



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E
INFORMÁTICA

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA

FORMA: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

“SERVICIO EN LOS HOTELES DE 3 ESTRELLAS DE PUERTO AYORA, ISLA
SANTA CRUZ, Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL HUÉSPED COMO
FACTOR DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO GALÁPAGOS, AÑO 2025”

AUTORA:

REBECA JACQUELINE GUACHI BIMBOSA

DIRECTORA:

LIC. VERÓNICA MARIBEL ARCOS BÓSQUEZ

GUARANDA – ECUADOR

2026

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

SERVICIO EN LOS HOTELES DE 3 ESTRELLAS DE PUERTO AYORA,
ISLA SANTA CRUZ, Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL HUÉSPED
COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO GALÁPAGOS, AÑO 2025

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su compañía durante el desarrollo de este trabajo, por concederme la salud, fuerza y sabiduría necesaria para culminar mis estudios. Expreso mi gratitud a mi familia especialmente a mi madre María Bimbosa y mi padre José Guachi, por darme la oportunidad de estudiar una carrera universitaria y por su apoyo incondicional, De mis amigos, a Sofia Leon por todas las veces que requería consejos y ayuda, a Tatiana por guiarme, Tiffany y Mirka por sus consejos, a Rud Yanzaguano por estar para mí, para concluir a Erika y Bruss quienes han sido mi compañía hasta terminar mi etapa universitaria, por las risas compartidas y por las veces que tocaba ser fuerte, me apoyaron cualquier decisión que tomara, siempre estuvieron ahí, los amo con todo mi corazón gracias por estar para mí. De igual manera, agradezco a Jeffrey Ulloa por acompañarme en los momentos buenos y difíciles, finalmente a Dario Manobanda por brindarme su apoyo durante mi etapa universitaria.

De igual manera, reconozco a la Universidad Estatal de Bolívar, por brindarme la oportunidad de estudiar en su institución, oportunidad que me ayudo a adquirir habilidades que me permitieron crecer de forma académica y personal, a todos los docentes por los saberes adquiridos durante toda mi etapa universitaria.

Expreso mi agradecimiento a mi directora de tesis, Lic. Verónica Arcos, por su constante acompañamiento académico, por aportar su visión profesional y sus valiosas aportaciones durante todo el proceso investigativo. Asimismo, agradezco a mi primer par académico, Lic. María Fernanda, por transmitirme nuevos conocimientos por sus observación y sugerencias que me permitió mejorar el presente trabajo. Finalmente, extendiendo mi reconocimiento a mi segundo par académico, Ing. Silvana del Salto, por su orientación, dedicación y por brindarme las herramientas necesarias, para concluir con éxito este estudio.

Rebeca Jacqueline Guachi Bimbosa.

DEDICATORIA

Dedico esta meta cumplida a Dios, por acompañarme en cada paso que doy en mi vida, por brindarme salud y sabiduría, por cuidar a todos mis seres queridos, por la vez que estaba en mi momento más vulnerable y enviarme a mi hijo Oliver y a lot por cuidarme y a cuidar de él, por nunca dejarme sola, por el tumor que un día me diagnosticaron y porque yo sé que tu hiciste que ese tumor desapareciera, dedico a mis padres María Bimbosa y José Guachi, gracias por enseñarme hacer independiente por los valores enseñados, por siempre aconsejarme y decirme “Que no me preocupe por dinero, que elija el camino que sea correcto para mí y cualquier decisión que tome estará bien”. A mi hermana Verónica Guachi porque pese que yo no solía hablar con nadie, ella me preguntaba si estaba bien o como me estaba yendo en la U, a mi prima Damaris Bimbosa por escucharme y aconsejarme, por las risas y las lágrimas derramadas

Este logro lo dedico a mi compañero de vida a Josue Machuca, gracias por siempre decirme que yo puedo lograr todo lo que me propongo, me viste crecer económicamente y ahora en lo profesional, cuidaste de mí cuando yo ya quería tirar todo por un borde, siempre me recordabas que no me dé por vencida, gracias por ese amor que me tienes, por no dudar de mi ni por un momento, recuerdo la vez que me mencionaste que sacaría 10 y yo dude mucho de mí, aquí el resultado mi vida. Te amo mucho.

Rebeca Jacqueline Guachi Bimbosa.

CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN



UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
TURISMO Y HOTELERÍA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Lic. Verónica Maribel Arcos Bósquez, Lic. María Fernanda Quintana Saltos e Ing. Doly Silvana Del Salto Dávila, en su orden Directora y Pares Académicos del Trabajo de Integración Curricular “Servicio en los hoteles de 3 estrellas de Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, y su relación con la satisfacción del huésped como factor de competitividad del destino Galápagos, año 2025” desarrollado por la señorita Rebeca Jacqueline Guachi Bimbosa.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Integración Curricular en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la carrera TURISMO Y HOTELERÍA, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 30 de enero del 2026

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Verónica', with a large, sweeping flourish extending to the right.

Lic. Verónica Maribel Arcos Bósquez
Directora

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. Quintana', with a large, sweeping flourish extending to the right.

Lic. María Fernanda Quintana Saltos
Par Académico

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Doly Silvana', with a large, sweeping flourish extending to the right.

Ing. Doly Silvana Del Salto Dávila
Par Académico

DERECHOS DE AUTOR

Yo Rebeca Jacqueline Guachi Bimbosa portador de la Cédula de Identidad No 2000116794 en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: Servicio en los hoteles de 3 estrellas de Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, y su relación con la satisfacción del huésped como factor de competitividad del destino Galápagos, año 2025, modalidad Proyecto de Investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedo a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

La autora declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Rebeca Jacqueline Guachi Bimbosa



Rebeca Jacqueline Guachi Bimbosa

ÍNDICE

PORTADA.....	I
TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN.....	V
DERECHOS DE AUTOR.....	VI
ÍNDICE.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS	XII
TABLA DE ILUSTRACIÓN	XV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XV
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN	3
ABSTRACT.....	4
QUECHUA.....	5
CAPÍTULO I	6
1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	6
1.1. Descripción del Problema	6
1.2. Formulación del Problema	7
1.3. Preguntas de Investigación.....	7
1.4. Justificación.....	8
1.5. Objetivos	9
1.5.1. Objetivo General	9
1.5.2. Objetivos Específicos	9

