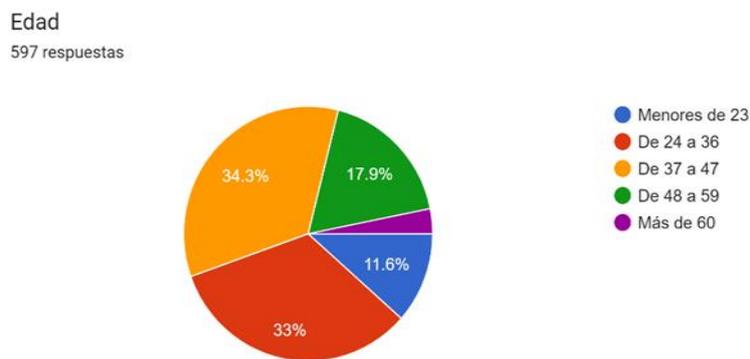
**Género de los encuestados**



Según las encuestas realizadas a 597 personas el 46,7% de los encuestados son de sexo femenino y el 53,3% son de sexo masculino.

**Figura 5**

**Edad de los encuestados.**

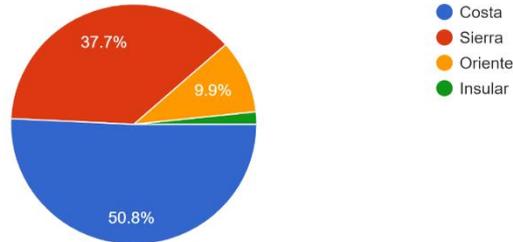


Según el rango de edades de las personas encuestadas es de que el 34,3% son de 37 a 47 años, el 33% de 24 a 36 años, el 17,9% son de 48 a 59 años, el 11,6% son de menores de 23 años, mientras el 3,2% de los encuestados son mayores a 60 años.

**Figura 6**

**Donde responde la encuesta**

¿Desde qué región nos responde?  
597 respuestas

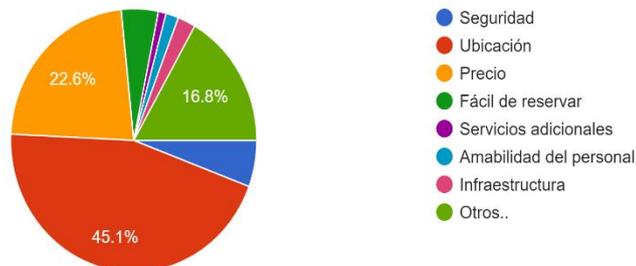


La mayoría de los encuestados con un 50,8% provienen de la costa ecuatoriana, mientras que el 37,7% provienen de la sierra, el 9,9% provienen del Oriente y el 1,6% provienen del oriente.

**Figura 7**

**Motivación de los turistas al escoger el alojamiento turístico**

¿Qué lo motivó a usted a escoger el alojamiento turístico en el cantón Zaruma?  
597 respuestas



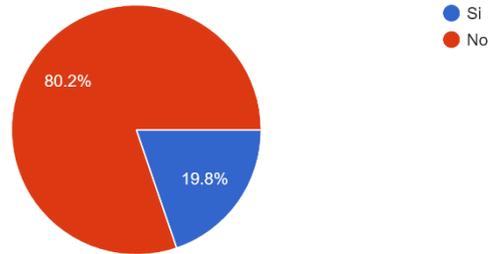
Para el 45.1% de los encuestados la mayor motivación al momento de elegir un alojamiento turístico fue la ubicación de este, mientras que el 22,6% se dejó llevar por los precios y el 16,8% por otros motivos.

**Figura 8**

**Servicio de alimentación en los alojamientos turísticos del cantón Zaruma**

¿El hotel donde se hospedó cuenta con alimentación?

597 respuestas



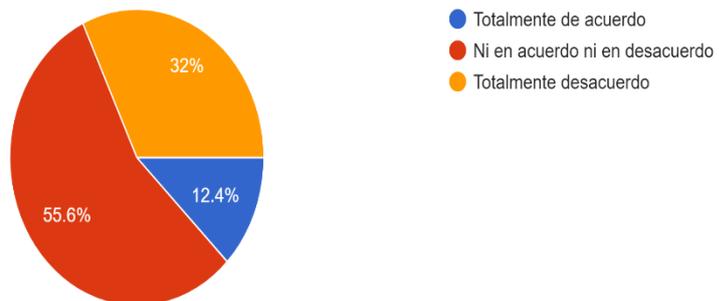
El 80,2% de los encuestados respondieron que el alojamiento turístico donde se hospedaron no cuenta con servicio de alimentación, mientras que el 19,8% respondieron que si contaban con servicio de alimentación.

**Figura 9**

**Precios relativos a la calidad de servicio**

¿Considera que los precios del hotel van de acuerdo con la calidad de servicio?

597 respuestas

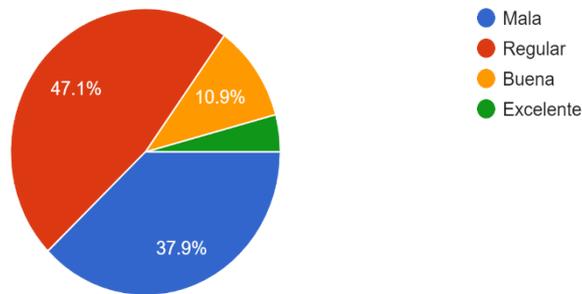


El 55,6% de los encuestados se encuentran en una posición neutral al momento de relacionar los precios con el servicio que ofrecen los alojamientos, mientras que el 32% está en total desacuerdo y el 12,4% está acuerdo con los precios dependiendo del servicio.

**Figura 10 Atención de los empleados del alojamiento turístico**

¿Qué le pareció la atención de los empleados del hotel?

597 respuestas

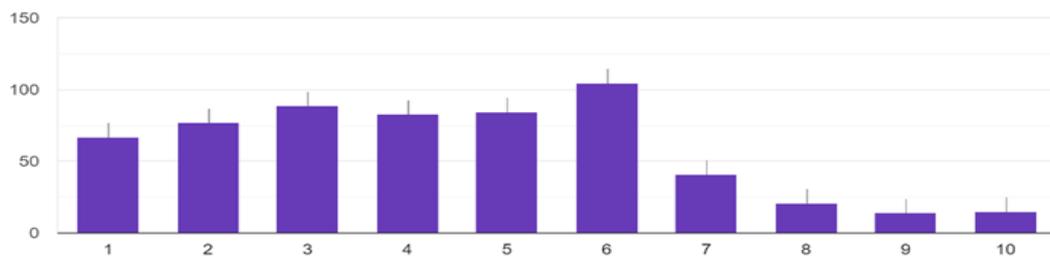


La mayoría de encuestados con el 47,1% de resultados opinan que los empleados dan una regular atención en el establecimiento, el 37,9% opina que dan una mala atención, el 10,9% una buena atención y tan sólo el 4,1% de encuestados opinaron que la atención que ofrecen dentro del alojamiento es excelente, es excelente.

**Figura 11**  
**Escala de satisfacción con las instalaciones hoteleras**

En una escala del 1 al 10, califique las instalaciones

597 respuestas



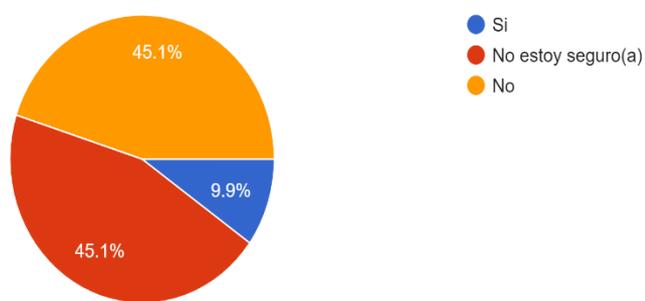
En una escala del 1 al 10, donde 1 es malo y 10 excelente, la mayoría de encuestados que conforman el 17,7% seleccionaron el número 6 donde se denomina intermedio, seguido del número 3 que conforman el 14,9% de respuestas, tomando en cuenta que para estas personas las instalaciones de dichos alojamientos turísticos son malas.

**Figura 12**

**Elección de retorno**

¿Regresaría al mismo hotel donde se hospedó?

597 respuestas

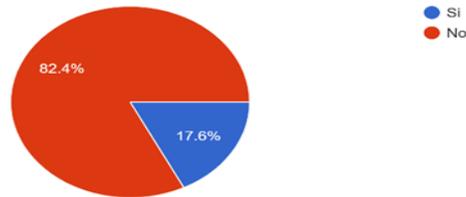


El 45,1% de encuestados respondieron que no están seguros si retornarían al mismo alojamiento turístico donde se hospedaron la última vez, seguido del 45,1% que aseguraron que no retornarían y el 9,9% si retornarían.

**Figura 13**

**Recomendación Familiar**

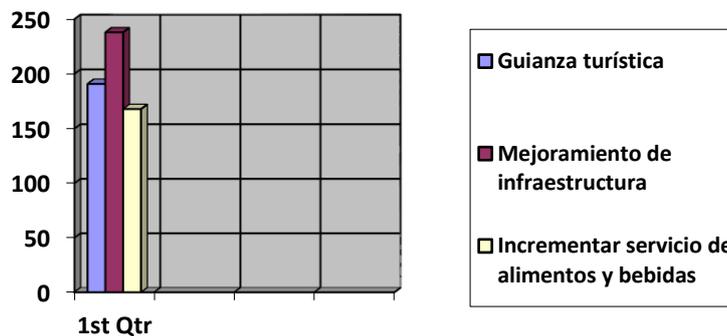
¿Recomendarías uno de los hoteles del cantón a un familiar?  
597 respuestas



Del total de encuestados, el 82,4% respondieron que no recomendarían a un familiar el alojamiento donde se hospedaron, mientras que el 17,6% si lo recomendarían.

**Figura 14**

**Recomendaciones para los alojamientos turísticos**



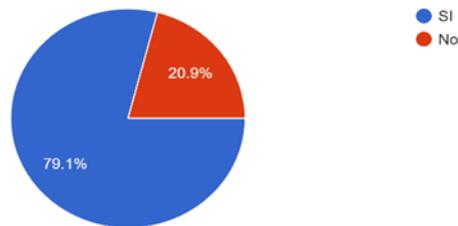
Con dicha pregunta abierta, 119 encuestados sugirieron que los hoteles deberían de contar con guanzas turísticas para los alrededores del cantón Zaruma; 238 encuestados sugirieron mejorar la infraestructura de dichos establecimientos y 168 encuestados sugirieron incrementar servicio de alimentación.

Figura 15. Posibilidad de hospedarse en diferentes tipos de alojamientos turístico.

**Figura 15**

**Posibilidad de hospedarse en diferentes tipos de alojamientos turístico**

Estaría usted dispuesto en hospedarse en otros tipos de alojamientos que no sean hoteles y hostales?  
597 respuestas



El 79,1% de encuestados respondieron que sí estarían dispuestos a hospedarse en otros tipos de alojamientos, mientras que el 20,9% respondieron que no se hospedarían.

**Análisis de las encuestas**

La difusión de dichas encuestas fue hecha mediante la plataforma digital, WhatsApp, y la recolección de datos se la realizó en la plataforma de encuestas de GoogleForm, cabe recalcar que las encuestas fueron realizadas para turistas nacionales que han pernoctado en el cantón Zaruma. Se tomó una muestra a 597 personas, entre hombres y mujeres, de rango de edades que oscilan entre menos de 23 años hasta adultos de 60 años, que se han hospedado al menos una noche en el cantón. Este proceso de realización de encuestas nos ayudó a identificar las necesidades e inconformidades que presentan los turistas en los alojamientos del cantón.

### Capítulo 3. Situación Actual Zaruma

Durante el desarrollo de este capítulo se describirá la situación actual de la oferta hotelera registrada en el catastro turístico 2022 del cantón Zaruma. Se detallará y describirá los datos que han sido recolectados sobre lo que ofrece cada alojamiento turístico.

#### Información Geográfica:

##### Nombre

La palabra Zaruma está formada por dos voces quichuas; SARA, que significa "maíz", y UMA, que significa "cabeza"; que significa "cabeza de maíz", nombre que se atribuye al maíz existente y al oro de las minas, cuyo color se asemeja al de una mazorca de maíz. (CÍA.LDTA, 2014)

Con este significado, hasta la fecha de hoy se ha logrado identificar por qué la ortografía ha cambiado, escribiéndose "Zaruma" en lugar de "Saruma", sin embargo para el historiador el Jorge Núñez Zaruma significa "Cumbre de monte pequeño"

##### Figura 16

##### Plaza de Zaruma



Tomado de: (Google fotos).

##### Ubicación

El cantón Zaruma se encuentra ubicado en la provincia del Oro, al sur del Ecuador, limita al norte con Pucará y Santa Isabel (Provincia del Azuay), al sur con el Cantón Portovelo, al este con Saraguro (Provincia de Loja) y al oeste con Piñas, Atahualpa, Chilla y Pasaje, dicho cantón está localizado a 5 horas, 273 km de la ciudad de Guayaquil.

##### Figura 17

## Ubicación del Cantón de Zaruma



Tomado de: (Google fotos).

## Accesos

La provincia está integrada con el país a través de las vías de la red estatal, que permiten la movilidad y accesibilidad de bienes y servicios a nivel nacional y une las regiones de la sierra y la costa. Las vías de la Provincia de El Oro se encuentran conectadas a la vía estatal que es el principal eje de enlace terrestre, a la cual se integran las diferentes vías provinciales que conectan los distintos cantones, parroquias y asentamientos humanos, en forma de una red articulada, el sistema vial estatal que se encuentra inmerso dentro del territorio de la provincia de El Oro es de 389,76 km, que equivale al 10,72% (GAD, 2019).

Figura 18

Accesos a Zaruma



Tomado de: (Google fotos).

### Conexión a los centros poblados en función a la accesibilidad

La conexión de la red vial provincial de El Oro a los centros poblados es alta, teniendo un porcentaje de accesibilidad del 74.64%, el cantón con mayor cantidad de vías accesibles es Huaquillas con el 97.98% tiene buena accesibilidad, seguido por Machala con el 83.84% de vías accesibles, el cantón con poca accesibilidad es Portovelo con el 16.45%.

Tabla 2

Conectividad por cantones

Cantón	Altamente Accesible		Medianamente Accesible		Poco Accesible	
	Long(km)	%	Long(km)	%	Long(km)	%
Arenillas	431,636	77,77	85,10	15,33	38,29	6,90
Atahualpa	49,54	59,46	30,77	36,93	3,01	3,61
Balsas	44,66	67,81	16,15	24,52	5,05	7,67
Chilla	53,69	69,57	12,15	15,74	11,33	14,68
El Guabo	265,49	80,56	49,63	15,06	14,43	4,38

Huaquillas	18,94	97,98	0,39	2,02		0,00
Las Lajas	88,41	68,55	33,48	25,96	7,08	5,49
Machala	176,87	83,84	27,97	13,26	6,11	2,90
Marcabelí	83,16	81,66	18,68	18,34		
Pasaje	246,79	71,91	95,03	27,69	1,36	0,40
Piñas	265,76	72,44	90,66	24,71	10,43	2,84
Portovelo	126,25	65,23	35,45	18,32	31,84	16,45
Santa Rosa	252,43	68,92	87,46	23,88	26,37	7,20
Zaruma	317,49	78,98	62,46	15,54	22,03	5,48
<b>Total</b>	<b>2421,11</b>	<b>74,64</b>	<b>645,37</b>	<b>19,90</b>	<b>177,31</b>	<b>5,47</b>

### Accesos vía terrestre

Las siguientes ciudades se tomaron como referencia para determinar la distancia en kilómetros que hay hacia el cantón Zaruma.