1.6. Idea a Defender	10
CAPÍTULO II.....	11
2. MARCO TEÓRICO	11
2.1. Antecedentes	11
2.2. Marco Científico.....	13
2.3. Marco Conceptual	16
2.3.1. Actividades Turísticas	16
2.3.2. Calidad	16
2.3.3. Competitividad	16
2.3.4. Demanda Turística	17
2.3.5. Destino	17
2.3.6. Experiencia.....	17
2.3.7. Fidelidad.....	17
2.3.8. Gestión Hotelera.....	17
2.3.9. Hospedaje	18
2.3.10. Hotel.....	18
2.3.11. Huésped.....	18
2.3.12. Infraestructura Turística	18
2.3.13. Requisitos de categorización	18
2.3.14. Satisfacción del huésped.....	19
2.3.15. Servicio.....	19
2.4. Marco legal.....	19
2.5. Marco Georreferencial.....	29

CAPÍTULO III.....	32
3. METODOLOGÍA.....	32
3.1. Tipo de Investigación	32
3.1.1. Investigación Básica.....	32
3.1.2. Investigación exploratoria	33
3.1.3. Investigación descriptiva	33
3.1.4. Investigación de campo	33
3.1.5. Investigación documental.....	34
3.1.6. Investigación no experimental.....	34
3.1.7. Investigación Transversal.....	34
3.2. Enfoque de la investigación	35
3.2.1. Investigación cuantitativa.....	35
3.2.2. Investigación cualitativa.....	36
3.3. Métodos de Investigación.....	36
3.3.1. Métodos Analítico	36
3.3.2. Método sintético	36
3.3.3. Método inductivo	37
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos	37
3.4.1. Población y Muestra.....	38
3.4.2. Procesamiento de la Información	39
CAPÍTULO IV.....	41
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	41
4.1. Identificación de los niveles actuales de calidad de servicio implementados en los	

hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora.....	41
4.1.1. Presentación y análisis de datos.....	41
4.1.2. Dimensión de Tangibilidad	42
4.1.3. Dimensión de Confiabilidad.....	44
4.1.4. Dimensión de Capacidad de Respuesta y Empatía.....	45
4.1.5. Dimensión de Competencia y Profesionalismo	47
4.1.6. Dimensión de Calidad de los Servicios por Dimensión y Establecimiento	48
4.1.7. Discusión.....	49
4.2. Grado de satisfacción de los huéspedes a partir de su experiencia en dichos establecimientos.....	52
4.2.1. Presentación y análisis de datos.....	52
CAPÍTULO V.....	91
5. PROPUESTA	91
5.1. Título	91
5.2. Introducción.....	91
5.3. Objetivo	92
5.3.1. Objetivo General	92
5.3.2. Objetivo Específicos.....	92
5.4. Desarrollo	92
5.4.1. Identificación de factores críticos que inciden en la calidad del servicio hotelero	92
5.5. Diseñar Estrategias de Mejoras que Fortalezcan la Calidad del Servicio Hotelero para Incrementar la Competitividad del Destino Turística	100

5.5.1.	Matriz FODA Cruzada (TOWS)	100
5.5.2.	Matriz de Vinculación Estratégica para la Mitigación de Puntos Críticos	103
5.5.3.	Análisis de Brechas y Vulnerabilidades Estratégicas	104
5.5.4.	Proponer un Plan de Implementación de las Estrategias de Mejora	105
5.5.5.	Implementación, Inversión para la Mitigación de Puntos Críticos.....	105
5.5.6.	Implementación, Inversión y Brechas Criticas	106
	CONCLUSIONES	108
	RECOMENDACIONES	109
	BIBLIOGRAFÍA	110
	ANEXOS	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos para el Primer Objetivo</i>	37
Tabla 2 <i>Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos para el Segundo Objetivo</i>	38
Tabla 3 <i>Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos para el Tercer Objetivo</i>	38
Tabla.4 <i>Evaluación de la Dimensión de Tangibilidad en Hoteles de tres estrellas en Puerto Ayora</i>	42
Tabla.5 <i>Evaluación de la Dimensión de Tangibilidad en Hoteles de tres estrellas en Puerto Ayora</i>	42
Tabla.6 <i>Evaluación de la Dimensión de Tangibilidad en Hoteles de tres estrellas en Puerto Ayora</i>	43
Tabla 7 <i>Evaluación de la Dimensión de Confiabilidad en Hoteles 3 Estrellas en Puerto Ayora</i>	44
Tabla 8 <i>Evaluación de la Dimensión de Confiabilidad en Hoteles 3 Estrellas en Puerto Ayora</i>	44
Tabla 9 <i>Evaluación de la Dimensión de Confiabilidad en Hoteles 3 Estrellas en Puerto Ayora</i>	44
Tabla 10 <i>Evaluación de la Capacidad de Respuesta y Empatía en Hoteles 3 Estrellas en Puerto Ayora</i>	45
Tabla 11 <i>Evaluación de la Capacidad de Respuesta y Empatía en Hoteles 3 Estrellas en Puerto Ayora</i>	46
Tabla 12 <i>Evaluación de la Capacidad de Respuesta y Empatía en Hoteles 3 Estrellas en Puerto Ayora</i>	46
Tabla 13 <i>Evaluación de la Competencia y Profesionalismo en Hoteles 3 Estrellas</i>	47
Tabla 14 <i>Evaluación de la Competencia y Profesionalismo en Hoteles 3 Estrellas</i>	47
Tabla 15 <i>Evaluación de la Competencia y Profesionalismo en Hoteles 3 Estrella</i>	48
Tabla 16 <i>Nivel Global de la Calidad de los Servicios por Dimensión y Establecimiento</i> . 48	
Tabla.17 <i>Lugar de Procedencia del Huésped de los Hoteles 3 Estrellas de Puerto Ayora</i>	52
Tabla 18 <i>Rango de Edad de Huésped de los Hoteles 3 Estrellas de Puerto Ayora</i>	54
Tabla.19 <i>Género del Huésped de los Hoteles 3 Estrellas de Puerto Ayora</i>	56
Tabla 20 <i>Estado Civil del Huésped de los Hoteles 3 Estrellas en Puerto Ayora</i>	58
Tabla 21 <i>Evaluación del área de recepción y atención de los de los Hoteles 3 Estrellas en Puerto Ayora</i>	59
Tabla 22 <i>Evaluación del área de recepción y atención de los establecimientos por parte de los huéspedes</i>	61
Tabla 23 <i>Evaluación del área de recepción y atención de los establecimientos por parte de los huéspedes</i>	62