**Tabla 3**

*Distancia de Cantón Zaruma con distintas ciudades del país*

De	Distancia a Zaruma
Machala	115 km
Santa Rosa	78 km
Quito	604 km
Cuenca	272 km
Guayaquil	295 km

### **Población**

Según información de Instituto de estadísticas y censos del Ecuador, el cantón Zaruma cuenta con una población de 24.097 habitantes, de ese total el 40,26% habitan en áreas urbanas, que equivale a 9,677 habitantes y el 59,84% restantes habitan en áreas rurales, los cuales equivale a 14.420 habitantes.

**Tabla 4**

*Población del cantón Zaruma en la provincia de El Oro*

<b>Cantones</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
Machala	123024	12248	245972
Arenillas	13948	12896	26844
Atahualpa	3010	2823	5833
Balsas	3558	3303	6861
Chilla	1274	1210	2484
El Guabo	26386	23623	50009
Huaquillas	24120	24165	48285
Marcabeli	2781	2669	5450
Pasaje	36792	36014	72806
Piñas	13145	12843	25988
Portovelo	6325	5875	12200
Santa Rosa	35227	33809	69036

<b>Zaruma <sup>a</sup></b>	<b>12283</b>	<b>11814</b>	<b>24097</b>
Las Lajas	2489	2305	4794
<b>TOTAL</b>	<b>304362</b>	<b>296297</b>	<b>600659</b>

*Nota.* Tomado de: INEC, CENSO 2010 <sup>a</sup> Zaruma tiene una población de 12283 hombres y 11814 mujeres, que da un total de 24097 habitantes en el cantón.

La población urbana se concentra más en la ciudad principal del cantón, Zaruma, con el 43,81%, mientras que la población rural representa un 56,18% esta está extendidas en las parroquias rurales como lo indica la siguiente imagen.

**Tabla 5**

*Población por Parroquias*

<b>Parroquias</b>	<b>Hombres</b>	<b>%</b>	<b>Mujeres</b>	<b>%</b>	<b>Total</b>
Zaruma <sup>a</sup>	5253	49,75	5306	50,25	10559
Abañin	842	50,00	842	50,00	1684
Arcapamba	534	53,67	461	46,33	995
Guanazán	1478	48,54	1567	51,46	3045
Güizhagüiña	890	52,23	814	47,77	1704
Huertas	1058	53,01	938	46,99	1996
Malvas	640	54,01	545	45,99	1185
Muluncay G	509	60,24	336	39,76	845
Sinsao	685	51,27	651	48,73	1336
Salvias	394	52,67	354	47,33	748
<b>TOTAL</b>	<b>12283</b>	<b>50,97</b>	<b>11814</b>	<b>49,03</b>	<b>24097</b>

*Nota.* Tomado de: INEC, CENSO 2010

### **Actividades turísticas**

A continuación, se presentarán los atractivos turísticos más concurridos por los visitantes en el cantón Zaruma, a pesar de que el nivel de turistas ha decaído en dicho cantón por la emergencia que fue declarada en la ciudad cabecera Zaruma a raíz de la minería ilegal, este ha afectado no solo a dicha ciudad, sino a sus parroquias; con esto el municipio de Zaruma a implementado nuevas estrategias y actividades turísticas.

### **Museo Municipal de Zaruma**

Como lo indica el Directorio Latinoamericano de Recursos Patrimoniales, El Museo Municipal de Zaruma está ubicado en el Centro Histórico de la ciudad cabecera, en la Plaza de la Independencia. Esta institución alberga colecciones de objetos de interés artístico, histórico y científico, conservados y exhibidos para la enseñanza y entretenimiento de todos los visitantes. El museo recoge buena parte de la riqueza histórica de la antigua ciudad capital de la provincia de El Oro durante la Colonia y principios de la República.

**Figura 19**

**Museo municipal de Zaruma**



Tomado de: *(Google fotos)*.

### **Mina El Sexmo**

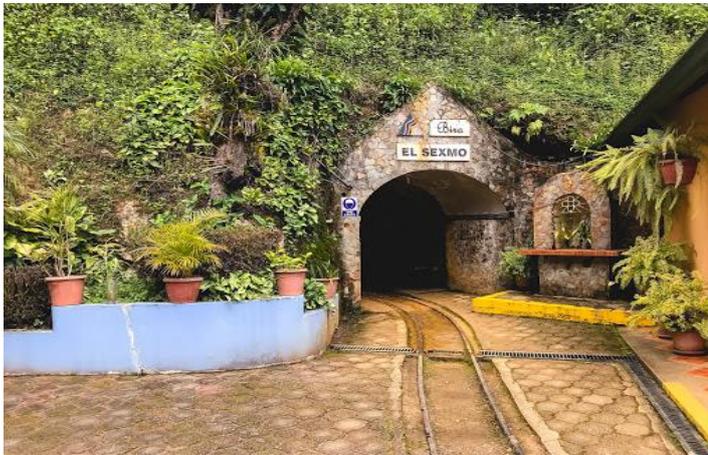
La mina El Sexmo es reconocida por ser la primera mina en la ciudad de Zaruma, donde en la actualidad esta mina no se le extrae minerales, sin embargo,

se ha vuelto muy representativa en el cantón ya que los visitantes pueden adentrarse a ella y revivir su historia, además cuenta con un complejo turístico donde su temática es la principal fuente económica de los habitantes del cantón.

Desde el año 2000 se abrió al público, y ofrece un recorrido por el interior de una galería de más de 500 metros de largo que dura aproximadamente 30 minutos. Los visitantes ingresan acompañados con un guía nativo especializado para descubrir los secretos de lo que representa la extracción de los minerales, así como sentir su aroma penetrante a hierro y azufre. La experiencia termina en la casa de la compañía, con locales de exposición de rocas de cuarzo, piritas y fragmentos minúsculos de oro extraído de la mina, así como la exposición de joyas con los metales preciosos del paraje minero, que las pueden adquirir los visitantes (S.A, 2015).

**Figura 20**

**Mina El Sexmo**



Tomado de: *(Google fotos)*.

## **Cascada Chaca Cápac**

Su nombre es de origen cañari, el cual se traduce en Chaca: Puente, Cápac: Grande o Dignidad Incásica. Se ubica en la Parroquia Salvias, sitio Tambillo, a 1 hora aproximadamente desde la ciudad de Zaruma en vehículo, luego una caminata de 40 minutos. Esta cascada posee unos 60 metros de altura aproximadamente, sus aguas son cristalinas y su temperatura es de 10°C. Su belleza y gran tamaño deja a más de un visitante encantado y es uno de los principales atractivos turísticos de Salvias (Abad, y otros, 2013)

### **Figura 21**

#### **Cascada Chapa Capac**



Tomado de: (*Google fotos*).

## **Asentamiento Prehispánico de Huayquichum**

Es un sitio de procedencia Cañari, del periodo que ha sido poco investigado, se calcula una antigüedad de 1.000 años, el sitio está compuesto por una serie de terrazas agrícolas dispuestas para la experimentación con plantas comestibles como el maíz; y varios complejos arquitectónicos.

Ubicado en la parroquia Huertas, a una altura de 1.316 metros aproximadamente. Para llegar a este atractivo se aconseja llevar guía local de preferencia visitarlo en verano. El sitio plantea muchas interrogantes por su importancia como centro urbano y la monumentalidad de sus construcciones (Abad, y otros, 2013).