Tabla 24 Evaluación del área de instalaciones y equipamiento de los establecimientos por parte de los huéspedes.....	63
Tabla 25 Evaluación del área de instalaciones y equipamiento de los establecimientos por parte de los huéspedes.....	65
Tabla 26 Evaluación del área de limpieza y mantenimiento de los establecimientos por parte de los huéspedes.....	67
Tabla 27 Evaluación del área de limpieza y mantenimiento de los establecimientos por parte de los huéspedes.....	68
Tabla 28 Evaluación del área de limpieza y mantenimiento de los establecimientos por parte de los huéspedes.....	70
Tabla 29 Evaluación del área de atención al cliente de los establecimientos por parte de los huéspedes	71
Tabla 30 Evaluación del área de atención al cliente de los establecimientos por parte de los huéspedes	72
Tabla 31 Evaluación del área de atención al cliente de los establecimientos por parte de los huéspedes	74
Tabla.32 Evaluación del área de restaurante y alimentación de los establecimientos por parte de los huéspedes.....	76
Tabla 33 Evaluación del área de restaurante y alimentación de los establecimientos por parte de los huéspedes.....	77
Tabla 34 Evaluación del área de restaurante y alimentación de los establecimientos por parte de los huéspedes.....	78
Tabla 35 Evaluación del área de satisfacción general y competitividad de los establecimientos por parte de los huéspedes.....	80
Tabla 36	82
Tabla 37 Evaluación del área de satisfacción general y competitividad de los establecimientos por parte de los huéspedes.....	83
Tabla 38 Evaluación del área de satisfacción general y competitividad de los establecimientos por parte de los huéspedes.....	85
Tabla 39 Evaluación del área de satisfacción general y competitividad de los establecimientos por parte de los huéspedes.....	87
Tabla 40 Matriz F.O.D.A	93
Tabla 41 Matriz de identificación de los Puntos Críticos	94
Tabla 42 Matriz de Causa y Efecto del sector hotelero tres estrellas en Puerto Ayora	96
Tabla 43 Matriz Depurada de Debilidades y Amenazas del sector hotelero tres estrellas en Puerto Ayora	97
Tabla 44 Diagnóstico Situacional Matriz F.O.D.A del sector hotelero tres estrellas en Puerto Ayora	99
Tabla 45 Matriz F.O.D.A. TOWS del sector hotelero tres estrellas en Puerto Ayora	101
Tabla 46 Matriz de Vinculación Estratégica, para Mitigar los Puntos Críticos del Sector Hotelero Tres Estrellas en Puerto Ayora	103

Tabla 47 Matriz de Brechas y Vulnerabilidades Estratégicas del sector hotelero tres estrellas en Puerto Ayora.....	104
Tabla 48 Matriz de Implementación, Inversión para la Mitigación de Puntos Críticos	105
Tabla 49 Matriz de Implementación, Inversión y Brechas Críticas.....	106

TABLA DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 <i>Ubicación del cantón Santa Cruz y Puerto Ayora en la provincia de Galápagos</i>	29
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	
<i>Lugar de Procedencia</i>	53
Gráfico 2	55
Gráfico 3	
<i>Género</i>	57
Gráfico 4	
<i>Estado Civil</i>	59
Gráfico 5	
<i>Actitud del personal</i>	60
Gráfico 6	
<i>Atención rápida y eficiente</i>	62
Gráfico 7	
<i>Conformidad con la información recibida sobre los servicios del hotel</i>	63
Gráfico 8	
<i>Calidad y velocidad del Wifi</i>	65
Gráfico 9	
<i>Funcionamiento y estado de las instalaciones del hotel</i>	66
Gráfico 10	
<i>Limpieza y mantenimiento de las áreas comunes</i>	68
Gráfico 11	
<i>Estado y limpieza de las habitaciones</i>	69
Gráfico 12	
<i>Mantenimiento de muebles y equipos</i>	70
Gráfico 13	
<i>Disponibilidad del personal</i>	72
Gráfico 14	
<i>Capacidad del personal para brindar soluciones</i>	73
Gráfico 15	
<i>Interés y servicios del personal</i>	75
Gráfico 16	
<i>Orden y limpieza del comedor</i>	76
Gráfico 17	
<i>Calidad del desayuno</i>	78
Gráfico 18	
<i>Durante el servicio de restaurante, ¿está satisfecho(a) con la atención brindada?</i>	79

Gráfico 19	
<i>Relación calidad–precio</i>	81
Gráfico 20	
<i>Accesibilidad y ubicación del hotel</i>	83
Gráfico 21	
<i>Cumplimiento de expectativas</i>	84
Gráfico 22	
<i>Intención de recomendación</i>	86
Gráfico 23	
<i>Accesibilidad en las instalaciones</i>	88

INTRODUCCIÓN

El turismo constituye un sector estratégico a nivel mundial debido a su aporte al crecimiento económico, la generación de empleo y el fortalecimiento de la interacción sociocultural. En este contexto, la calidad de los servicios se ha convertido en un factor determinante para la satisfacción del cliente y la competitividad de los destinos. Dentro de esta dinámica, los establecimientos hoteleros cumplen un papel fundamental como responsables directos de la experiencia integral del huésped.

La presente investigación analiza la calidad del servicio en los hoteles de categoría tres estrellas de Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, con el propósito de evaluar su incidencia en la satisfacción del visitante y en la competitividad del destino Galápagos. El estudio surge ante la identificación de limitaciones en la atención al cliente y en la gestión administrativa y operativa, aspectos que pueden afectar la experiencia del huésped y el posicionamiento del sector hotelero local. Frente a esta realidad, se plantea la necesidad de examinar la situación actual de estos establecimientos y proponer estrategias de mejora orientadas al fortalecimiento de la calidad del servicio.