**Figura 22**

**Asentamiento, Prehispánico de Huayquichuma**



Tomado de: (*Google fotos*).

**Santuario de la virgen del Carmen**

En la cumbre de una escalada sin fin hallará el Santuario de la Virgen del Carmen, situado en la Plaza de la Independencia. Una entrevista a esta iglesia es una visita exigida para su itinerario. Desde el exterior, se consigue apreciar la enorme fachada de condición neoclásica, con su gran torre que se ilumina en azul y verde cada noche a medida que cae el sol.

**Figura 23**

**Santuario de la virgen del Carmen**



Tomado de (*Google Fotos*).

El agudo color turquesa de las paredes llama la atención tan pronto como entras, con la condición barroca de la iglesia que se muestra por medio de los imponentes arcos que se desarrollan a lo extenso de la nave central y el altar mayor (Turísticos, 2022).

### **Centro histórico**

Es un conjunto urbano -arquitectónico, con una ubicación geográfica privilegiada, de trazado urbanístico caprichoso, edificaciones que guardan un patrimonio artístico en el trabajo de la madera.

Las casas y las edificaciones más antiguas datan del siglo XIX y principios del XX, cada inmueble se destaca por sus fachadas, balcones, grecas, tímpanos, cornisas y ventanas ricamente talladas; con una geometría libre y espontánea que obedece únicamente a las irregularidades de la topografía del sitio de su emplazamiento, un delicado encuentro de materiales y técnicas tradicionales, como el uso del bahareque y las maderas finas, hábilmente decoradas por los artesanos de la época (Abad, y otros, 2013).

**Figura 24**

**Centro histórico de Zaruma**



Tomado de: (Google fotos).

### **Oferta gastronómica**

Una de las identidades de los zarumeños, se demuestra en el arte culinario, nombrándose así patrimonio intangible, como lo nombran en la guía turística de Zaruma, Su transmisión oral procede de tiempos ancestrales a través de recetarios y costumbres gastronómicas que se mantienen gracias a una comunidad que aún prepara las comidas tradicionales y a pequeños empresarios de restaurantes de comida típica y negocios de elaborados artesanales que complementan sus ingresos ofreciendo a los turistas los sabores locales (2013, p28).

Entre sus platos típicos y más representativos están:

#### **Tigrillo**

Como patrimonio cultural inmaterial del Ecuador, el tigrillo es un plato compuesto de plátano verde, huevos criollos, queso amasado, sal, aceite, cebolla paiteña y cilantro picado. Por su gran popularidad, se ha constituido en un icónico plato gastronómico de la ciudad de Zaruma, en la provincia de El Oro, siendo muy apetecido también en otras regiones del país (encuentro, 2021).

**Figura 25**

**Tigrillo Zarumeño**



Tomado de: *(Google fotos)*.

**Repe Zarumeño**

Como patrimonio cultural inmaterial del Ecuador, el tigrillo es un plato compuesto de plátano verde, huevos criollos, queso amasado, sal, aceite, cebolla paiteña y cilantro picado. Por su gran popularidad, se ha constituido en un icónico plato gastronómico de la ciudad de Zaruma, en la provincia de El Oro, siendo muy apetecido también en otras regiones del país (encuentro, 2021).

**Figura 26**

**Repe Zarumeño**



Tomado de: *(Google fotos)*.

## **Molido de Maní**

Es te plato muy representativo para el cantón, contando con sus ingredientes principales, el maní y el verde, acompañado de huevo y queso zarumeño.

**Figura 27**

**Molido de maní 1**



Tomado de: (Google fotos).

La humita es una torta de maíz relleno de queso envuelto con hojas del mismo maíz, cocinada en vapor, este plato típico es el favorito de las familias zarumeñas ya que se la consume en los desayunos o cena.

**Figura 28**

**Molido de Maní 2**



Tomado de: (Google fotos).

## **Oferta Hotelera en el cantón Zaruma, provincia del Oro**

A continuación, se presentarán información de los ocho alojamientos turísticos del cantón Zaruma que se encuentran registrados en el catastro turístico 2022, dichos hoteles y hostales se encuentran categorizados entre 1 y 3 estrellas, con alojamiento tipo continental y europeo.

### **Roland Hotel:**

El Roland hotel es un alojamiento turístico de 3 estrellas ubicado en Av. Alonso de Mercadillo, en la ciudad de Zaruma, este hotel es el que más años ha tenido en el registro de catastros en dicho cantón, desde 1992. Entre los servicios que este ofrece se encuentran los eventos sociales, servicio de alojamiento, piscina, lavandería, bar y alimentación. Dicho hotel cuenta con 43 habitaciones, las cuales se dividen en habitaciones matrimoniales, dobles y suites, estas últimas gozan de salas amplias, camas de 3 plazas, camas individuales, cocina, y balcón.

**Figura 29**

**Roland Hotel interior**



Tomado de: *Godaloneis (TripAdvisor)*

### **Hostal Romería**

El Hostal Romería es uno de los alojamientos turísticos en la ciudad de Zaruma con 1 estrella, se encuentra ubicado en la plaza de la independencia 9 de octubre, centro de la ciudad; este alojamiento ofrece desayuno en su restaurante de dicho nombre, sin embargo el hostel fue uno de los alojamientos turísticos más perjudicados al principio de este año, debido al socavón a causa de la minería que se registró en diciembre del 2021, frente a la restructuración de dicho socavón, el mismo ha podido levantar las actividades que se venía realizando; este hostel cuenta con un total de once habitaciones, sin embargo al no contar con parqueadero propio, no impide la visita de huéspedes, debido a su favorable ubicación.

**Figura 30**

**Hostal Romería**



Tomada de: *Marcelo Helguero (Google fotos)*.

### **Hostería el Jardín**

La Hostería el jardín, es un alojamiento turístico situado a las afueras de la ciudad de Zaruma, ubicada en la Av. Isidro Ayora; Barrio Limoncito a 2 Km del centro de la ciudad, dicha hostería cuenta con 3 estrellas, este hostel está caracterizado por sus espacios verdes que les brinda a los huéspedes, con 15 habitaciones, este alojamiento turístico tiene para ofrecer servicio de cafetería, servicio de parqueadero privado.

**Figura 31**

**Exteriores de Hostería el Jardín**



Tomada de: *Galería – Hostería el Jardín*

### **Hostal Cerro de Oro**

El Hostal Cerro de Oro es un alojamiento turístico pet friendly, que cuenta con 1 estrella, este hostel se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Zaruma en la Av. Sucre y San Francisco. Este alojamiento se encuentra registrado desde el 2001 en el catastro turístico. Con 16 habitaciones para los huéspedes, los servicios que este ofrece no son muy variados, ya que solo cuenta con servicio de alojamiento, lavandería y lo que lo destaca es que permiten el acceso de mascotas.

**Figura 32**

**Hostal Cerro de Oro**



Tomado de: *Godaloneis (TripAdvisor)*.

### **Hotel Zaruma Colonial**

El hotel Zaruma Colonial es un alojamiento turístico situado en el centro de la ciudad de Zaruma, el cual cuenta con 2 estrellas en sus servicios, siendo así es uno de los más modernos de la ciudad, registrado en el catastro turístico desde el 2014, cuenta un total de 35 habitaciones; en relación a lo mencionado, este hotel ofrece servicio de alojamiento, parqueadero (previa reserva), sala de trabajo y tv HD, Hotel Zaruma Colonial se encuentra estratégicamente ubicado ya que a sus alrededores cuenta con restaurantes y atractivos turísticos.

**Figura 33**

**Hotel Zaruma Colonial**



Tomado de: *Godaloneis (TripAdvisor)*.