El presente trabajo de investigación se organiza en cinco capítulos, estructurados de la siguiente manera:

Capítulo I. Formulación General del Proyecto. Comprende la descripción y formulación del problema de investigación. En este capítulo se establecen las preguntas que guían el desarrollo del estudio, la justificación que sustenta su relevancia académica y social, así como el objetivo general, los objetivos específicos y la idea a defender.

Capítulo II. Marco Teórico. Este capítulo incluye la revisión de antecedentes académicos y artículos de investigación, los cuales sirven de base para contextualizar el problema de estudio. Asimismo, se integran aportes de diversos autores que sustentan los aspectos científicos, conceptuales, legales y georreferenciales.

Capítulo III. Metodología. En este apartado se describe la metodología aplicada, especificando el enfoque y el tipo de investigación. De igual manera, se detallan las técnicas e instrumentos utilizados, la población y la muestra seleccionada, así como el proceso de recolección y análisis de la información.

Capítulo IV. Resultados y Discusión. Presenta los resultados obtenidos a partir del trabajo de campo. Posteriormente, se realiza su análisis e interpretación, lo que permite su estudio y validación en función de los objetivos planteados.

Capítulo V. Propuesta. Esta parte del estudio consiste en la formulación de estrategias de mejora orientadas a fortalecer la calidad del servicio hotelero en los establecimientos de tres estrellas de Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, con el propósito de contribuir a la competitividad del destino Galápagos. Para ello, se elabora una matriz FODA que permite plantear estrategias alineadas con las necesidades identificadas.

Finalmente, se presentan las conclusiones que reflejan el cumplimiento de los objetivos específicos. En función de los hallazgos obtenidos, se formulan recomendaciones orientadas al mejoramiento continuo del sector hotelero analizado.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general evaluar la relación entre la calidad del servicio en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora, la satisfacción del huésped y la competitividad del destino Galápagos durante el año 2025. Se empleó una metodología de enfoque mixto, de tipo básica, con alcance descriptivo y diseño no experimental de corte transversal. La recolección de información se realizó mediante la aplicación de encuestas a huéspedes y observación directa, utilizando estadística descriptiva para la interpretación de los datos. Los hallazgos demostraron que la calidad del servicio presentó un nivel aceptable, destacándose la limpieza y la amabilidad del personal como los aspectos mejor valorados. No obstante, se identificaron debilidades críticas en infraestructura, conectividad Wi-Fi y mantenimiento de equipos. Se determinó que estas deficiencias influyeron directamente en la satisfacción del cliente, limitando el posicionamiento competitivo del sector. A partir del diagnóstico realizado mediante matrices FODA, Puntos críticos, Causa-efecto y TOWS, se diseñaron estrategias orientadas a la capacitación del personal, la estandarización de procesos y la mejora de la infraestructura. En conclusión, la calidad del servicio es un factor determinante en la competitividad del destino. Se recomienda implementar protocolos operativos estandarizados y optimizar la infraestructura tecnológica para consolidar el estándar de calidad en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora.

Palabras claves: calidad, competitividad turística, destino, gestión hotelera, satisfacción del huésped.

ABSTRACT

The general objective of this research was to evaluate the relationship between service quality in three-star hotels in Puerto Ayora, guest satisfaction, and the competitiveness of the Galápagos destination by 2025. A mixed-methods approach was used, with a basic, descriptive scope and a non-experimental, cross-sectional design. Data collection was carried out through guest surveys and direct observation, using descriptive statistics for data interpretation. The findings demonstrated that service quality was at an acceptable level, with cleanliness and staff friendliness being the most highly valued aspects. However, critical weaknesses were identified in infrastructure, Wi-Fi connectivity, and equipment maintenance. It was determined that these deficiencies directly influenced customer satisfaction, limiting the sector's competitive positioning. Based on the diagnosis carried out using SWOT, Critical points, Cause-and-effect, and TOWS matrices, strategies were designed focusing on staff training, process standardization, and infrastructure improvement. In conclusion, service quality is a determining factor in the destination's competitiveness. It is recommended to implement standardized operating protocols and optimize the technological infrastructure to consolidate the quality standard in the three-star hotels of Puerto Ayora.

Keywords: quality, tourism competitiveness, destination, hotel management, guest satisfaction.

QUECHUA

Kay investigacionpa objetivo generalninqa karqan chaninchanapaqmi chay relación nisqa calidad de servicio nisqawan kimsa quyllur hotelkunapi Puerto Ayora llaqtapi, invitadokunapa satisfacción nisqawan, chaynallataq Galápagos destino nisqapa competitividad nisqawan 2025. Huk enfoque mixto-métodos nisqawanmi llamkachisqa karqa, huk alcance básico, descriptivo nisqawan chaymanta huk diseño mana experimental nisqawan, transversal nisqawan. Willakuy huñuyqa ruwakurqa encuestas invitados nisqawan, directa observación nisqawan ima, estadística descriptiva nisqawan datos interpretacionpaq. Chay tarisqankum qawachirqa calidad de servicio nisqa allin chaskisqa nivelpi kasqanmanta, chaypim chuya kaywan hinaspa llamkaqkunapa amistadninwan aswan chaninchasqa aspectokuna karqa. Ichaqa, infraestructura, Wi-Fi tinkiypi, equipokuna allichaypi ima, sinchi pisi kallpakuna riqsisqa karqa. Determinasqam karqa kay deficienciakuna directamente influye satisfacción de clientes nisqapi, chaymi limitarqa sectorpa posición competitiva nisqa. FODA, Puntos criticos nisqakuna, Causa-y-efecto, TOWS matrices nisqawan ruwasqa diagnóstico nisqapi hapipakuspam, estrategiakunam ruwasqa karqa, chaypim llamkaqkunapa yachachikuyninpi, proceso estandarización nisqapi, infraestructura nisqa allinchaypipas. Tukuchinapaq, calidad servicio kaqmanta huk factor determinante kan chay destinopa atipanakuyninpi. Yuyarikunmi protocolos operativos estandarizados nisqakunata ruwanankupaq, chaynallataq infraestructura tecnológica nisqatapas allinta ruwanapaq, chaynapi Puerto Ayora llaqtapi kimsa quyllur hotelkunapi calidad nisqa normata takyachinapaq.