## Hostal Blacio

El Hostal Blacio está situado en el centro de la ciudad de Zaruma, el cual cuenta con categoría de 1 estrella, siendo competencia directa con los alojamientos turísticos antes mencionados, ya que se ubican en la misma calle, este hostel cuenta con 13 habitaciones, las cuales son dobles y cuentan con baño privado, este hostel es un hostel que presta servicios muy básicos como el hospedaje, y personas que se hospedan en grupo les incluye el garaje.

Figura 34

Exterior del Hostal Blacio



Tomada de: *Hotel Blacio (Facebook)*.

## Hostal Águila Dorada

El hostel Águila Dorada es un alojamiento turístico de 1 estrella, el cual está ubicado en el centro de la ciudad de Zaruma, calle Sucre, este hostel cuenta con unas 18 habitaciones para los huéspedes, los servicios que ofrecen para los clientes son, alojamiento y baño privado, sin embargo, por su ubicación muchos turistas lo prefieren.

**Figura 35**

**Exterior Hostal Águila Dorada**



Tomada de: *Southamericanpostcard*

### **Hostería las Cabañas de San Juan**

La hostería Las Cabañas de San Juan la cual cuenta con 3 estrellas se encuentra ubicada de la parroquia de Guizhaguiña a 45 minutos de la ciudad de Zaruma, Km 5 vía Portovelo – Guizhaguiña , este es el único alojamiento turístico según el catastro que se encuentra fuera de la ciudad cabezal, Zaruma, esta hostería ofrece a sus huéspedes y clientes que no pernoctan, pesca deportiva piscinas, servicio de alojamiento y servicio de alimentación, cuenta con un total de 6 habitaciones ya que su rentabilidad es mayor con las personas que no pernoctan en el lugar.

**Figura 36**

**Exterior de Hostería Cabañas de San Juan**



Tomada de: *Roger Enríquez (Google fotos)*.

### **Perfil de visitantes**

Con los datos extraídos de la Unidad de promoción y difusión turística del GAD municipal de Zaruma del 2019, se determinó que los turistas que más frecuentan dicho Cantón son los turistas nacionales con un total de 6.570 visitantes en el año, siendo noviembre el mes con más turistas, así mismo se determinó que 544 turistas nacionales visitaron el cantón en un año.

**Tabla 6**

*Visitantes nacionales y extranjeros en el cantón Zaruma en el año 2019*

AÑO 2019	UNIDAD PROMOCIÓN Y DIFUCIÓN TURÍSTICA		
MES	Nacionales	Extranjeros	Total
Enero	424	46	470
Febrero	321	42	363
Marzo	526	56	582
Abril	409	24	433
Mayo	453	49	502

Junio	371	39	410
Julio	568	39	607
Agosto	816	42	858
Septiembre	549	35	494
Octubre	522	36	558
Noviembre	928	86	1014
Diciembre	773	50	823
<b>TOTAL</b>	<b>6.570</b>	<b>544</b>	<b>7.114</b>

### **Aplicación de teoría**

Procedente a la investigación realizada de los diferentes modelos consultados, se determinó que para el análisis de satisfacción de los usuarios de los alojamientos turísticos del cantón Zaruma, se eligió el foda cruzado, ya que tiene como propósito presentar una mejora en los hoteles, hostales y hosterías, a través de diagnóstico de estrategias, originando una mejor dirección en dichos lugares para mejorar su calidad, por ende, la satisfacción de los huéspedes mejorará, este método nos ayudará a realizar mejoras en forma sistemática.

### **Análisis FODA cruzado del cantón Zaruma**

El análisis de FODA cruzado es una metodología que permite acceder, identificar y analizar estrategias que ayudan a resaltar los objetivos de un estudio, dicha matriz enseña cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de lo que se está estudiando, en este caso el nivel satisfacción que tienen los visitantes del cantón en los alojamientos turísticos, con esto se identifica su entorno.

A continuación, se presentan la matriz de análisis FODA del cantón Zaruma:

**Tabla 7**

*FODA Cruzado del cantón Zaruma*

---

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
F1. Estar incluida en la lista de la UNESCO. F2. Ubicación estratégica para un correcto aprovechamiento turístico. F3. Riqueza de historia y cultura. F4. Cantón de interés nacional. F5. Patrimonio cultural y natural.	O1. Patrimonio Cultural del Estado Ecuatoriano O2. Cantón apoyado por el ministerio de cultura y MINTUR. O3. Nombrado pueblo mágico.

---

<b>Debilidades</b>	<b>Amenaza</b>
D1. Falta de planificación y recursos económico para gestión turística. D2. Escasa publicidad de atractivos turísticos. D3. Poca satisfacción de huéspedes en alojamientos turísticos. D4. Poca oferta de guías turísticos en sus parroquias rurales.	A1. Minería ilegal A2. Deterioro de sitios turísticos A3. Escasa oferta hotelera en parroquias rurales. A4. Actividad turística limitada en todo el cantón

---

### **Estrategias FO**

- F1-O1, F1-O2, F1-O3, F1-O4, F1-O5, F2-O1, F3-O1, F3-O3, F4-O1, F2-O3, F5-O1, F4-O3, F5-O3: Aprovechar turísticamente el patrimonio cultural de Zaruma.
- F2-O2: Crear alianzas estratégicas con el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Turismo.

### **Estrategias FA**

- F1-A1, F1-A2, F2-A2, F3-A4, F4-A, F4-A2, F5-A1, F5-A2: Mantener los sitios y atractivos turísticos de Zaruma en buen estado.
- F1-A4, F2-A4, F3-A4, F4-A4, F5-A4: Aprovechar turísticamente el patrimonio cultural de Zaruma.
- F4-A3, F5-A3: Gestionar créditos para emprendedores en el sector hotelero. Acciones: Exhortar al gobierno central a reducir las tasas de intereses de préstamos para la creación de nuevos negocios hoteleros en parroquias rurales.

### **Estrategias DO**

- D1-O1, D1-O2, D1-O3, D2-O1, D2-O2, D2-O3: Desarrollo de enlace de acciones en el dominio público y privado mejorando conectividad turística.
- D3-O1, D3-O2, D3-O3: Reforzamiento de calidad de servicio e infraestructura hotelera.

### **Estrategias DA**

- D1-A2, D1-A3, D1-A4, D2-A2, D2-A3, D2-A4: Fomentar un plan de desarrollo turístico.
- D2-A2, D2-A3, D2-A4. Proporcionar más información turística responsable a poblaciones ecuatorianas.
- D3-A2, D3-A3: Mantenimiento correctivo y preventivo en los alojamientos turísticos.
- D4-A4: Fortalecimiento de control del sector turístico en el cantón Zaruma.

## **Capítulo 4. Propuesta**

Acorde con los capítulos mencionados anteriormente, de las entrevistas y encuestas, se propone estrategias en base a la matriz FODA cruzado realizado en el cantón Zaruma, donde se miden los resultados de la satisfacción que los usuarios de los alojamientos turísticos han tenido, como efecto. Se ha registrado las mejores y peores dimensiones, lo cual sobresale de forma negativa los siguientes puntos: infraestructura que dichos alojamientos, no contar con servicio de alimentación en la mayoría de los hoteles, hostales y hosterías, falta de actividades incluido en los alojamientos, falta de atención de parte del personal y carencia de garajes en los alojamientos turísticos. Sin embargo, en las dimensiones positivas que fueron reflejados en dichos resultados se presentaron: ubicación estratégica para realizar turismo, vegetación y naturaleza, calidad gastronómica y seguridad.

A continuación, se propone las siguientes estrategias para mejor el nivel de satisfacción de los usuarios de los alojamientos turísticos en el cantón Zaruma, Provincia del Oro, donde se resalta las siguientes acciones: enfoque principal, el hecho que se desea alcanzar, los pasos para verificación, los responsables del proyecto, y los tiempos que toma para realizar el proyecto.