Sapaq simikuna: calidad, turismo competitividad, destino, gestión hotelera, satisfacción invitado.

CAPÍTULO I

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del Problema

El turismo representa un sector estratégico para el desarrollo económico global, cuya estabilidad depende directamente de la calidad en la gestión operativa de los servicios. En la actualidad, la competitividad de un destino reside en la administración eficiente de los establecimientos de alojamiento. En este sentido, la actividad turística posee un alto potencial para impulsar el crecimiento económico, siempre que se implementen estrategias de gestión orientadas a elevar los niveles de satisfacción del cliente (González et al., 2023).

A nivel global, esta industria ha permitido la expansión de la hotelería. Según Morillo (2011), esta actividad impulsa el crecimiento del sector hotelero y de otras áreas económicas, debido a que el incremento en el ingreso de turistas a los países posibilita la prestación de servicios de alojamiento y la generación de nuevas oportunidades laborales. No obstante, la ausencia de estrategias administrativas orientadas a la calidad y a la atención al cliente limita la llegada de nuevos visitantes y la generación de recomendaciones positivas, lo que afecta de manera negativa en la imagen y competitividad de los establecimientos.

Por lo tanto, a nivel nacional e internacional, en el sector hotelero se han implementado estrategias de mejora enfocadas en la experiencia del cliente, lo que ha convertido a la calidad y a los servicios ofrecidos en elementos esenciales del negocio. Esto permite garantizar la satisfacción del huésped y recomendaciones, de acuerdo con la investigación de Papallou et al. (2024).

A nivel regional, el archipiélago de Galápagos se posiciona como uno de los principales destinos turísticos del mundo por su alto nivel de demanda internacional.

A inicios del año 2025, se registró el ingreso de 145.655 turistas, lo que representó un incremento del 2% en comparación con el mismo periodo del año 2024. Este crecimiento demuestra la importancia del turismo para la economía local y la necesidad de fortalecer la gestión de la calidad en los servicios turísticos, de acuerdo con el estudio de la Dirección del Parque Nacional Galápagos (2025).

A pesar del crecimiento sostenido de la actividad turística en las Islas Galápagos, se ha evidenciado que no todos los establecimientos hoteleros logran ofrecer un servicio acorde con las expectativas de los visitantes. En los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora se han presentado quejas relacionadas con la atención del personal, tiempos de respuesta, estado de las instalaciones y nivel de profesionalismo en el servicio.

Estas deficiencias generan insatisfacción en los huéspedes y afectan directamente la imagen del destino turístico, reduciendo la posibilidad de fidelización y recomendación. La falta de procesos estandarizados y de capacitación continua del personal limita la competitividad de los establecimientos frente a otras alternativas de alojamiento.

En este contexto, surge la necesidad de analizar la calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción del huésped, con el propósito de identificar debilidades y proponer acciones de mejora que contribuyan al fortalecimiento del sector.

1.2. Formulación del Problema

¿Cómo influye la calidad del servicio en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, en la satisfacción del huésped como factor en la competitividad del destino Galápagos en el año 2025?

1.3. Preguntas de Investigación

¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los huéspedes en los hoteles de tres estrellas en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz?

¿Cuál es el grado de satisfacción de los huéspedes en hoteles de tres estrellas en Puerto Ayora?

¿Qué estrategias de mejora pueden implementarse para fortalecer la calidad del servicio y la competitividad del destino?

1.4. Justificación

El presente estudio surge de la necesidad de diagnosticar la satisfacción del huésped en los hoteles de tres estrellas, donde la experiencia del cliente representa un factor determinante para la generación de sugerencias, fidelización y la competitividad en el ámbito turístico. Esta investigación se considera esencial ya que, a pesar de la relevancia del turismo para la economía local, existen limitaciones en la calidad de los servicios que impactan directamente en la percepción del visitante. Bajo este contexto, se desarrolló un análisis situacional en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, con el objetivo de identificar debilidades y amenazas para establecer medidas de mejora y potenciar las fortalezas y oportunidades del destino, especialmente en un entorno donde la gestión de servicios aún carece de estándares de calidad definidos.

La investigación ayudó a establecer un vínculo directo entre la calidad de los servicios prestados y el nivel de satisfacción de los clientes. Al analizar cómo los clientes calificaron la atención recibida, las instalaciones y otros factores asociados con la hospitalidad, fue posible establecer estrategias que dieron respuesta de forma precisa a las necesidades del mercado. Además, se garantizan experiencias positivas que motivarán la repetición de visitas, lo que promoverá el reconocimiento internacional del archipiélago y asegurará su competitividad frente a otros sitios turísticos.

Los resultados de este estudio se reflejan tanto en el ámbito académico como en el sector social y empresarial. En el ámbito académico, la investigación brindó aportes teóricos y prácticos para futuras investigaciones vinculadas con la gestión de calidad en

hotelería. En el ámbito empresarial, aportó a gerentes y propietarios de hoteles información precisa respecto a las expectativas y opiniones de sus clientes, lo que promoverá la aplicación de mejoras que optimicen su rentabilidad. En el ámbito social, los clientes obtendrán servicios más adaptados a sus demandas, y generará experiencias satisfactorias y fomentará recomendaciones.

Los principales beneficiarios directos de la investigación son los propietarios y administradores hoteleros, quienes tendrán la posibilidad de mejorar sus estrategias de servicio, junto a los trabajadores del sector mediante el incremento de la demanda y la estabilidad laboral. De forma indirecta, la comunidad local se beneficiará mediante un mayor impulso económico y mejores oportunidades de desarrollo, mientras que los clientes recibirán servicios de calidad que promoverán un círculo virtuoso entre oferta y demanda. El estudio se basó en antecedentes nacionales e internacionales que resaltan la importancia de la satisfacción del cliente, la atención personalizada y la innovación para garantizar la competitividad hotelera. En consecuencia, este trabajo propone un modelo de gestión más eficiente.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Evaluar la relación entre la calidad del servicio en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora, la satisfacción del huésped y la competitividad del destino Galápagos durante el año 2025.