### **Estrategia 1: Aprovechar turísticamente el patrimonio cultural de Zaruma**

#### ***Acción 1 Realizar ferias y festivales***

Se realizarán ferias y festivales culturales para poder captar la atención de los turistas nacionales e internacionales de todas las edades. Con este tipo de actividades, se pretende unir lazos económicos, culturales y sociales fuera del cantón. La realización de estas actividades que abren las puertas al turismo local ayudará no solamente a las personas que exponen los productos al comercio local, sino también este generaría empleo a los habitantes del cantón Zaruma. Para realizar este tipo de festivales, se necesita de cooperación de la organización gubernamental y en algunas instancias de la empresa privada. Se propone realizar alianzas con sponsors para la realización de ferias y festivales que resalten la cultura de Zaruma como:

- Festival del café.
- Ferias gastronómicas.
- Festivales religiosos.

Este tipo de actividades trae consigo un sin número de beneficios, ya que se generará ganancia monetaria, atrae a turistas de toda región, se beneficia la industria hotelera local gracias al desplazamiento de turística hacia el cantón.

Responsable: GAD Municipal, Ministerio de Turismo, Ministerio de Cultura

### ***Acción 2 Promover el turismo dark***

Esta acción viene de la mano de una problemática excesivamente grave para el cantón, La minería ilegal causa un deterioro lento en la población y en el turismo de Zaruma. Este ha sido uno de los motivos principales por el cual el cantón ha dejado de recibir una alta afluencia de turistas, ya que se refleja temor por los hundimientos que dicha ciudad presenta. Sin embargo, con la ayuda del Gobierno, el Ministerio de Energía y Minas actualmente se ha presentado un avance del 98% de mejoría en la remediación de la superficie tras el hundimiento que se presentó en diciembre del 2022. Se ha escogido esta problemática para poder crear una nueva oportunidad al turismo incentivando el Turismo Dark, el cual consiste en realizar tours de 2 días desde la ciudad de Guayaquil, incluyendo el hospedaje en uno de los alojamientos turísticos del cantón, guianza y traslado a los lugares donde Zaruma estuvo expuesta a hundimientos, con esto se abarcaría un mini tour dentro de una mina certificada, explicar la historia de la minería y crear consciencia sobre la minería ilegal.

Responsable: GAD Municipal, Ministerio de Turismo

### **Estrategia 2: Crear alianzas estratégicas**

#### ***Acción 1 Desarrollar una alianza con el Gad y el Ministerio de Turismo***

Se propone que el GAD cantonal coordine con el Ministerio de Turismo una serie de capacitaciones para el sector hotelero que abarquen temas de:

- Hospitalidad.
- Buenas prácticas hoteleras.
- Estandarización de procesos y procedimientos hoteleros.
- Administración hotelera.
- Manejo y control de plagas.
- Buenas prácticas de manufactura.
- Limpieza y sanitización de alojamientos turísticos.
- Comunicación efectiva.

A través de estas capacitaciones se podrá fortalecer los conocimientos del capital humano que presta servicios hoteleros, encaminados siempre hacia una cultura de servicio.

Responsable: GAD Municipal y Ministerio de Turismo

### ***Acción 2 Desarrollar una Alianza Hoteles - Restaurantes***

Como resultados de las encuestas realizadas en el Capítulo 3, se trabajará en la inclusión de alimentos y bebidas en los alojamientos turísticos. Se propone que los servicios de alojamiento se unan con restaurantes para ofrecer el servicio completo a sus huéspedes hospedaje y alimentación. En este tipo de alianzas ambas industrias se verán beneficiadas.

Responsable: Dueños de Servicios de Alojamiento y de Restaurantes

### ***Acción 3 Desarrollar una Alianza Hoteles – Operadoras Locales***

Otro punto por mejorar que se reflejó en el estudio realizado es que los hoteles no cuentan con información de actividades turísticas para proponer a sus huéspedes. Se puede organizar alianzas para que se le ofrezca al huésped paquetes de hospedaje y actividades turísticas para realizar en el cantón o sus alrededores dependiendo del nicho. Con esta alianza ambas empresas ganan.

Responsable: Dueños de Servicios de Alojamiento y Operadoras de Turismo

### ***Acción 4 Desarrollar una Alianza Hoteles – Universidades***

Pudimos ver que Zaruma necesita mayor difusión y socializar toda la riqueza que posee: áreas turísticas, gastronomía, servicios de alojamiento, guianza, turismo dark. En vista que no se cuenta con los recursos para invertir en marketing digital se propone hacer alianzas con universidades de la provincia.

- Con la carrera de Marketing para que los estudiantes capaciten a los dueños de empresas de gastronomía, hospedaje y actividades turísticas para que creen sus propias redes sociales y aprendan administrarlas
- Con la carrera de Turismo para que los estudiantes capaciten a los dueños de empresas de hospedaje y actividades turísticas para que creen paquetes que puedan ofrecer a sus huéspedes (hospedaje, A&B y actividades).

- Con la carrera de Contabilidad para que los estudiantes capaciten a los dueños de empresas turísticas en como poder llevar el control de las finanzas de sus empresas.

Responsable: Universidades de convenio junto al GAD Municipal

### **Estrategia 3: Reforzamiento de infraestructura**

#### ***Acción 1 Microcréditos***

Se plantea una propuesta de recomendaciones para los involucrados en servicios hoteleros, dado que en las encuestas realizadas a los huéspedes que hicieron uso de las instalaciones hoteleras de Zaruma indicaron que la infraestructura debe mejorar.

Se propone al Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Zaruma que realice la petición para un plan de inversión hotelera al Gobierno central del Ecuador para las parroquias rurales de dicho cantón. Cumpliendo el objetivo, se incrementaría la oferta hotelera en dichas parroquias, generando un crecimiento económico para Zaruma y para los prestamistas. Por medio de estas propuestas dirigidas a los alojamientos turísticos, se brindará nuevas estrategias de negocio para poder consolidar el sector hotelero del cantón.

Responsable: GAD Municipal.

## **Conclusiones**

El objetivo dicho trabajo fue analizar el nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios de alojamientos turísticos en el cantón Zaruma, para así crear nuevas estrategias que ayuden al crecimiento económico del cantón.

El análisis de satisfacción que se realizó a visitantes nacionales que pernoctaron en los alojamientos turísticos de del Cantón Zaruma en el año 2019, determina que el nivel de satisfacción que se tuvo fue desfavorable. Donde el 45,1% de encuestados respondieron que no regresarían al mismo alojamiento donde se hospedaron, sin embargo, esto no ha evitado que el 79,1% de encuestados se deje de impresionar por el potencial turístico que tiene el cantón.

Esto nos da una clara idea del potencial que tiene el Cantón Zaruma en cuanto el turismo, por esta razón propusimos una estrategia donde podemos identificar las fortalezas, oportunidades, amenazas, y debilidades que presenta el cantón para poder generar estrategias para una mejora continua.

Utilizando el Análisis FODA cruzado, para resaltar los objetivos del estudio, se propuso siete estrategias para mejorar el servicio hotelero en el cantón, entre ellos: aprovechar turísticamente el patrimonio cultural del cantón; desarrollo de alianzas estratégicas con hoteles, restaurantes, operadoras Locales y universidades; y finalmente invertir en el rreforzamiento de la infraestructura.

Con la implementación de estas estrategias, se puede generar nuevas oportunidades de crecimiento turístico y hotelero, que beneficiarán a los habitantes del cantón, al GAD Municipal y a los turistas.