1.5.2. Objetivos Específicos

1. Identificar los niveles actuales de calidad de los servicios implementados en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora.

2. Analizar el grado de satisfacción de los huéspedes a partir de su experiencia en dichos establecimientos.

3. Proponer estrategias de mejora para fortalecer la calidad del servicio hotelero y aumentar la competitividad del destino.

1.6. Idea a Defender

La implementación de estrategias de gestión de calidad en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora mejora la satisfacción del huésped y fortalece la competitividad del destino Galápagos.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se realizó una recopilación de información que sirvió de respaldo a la investigación, a través de referencias investigativas, científicas, conceptuales, legales y georreferenciales.

2.1. Antecedentes

En la presente investigación se adjuntaron antecedentes académicos que evidencian la relación entre la calidad del servicio hotelero, la satisfacción del cliente y la competitividad del destino turístico:

A nivel mundial, el estudio realizado por Infante & López (2023) sobre la relación entre la calidad de los servicios y la satisfacción del cliente en el Hotel Novotel de Lima en el 2021, presentó una metodología basada en un enfoque cuantitativo, de diseño de investigación no experimental transversal, con una muestra de 217 huéspedes, los cuales se encontraron registrados en ese año, el instrumento utilizado fue SERVPERF y su análisis Rho de Spearman. Los principales hallazgos mostraron factores que influyen de forma directa en la fidelización del cliente y recomendación del destino turístico.

Por otro lado, Rivas et al. (2022) evaluaron la competitividad de las empresas turísticas en Perú, mediante un enfoque comparativo apoyado de encuestas y análisis estadísticos. Los hallazgos indicaron que el tamaño organizacional, la experiencia y las certificaciones de calidad influyeron de forma directa en la competitividad. Además, señalaron la necesidad de adaptar los servicios hoteleros para fortalecer la satisfacción de los clientes en un mercado global.

A nivel nacional, López (2021) evaluó la gestión de calidad y la satisfacción del cliente en hoteles del cantón Salinas, mediante un estudio descriptivo con encuestas y análisis de procesos de control y mejora de servicios. Se demostraron desacuerdos con

las expectativas de los clientes y la calidad recibida en los hoteles de Salinas, concluyendo que la implementación de un sistema de gestión de calidad permitiría fortalecer la competitividad del destino turístico.

Asimismo, Menoscal (2025) propuso analizar la calidad de los hoteles tres estrellas del cantón Salinas, aplicando un enfoque mixto que combinó encuestas a clientes y entrevistas al personal. Los resultados mostraron que, si bien la mayoría de los estándares del Ministerio de Turismo se cumplían, persistían deficiencias en la atención al cliente y en algunos servicios, afectando la experiencia del turista. Este estudio aporta información valiosa para el desarrollo de un sistema de gestión de calidad orientado a la fidelización del cliente.

A nivel regional, la investigación de Pilla (2020) analizó la importancia del turismo en el crecimiento económico de la provincia de Galápagos, aplicando métodos analíticos y descriptivos sobre datos secundarios mediante modelos estadísticos. Se encontró que el turismo ha contribuido significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) provincial desde 2012, con un aumento constante del Valor Agregado Bruto (VAB) turístico y una correlación positiva con el VAB total. Los servicios de alojamiento y alimentación se identificaron como los factores más relevantes para mantener la competitividad y la satisfacción del visitante, mostrando un vínculo directo del 3,59 % entre el crecimiento turístico y el crecimiento económico provincial.

Por último, Aguilar (2022) señaló la importancia de estudiar la oferta hotelera en el cantón San Cristóbal, provincia Galápagos, donde se aplicó un enfoque descriptivo con diseño no experimental, utilizando encuestas y observación directa para recopilar datos de turistas y operadores, los resultados más relevantes destacaron que las instalaciones de hospedaje evidenciaron deficiencias en la mejora de servicios, capacitación del personal.

La investigación mostró como plantear estrategias orientadas a fortalecer la competitividad del sector turístico y la experiencia del turista.

En conjunto, estos antecedentes muestran que la calidad del servicio hotelero y la satisfacción del cliente son factores determinantes para la competitividad de los destinos turísticos, tanto a nivel internacional como nacional y regional, respaldando la pertinencia de la presente investigación.

2.2. Marco Científico

El presente proyecto defendió teorías y criterios que hicieron posible entender como la calidad del servicio en hoteles intervino en la satisfacción del huésped y en la competitividad del destino.

La teoría del turismo se enfocó en analizar y comprender de forma organizada, los procesos involucrados en la actividad turística, evaluando elementos como los intereses del cliente, los hábitos de comportamiento y efectos económicos, sociales y culturales en las áreas turísticas. Esta teoría aportó un marco analítico que guió la planificación y administración de los servicios del sector turístico, tal como lo propone (Arias, 2023).

Según Cervantes et al. (2023), el turismo es la principal fuente de ingresos y generación de empleo a nivel global. Su significativo impacto económico ha impulsado a naciones desarrolladas y en vías de desarrollo a intensificar la inversión en infraestructura y promoción estratégica.

La teoría de la hospitalidad, analizó la relación entre el personal y los clientes, se estableció que la calidad del servicio, la atención, y la experiencia cumplió un rol esencial en la satisfacción y la lealtad del cliente. Según Escamilla y Segovia (2024), la hospitalidad conformó un pilar esencial que aseguró la calidad en la oferta turística, fortaleciendo la confianza en los hoteles.

Tal como plantea Alves y Barcellos (2019), la hospitalidad se enfocó en ofrecer

seguridad y comodidad, tanto físico como psicológica a los visitantes a cargo de un anfitrión.

La hospitalidad resultó esencial en la experiencia turística, los servicios de atención al cliente por parte del personal, combinados con el bienestar y comodidad del visitante aseguró la calidad de la oferta turística. La correcta administración garantizó la experiencia del cliente, fortaleció la confianza en los servicios.