## **Recomendaciones**

- Se recomienda a la persona dueña del establecimiento turístico que realice reuniones continuas con el personal, y evalúe los resultados que han tenido durante un periodo.
- Se recomienda a la Unidad de promoción y difusión turística del GAD municipal de Zaruma, que mantenga cada año las encuestas de ingresos de turistas por año, así tendremos un dato preciso de la afluencia de turista que se registra en determinado periodo.
- Implementar una encuesta de satisfacción a los turistas para conocer los fallos que se mantienen, y realizar un plan de mejora en aquellas falencias. Una vez realizado el plan de mejora, se evaluará para ver el nivel de efectividad que se ha realizado y si ha incrementado la satisfacción de los usuarios de los alojamientos turísticos.
- Los propietarios de empresas que ofrecen servicios turísticos (alojamiento, gastronomía y actividades) deben organizarse e implementar las estrategias propuestas. Juntos suman una fuerza mayor y pueden solicitar apoyo en las empresas públicas y privadas

## Referencias

- Abad, I. A., Borja Herrera, I., Ordoñez Morejón, S., Berrú Cabrera, I., Garino Aquino, S., Zea Ordoñez, I., . . . Ruiz SalinaS, E. (2013). *Guía Turística del Cantón Zaruma*. Machala: Región Andina.
- Admin. (3 de Enero de 2019). *TIPS PARA INCREMENTAR LA SATISFACCIÓN DE LOS HUÉSPEDES*. Obtenido de Reservatio: <https://reservatio.com.mx/tips-para-incrementar-la-satisfaccion-de-los-huespedes/>
- Batanero, C., Díaz, C., Contreras , J., & Roa, R. (2013). El sentido estadístico y su desarrollo. *Números*, 7-18.
- Buendía, L. (2021). Aproximadamente el 21% de la inversión hotelera a escala mundial fue a parar en 2020 a los mercados de complejos hoteleros, lo que pone de manifiesto el actual atractivo desde el prisma de la inversión de los menos densos. Se espera que este grupo nicho d. *Hosteltour*.
- Camino, J. R., Rolando , A., & Molero Ayala, V. (2013 ). *Conducta del consumidor, estrategias y tácticas aplicadas al marketing*. Madrid: ESIC.
- Carrasco, R. ((2007)). *La sociedad de consumo: origen y características*. Contribuciones a la Economá.
- Caruana, A., Money, A., & Berthon, P. (2000). Service quality and satisfaction - the moderating role of value. *European Journal of Marketing*.
- Cebrián, G., & Juárez, O. (2016). *Estructura del Mercado Turístico*. Madrid: Paraninfo.
- Cesuma. (2022). *¿QUÉ PAPEL TIENEN LOS HOTELES EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA?* Obtenido de Cesuma: <https://www.cesuma.mx/blog/que-papel-tienen-los-hoteles-en-la-industria-turistica.html>
- CÍA.LDTA, I. C. (Noviembre de 2014). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN ZARUMA, EL ORO*. Obtenido de sigad plus diagnostico:

[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjtmPnp0Oj5AhUoSzABHSNjBf4QFnoECCUQAQ&url=http%3A%2F%2Fapp.sni.gob.ec%2Fsni-link%2Fsni%2FPORTAL\\_SNI%2Fdata\\_sigad\\_plus%2Fsigadplusdiagnostico%2FPDOT\\_Zarumadiagnostico5n](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjtmPnp0Oj5AhUoSzABHSNjBf4QFnoECCUQAQ&url=http%3A%2F%2Fapp.sni.gob.ec%2Fsni-link%2Fsni%2FPORTAL_SNI%2Fdata_sigad_plus%2Fsigadplusdiagnostico%2FPDOT_Zarumadiagnostico5n)

Davidson, A. S. (7 de 5 de 2007). *Gestión de Calidad en Atención al Huésped y su Vinculación con la Motivación y la Capacitación en los Colaboradores de Recepción en los Colaboradores de Recepción*. Obtenido de Imgbiblio: <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC071088.pdf>

DESCENTRALIZADO, G. A. (2018). Rendición de Cuentas Cuentas 2018. 75.

Díaz, J. (20 de 08 de 2010). *Los 14 puntos de Edwards Deming sobre la calidad*. Obtenido de Emprendices: <https://www.emprendices.co/los-14-puntos-de-edwards-deming-sobre-la-calidad/>

*Ecuador.travel*. (25 de 8 de 2021). Obtenido de Zaruma, entre la historia y el patrimonio: <https://ecuador.travel/press/zaruma-entre-la-historia-y-el-patrimonio/>

encuentro, G. d. (2021). EL TIGRILLO DE ZARUMA, PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DEL ECUADOR. *Ministerio del Turismo*, 1.

ESTEBAN, E. G. (2007). La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la. En *Veritas. Revista de Filosofía y Teología* (págs. 205-224). Valparaíso, Chile: Pontificio Seminario Mayor San Rafael.

GAD. (2019). *Plan de desarrollo vial integral de la provincia del Oro*. Machala: Congope.

García, J. R. (2008). *Estructura y Economía del Mercado Turístico*. Oviedo: Septem Ediciones.

Garza, E. G. (2003). *Administración de la Calidad Total*. México: Editorial Pax México.

- González, J. M. (2021). Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario. *Universidad de Castilla-La Mancha*.
- Gronroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y competencia en los servicios*. Madrid: Diaz de Santos, S.A.
- Ilamdir. (s.f.). *Directorio Latinoamericano de Recursos Patrimoniales* . Obtenido de Ilam Patrimonio: <https://ilamdir.org/recurso/7966/museo-municipal-de-zaruma>
- Iñiguez, M. C., Lazo Serrano, A., & Granados Maguiño, M. (2018). *Gestión del Sector Alojamiento - Hotel*. Machala: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA.
- Iñiguez, M. C., & Sánchez Cuenca, L. (2020). *Revista Espacios*, 13.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia*. Illinois: esan.
- Larripa, S. (2015). La pirámide de las necesidades de Maslow, todavía vigente en el marketing actual. *Cuaderno de Marketing*.
- López Pérez, S. d. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 86.
- Marroquin, A. A. (2010). La Pirámide de Necesidades de Abraham Maslow. *Academia*, 4.
- Martínez, D. R., & Reboza Álvarez, L. (2004). *CALIDAD Y COMPETITIVIDAD, La Administración y La Calidad*. Administración para el Diseño.
- Montesinos González, S., Vázquez Cid de León, C., Maya Espinoza, I., & Gracida Gracida, E. (2020). *Mejora Continua en una empresa en México: estudio desde el ciclo Deming*. Venezuela: Revista Venezolana de Gerencia, vol. 25.
- Ordóñez, M. (2001). El turismo en la economía. *Mujer y desarrollo*, 61.
- Pérez, G. M., Zaldívar Puig, M., & Martín Fernández, R. (2016). International Expansion of Hotel Industry of Developed Countries as a Strategic Option for the Underdeveloped Countries. *SciELO*.