La teoría sobre la gestión del talento humano, indicó que el personal fue el factor estratégico clave de una organización para lograr objetivos compartidos, el desempeño influyó directamente en la productividad y rentabilidad empresarial. De acuerdo con Flores (2019), una gestión adecuada del recurso humano facilitó la mejora de la rentabilidad empresarial, demostrando que el rendimiento de una organización dependió principalmente de la gestión eficaz del personal que de los bienes materiales y económicos.

La gestión del talento humano resultó crucial para el éxito empresarial, al permitir administrar adecuadamente las habilidades del personal y optimizar su desempeño laboral.

Gaspar (2021), sostuvo que una correcta gestión incentivó la motivación y el compromiso, impulsando la competitividad empresarial. Ambas teorías coincidieron que la gestión del talento humano se basó en la aplicación y organización del personal, como la ejecución de procesos claros, correcta comunicación y continua motivación del personal. Esta estrategia no solo optimizó la productividad, mejoró el entorno de trabajo, promovió la colaboración, la equidad y la satisfacción del personal. Reflejando que el éxito de una organización dependió de un adecuado manejo de recursos.

La teoría de la calidad del servicio se fundamenta en el modelo SERVQUAL, propuesto originalmente por Parasuraman et al. (1988), quienes establecieron que la

percepción del cliente se basa en dimensiones como la Tangibilidad, Confiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y la Empatía. Estos conceptos mantienen su vigencia en el sector hotelero actual, tal como lo señalan Rodríguez et al. (2025) quienes destacan la importancia de la atención personalizada en la satisfacción del huésped.

Según Peña et al. (2022), la calidad de servicio es un proceso de mejora continua, donde todas las áreas de la empresa se alinean para satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, colaborando en el desarrollo de nuevos productos como la optimización de la oferta de servicios.

En conjunto, ambos autores subrayan que la calidad del servicio es esencial para lograr la satisfacción del cliente, y que su consecución requiere la coordinación eficiente de todo el personal, asegurando que cada área y cada empleado contribuyan a ofrecer un servicio óptimo y consistente, fortaleciendo la experiencia del huésped.

De igual manera, la satisfacción del cliente se consideró teóricamente como la consecuencia de la comparación entre las expectativas del cliente y la percepción del servicio que ha recibido. Es más, la fidelización y recomendación resultaron favorecidas cuando se admitió una consonancia positiva entre ambos elementos, reforzando así los elementos que reforzaron la competitividad del destino. Por otra parte, se estableció que determinaciones como la atención del personal, la infraestructura, la relación calidad, precio y la hospitalidad determinaron la satisfacción del huésped, según (España, 2023).

De acuerdo a Sánchez et al. (2011), la satisfacción del cliente fue esencial para consolidar la posición que tuvo la empresa en el mercado y se convirtió en un objetivo estratégico que involucró a todas las áreas funcionales, siendo clave para la competitividad y el éxito organizacional, ya que influyó de manera directa en la lealtad y elección del cliente.

Ambos autores resaltaron la importancia de la expectativa del servicio frente a la

percepción, y que la satisfacción del cliente aseguró el éxito y la competitividad. Fue la satisfacción del cliente un objetivo estratégico al que convergieron todas las áreas para su éxito.

Finalmente, según Alcocer (2013), la competitividad turística es la capacidad que un destino produce productos con valor añadido permitiendo sostener sus recursos locales y mantener una posición favorable frente a otros destinos.

La competitividad no solo dependió de los recursos naturales o culturales, sino también de una adecuada gestión, la implementación de ideas innovadoras y la coordinación entre actores públicos y privados, determinaron la capacidad de un lugar para adaptarse a los cambios del mercado y servicios de calidad que impulsaron y mantuvieron la lealtad de los visitantes.

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Actividades Turísticas

“Las actividades turísticas son aquellas acciones que llevan a cabo las personas netamente en entornos no habituales por un lapso consecutivo con un tiempo inferior a un año” (Marcillo y Muñoz. 2023, p. 428).

2.3.2. Calidad

“La calidad consiste en proporcionar a los usuarios y colegas del campo laboral, la rentabilidad y asistencia sin error alguno, a través de la disponibilidad inmediata” (Silva et al., 2021, p. 195).

2.3.3. Competitividad

“La competitividad de un destino turístico se define como la capacidad del destino para crear e integrar productos con valor añadido que sostienen sus recursos, al tiempo que mantienen su posición en el mercado en relación a sus competidores” (Decasper,

2015, p. 49).

2.3.4. Demanda Turística

“Es el conjunto de visitantes o potenciales visitantes de un determinado lugar que buscan satisfacer sus necesidades de viaje, hacen uso o consumen bienes y servicios turísticos. Asimismo, este conjunto de personas, viajan por distintos factores” (Naranjo & Martínez, 2022, p. 361).

2.3.5. Destino

“El destino, como territorio donde se desenvuelve el turismo, es un fenómeno exclusivo del mismo” (Ricardo & Fariñas, 2011, p. 5).

2.3.6. Experiencia

“La experiencia turística es multidimensional debido a que el turista está involucrado antes, durante y después del viaje, por eso, es importante que toda la oferta turística tenga la oportunidad de crear experiencias inolvidables” (Chiriboga, 2022, p. 110).

2.3.7. Fidelidad

“La fidelidad se produce cuando existe una correspondencia favorable entre la actitud del individuo frente a la organización y su comportamiento de compra de los productos y servicios de la misma” (Figuerola, 2011, p. 30).

2.3.8. Gestión Hotelera

“La gestión hotelera comprende una serie de procesos que involucra el funcionamiento y operatividad de un hotel, estos procesos buscan la optimización y mejora continua de los procedimientos operativos del centro de alojamiento” (Serrano & Poveda, 2020, p. 12).

2.3.9. Hospedaje

“El hospedaje es una de las actividades económicas más relevantes en torno al turismo, ya que sus servicios brindados influyen en la experiencia del visitante, por lo que una adecuada gestión financiera es determinante para competir en el mercado” (Castellanos et al., 2022, p. 170).

2.3.10. Hotel

“Consiste en proporcionar una habitación privada para dormir o descansar; alquilada por el cliente mediante el pago de una tarifa calculada por día” (Gurría, 2013, p. 18).