- Perez, J. (21 de 05 de 2016). *Cero Defectos*. Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/doc/313392668/Cero-Defectos>
- Pincay, W., Encarnación, M., & González, A. (2020). La contaminación ambiental ocasionada. *Estudios de la Gestión*, 233.
- REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO. (2016). *MINISTERIO DE TURISMO*, 17.
- Ruiz-Lopera, M. d. (2018). ALIANZAS ESTRATÉGICAS EN EL SECTOR TURÍSTICO: COLABORACIÓN Y . *Universidad de Sevilla*), 25.
- Ruiz-Lopera, M. d. (2018). ALIANZAS ESTRATÉGICAS EN EL SECTOR TURÍSTICO: COLABORACIÓN Y . *International Journal of World of Tourism*, 25.
- S.A, B. B. (2015). Mina El Sexmo. *Bira Bienes Rices S.A.*
- S.L., P. V. (2008). *Calidad en el Servicio al Cliente*. Málaga: Editorial Vértice.
- Sampieri, R. H., Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Tipos de Muestra. En *Metodología de la investigación 6ta edición* (pág. 177). México: McGRAW-HILL.
- Sanabria Torres, E., & Parra Penagos, C. (2013). Caracterización del comprador sogamoseño en súper e hipermercados. *ESTUDIOS GERENCIALES*, 49-57.
- Santacoloma Suárez, A. M. (2011). *Abraham Maslow Jerarquía De Las Necesidades*.
- Turísticos, L. (2022). 4 Lugares Turísticos Zaruma. *Lugares Turísticos*, 1.
- Zaruma: Joya preciosa de los cuatro mundos del sur*. (5 de julio de 2018). Obtenido de Ministerio de Cultura y Patrimonio: <https://www.turismo.gob.ec/zaruma-joya-preciosa-de-los-cuatro-mundos-del-sur/>

## **Apéndice A. Entrevista la propietaria del Roland Hotel**

### **¿Cuántos años de servicio tiene el hotel?**

Roland Hotel tiene a la atención del público 30 años.

### **¿Cree que las necesidades de los huéspedes han cambiado con el transcurso del tiempo?**

Si, con el transcurso del tiempo todo cambia, los huéspedes, requieren nuevos servicios, sobre todo tecnológicos.

### **¿Está usted de acuerdo con que se realice un análisis de satisfacción de los usuarios de los alojamientos turísticos en el cantón de Zaruma, y en qué cree que esto beneficiaría?**

Claro que sí, este análisis, ayuda a conocer cuáles son las necesidades de los huéspedes, por ende, nos ayuda a mejorar los servicios.

### **Usted como dueño de un hotel, ¿qué implementaría para que su alojamiento turístico tenga más acogida entre los turistas?**

Si la fluencia de huéspedes fuera más alta en Zaruma, implementaría el servicio de un guía turístico, con paquetes de rutas, donde los huéspedes puedan tener la facilidad de conocer todos los atractivos turísticos de Zaruma.

### **¿Qué tan importante cree usted que es la calidad?**

Para todo propietario de negocio la calidad es lo primero que se debe de ofrecer, sin calidad no hay clientes que consuman tu producto con frecuencia.

### **¿Qué tan afectados se han visto desde los hundimientos de tierra aquí en la ciudad de Zaruma?**

Nos afectó mucho no solo a los hoteles y hostales, afectó al comercio en general, sin embargo, estos acontecimientos hicieron decaer más a los alojamientos turísticos porque los turistas ven con temor a Zaruma.

**Apéndice B. Entrevista a turista que se hospedó en uno de los alojamientos turísticos del cantón.**

**¿Cuándo fue la última vez que pernoctó en un alojamiento turístico del cantón?**

La última vez que fui a Zaruma, fue en el mes de marzo de este año por motivo de trabajo.

**¿Cuántas noches pernoctó en dicho alojamiento?**

Me quedé por 4 días, 3 noches

**¿Qué destaca del hotel u hostel donde se hospedó?**

Me gustó mucho la ubicación, porque queda en el centro de la ciudad y muy cerca a todo, tienes todo a la mano.

**¿Qué es lo que usted cree que hace falta en dicho hotel u hostel?**

Lo que hace falta es que los trabajadores del establecimiento se apersonen más, sean más cálidos al momento de conversar o preguntarles alguna cosa, también como Zaruma es un poco frío no todos los días contaba con agua caliente, cuando si me lo habían ofrecido, y lo más importante es que no contaba con desayuno, se me complicaba al momento de ir a restaurantes a desayunar, hubiera preferido que el hotel lo ofrezca, sin duda alguna alojamiento le hizo falta variedad de servicio para que sea grata la estadía

**¿Cree que un análisis de satisfacción de los huéspedes mejoraría el nivel de calidad que estos ofrecen a los turistas?**

Por supuesto, es hora de que no solo te den un lugar donde dormir, sino estudiar al cliente, esto ayuda no solo en el ámbito turístico, sino para todo negocio, si quieres que tu negocio funcione, tienes que hacer estudiar al cliente y analizar lo en lo que has fallado para poder mejorarlo y así poco a poco ir creciendo. Esto no solo ayudaría al propietario del establecimiento, sino al cantón en sí.

**Apéndice C. Entrevista a turista que se hospedó en uno de los alojamientos turísticos del cantón.**

**¿Cuándo fue la última vez que pernoctó en un alojamiento turístico del cantón?**

Visité Zaruma por sus fiestas que fueron en julio

**¿Cuántas noches pernoctó en dicho alojamiento?**

Me hospedé ahí por 3 noches

**¿Qué destaca del hotel u hostel donde se hospedó?**

Su ubicación era excelente, aunque Zaruma es una ciudad pequeña, y mi hostería quedaba no tan cerca del centro, igualmente era muy accesible a algunas cosas; la tranquilidad de día y de noche en la hostería era única, también se me permitió tener mi carro en garaje porque no podía estar segura si mi vehículo se encontraba en la calle.

**¿Qué es lo que usted cree que hace falta en dicho hotel u hostel?**

Creería yo que la cuestión de alimentación si ayudaría muchísimo si la incluyeran, yo fui para conocer no solo la ciudad de Zaruma, sino también sus parroquias, y pienso que habría sido excelente que el alojamiento nos hubiera brindado la opción de contratar a un guía turístico y realizar más actividades dentro de ella.

**¿Cree que un análisis de satisfacción de los huéspedes mejoraría el nivel de calidad que estos ofrecen a los turistas?**

Claro que sí, es importantísimo porque es la única manera en la que puedes saber las necesidades de tus huéspedes y que mejorar o en qué mantenerte.



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Viejó Toro Valeria Paola** con C.C: # 0972576264 autora del trabajo de titulación: **Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios de alojamiento turístico en el Cantón Zaruma, Provincia de El Oro**, previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN TURISMO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, a los 21 del mes de septiembre del año 2022**

---

Nombre: **Viejó Toro, Valeria Paola**

C.C: **0927576264**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	<b>Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios de alojamiento turístico en el Cantón Zaruma, Provincia de El Oro.</b>		
<b>AUTOR(ES)</b>	<b>Valeria Paola Viejó Toro</b>		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	<b>Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs.</b>		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Turismo		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciada en Turismo		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>21 de septiembre del año 2022</b>	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	<b>76</b>
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Calidad de servicio, Bienestar local, Crecimiento económico y social		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	<i>Foda cruzado, Nivel de satisfacción, Alojamientos Turísticos, estrategias, Zaruma, Análisis.</i>		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	El presente trabajo tiene como finalidad analizar el nivel de satisfacción de los usuarios de los alojamientos turísticos del cantón Zaruma, Provincia del Oro, donde el principal objetivo es diagnosticar las necesidades de los turistas en el sector hotelero del cantón en el año 2019, para ello se tuvo que establecer un método deductivo con enfoque de investigación mixto que se dio a través de encuestas y entrevistas realizadas a los clientes que hicieron uso de las instalaciones en dicho año, con esto se determinó que la falta de infraestructura, el escaso servicio de A&B en los alojamientos y la ausencia de guías turísticos genere un nivel de satisfacción por debajo de la media, para ello se ha escogido realizar el análisis FODA cruzado para poder identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del cantón Zaruma, finalmente se propone estrategias que beneficien tanto al personal hotelero como a las comunidades locales, para un mejoramiento de nivel de satisfacción de los usuarios de los alojamientos del Cantón Zaruma, generando un desarrollo social y económico.		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>+593997577111</b>	E-mail: <a href="mailto:valeriviej6@hotmail.com">valeriviej6@hotmail.com</a> Valeria.viejo@cu.ucsg.edu.ec	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana</b>		
	<b>Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049</b>		
	<b>E-mail: teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec</b>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			