2.3.11. Huésped

“Turista nacional o extranjero que pernocta, de manera no permanente, en un establecimiento de alojamiento turístico a cambio de una tarifa diaria establecida” (Ministerio de Turismo, 2015, p. 4).

2.3.12. Infraestructura Turística

“La infraestructura turística son estructuras y servicios comerciales, educativos, carreteras, y otros que permiten generar beneficios, como aumento de consumos, demanda, empleos, elementos que ayudan a un balance comercial entre las diferentes actividades y sectores de una economía” (Andrade & Avellan, 2022, p. 65).

2.3.13. Requisitos de categorización

“Son los requisitos diferenciadores que permiten distinguir las categorías establecidas en el presente Reglamento. Estos requisitos son de cumplimiento obligatorio para obtener una categoría de alojamiento y/o mantenerla” (Ministerio de Turismo, 2015, p. 4).

2.3.14. Satisfacción del huésped

“Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente” (Ortiz, 2018, p. 28).

2.3.15. Servicio

“Son los servicios que se prestan de manera adicional a los servicios de hospedaje que brinda el establecimiento de alojamiento turístico, pueden ser gratuitos u onerosos” (Ministerio de Turismo, 2015, p. 4).

2.4. Marco legal

El marco legal de la presente investigación se basó en las normas que regularon la actividad turística, especialmente en el ámbito hotelero, las cuales resultaron esenciales para analizar su impacto en el servicio hotelero.

Constitución de la República del Ecuador 2008

La base legal de este estudio se sustentó en la Constitución de la República del Ecuador, publicada el 20 de octubre de 2008, en estado vigente, de la cual se tomaron como referencia los siguientes artículos:

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida.

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.

2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.

4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.

5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.

6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.

7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo 2024.

De igual manera la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 525 del 25 de marzo de 2024, se toma en cuenta los siguientes artículos relacionados con el servicio de alojamiento, calidad, atención y experiencia por parte del huésped.

Art. 5.- Actividades turísticas. Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento;
- Alimentos, bebidas y entretenimiento;
- Agenciamiento turístico;
- Transporte turístico;
- Organizadores de eventos, congresos y convenciones, reuniones, incentivos, conferencias, ferias y exhibiciones;
- Centros de convenciones, salas de recepciones y salas de banquetes;
- Guianza turística;
- Centros de turismo comunitario;
- Parques temáticos y atracciones estables; y,
- Balnearios, termas y centros de recreación turística.

Las actividades turísticas cumplirán con los requisitos exigidos en la normativa vigente.

Los prestadores de servicios turísticos que ejerzan una o más de estas actividades, están obligados a obtener el debido Registro de Turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento para cada una de las actividades turísticas que realicen; a excepción de la unidad integra de negocios que podrá tener un solo Registro de Turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento.

Art. 7.- A continuación del numeral 12 del artículo 15, agréguese los siguientes numerales:

13. Coordinar con las instituciones públicas y privadas que conforman el Sistema Financiero Nacional para que se otorguen créditos para el sector turístico con tasas y plazos preferentes; y, se establezcan condiciones de refinanciamiento para las operaciones existentes del sector en las que se contemplen períodos de gracia y plazos extendidos adicionales para que puedan cumplir sus obligaciones;

14.- Elaborar de forma anual el informe cualitativo y cuantitativo de los resultados de la gestión turística en el país, para conocimiento del Consejo Consultivo de Turismo;

15.- Promover y fomentar estrategias de cooperación que permitan la ejecución de proyectos de turismo comunitario;

16.- Destinar los recursos con los que cuente para la promoción, competitividad y desarrollo turístico de conformidad con la política pública desarrollada por la Autoridad Nacional de Turismo;

18.- Coordinar con los entes rectores de Trabajo y de Educación Superior la elaboración e implementación de los planes, programas y proyectos que permitan mejorar la empleabilidad de los profesionales de turismo y la profesionalización del sector turístico.

Reglamento General de Aplicación de la Ley De Turismo

Por otra parte, el Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, publicado en el Registro Oficial el 5 de enero de 2004, permanece vigente y regula la ejecución de los lineamientos establecidos por la Ley de Turismo.

Art. 44.- Normas técnicas y reglamentarias para las actividades turísticas. - Sin perjuicio de las normas de carácter general contenidas en este reglamento, sobre la base de las definiciones contenidas en este capítulo, únicamente el Ministerio de Turismo de

forma privativa, a través de acuerdo ministerial, expedirá las normas técnicas y reglamentarias que sean requeridas con el objeto de establecer las particularidades y la clasificación de las actividades de turismo definidas en este reglamento y sus respectivas modalidades. La potestad asignada en este artículo es intransferible. Las entidades del régimen seccional autónomo o dependiente no expedirán normas técnicas ni de calidad sobre actividades o establecimientos turísticos, no definirán actividades o modalidades turísticas ni establecerán sujetos pasivos o responsables sin que sean establecidos por el Ministerio de Turismo.

Art. 45.1.- De las Modalidades Turísticas. - (Agregado por el Art. 11, Cap. I, Título II del D.E. 333, R.O. 600-3S, 15-VII-2024). Para la determinación y reconocimiento de las modalidades turísticas, la Autoridad Nacional de Turismo, las regulará tomando en consideración, entre otros elementos, las clasificaciones del Organismo Especializado de las Naciones Unidas para el Turismo, siempre que dichas modalidades puedan ser desarrolladas en el país, contando con infraestructura y equipos de seguridad para la prestación del servicio; y, aquellas que previo al análisis técnico de la Autoridad Nacional de Turismo puedan realizarse en el territorio nacional. La infraestructura corresponderá a los bienes y servicios públicos y privados que faciliten el acceso, desarrollo y seguridad de dichas modalidades. Para el ejercicio de las modalidades turísticas reconocidas por la Autoridad Nacional de Turismo, los prestadores de servicios turísticos deberán obtener el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento o su equivalente, para la o las actividades que puedan ser desarrolladas en dichas modalidades. En el caso de aquellas modalidades reconocidas por la Autoridad Nacional de Turismo que conlleven riesgo, los prestadores de servicios turísticos deberán cumplir con todos los requisitos de seguridad que apliquen de acuerdo a la normativa vigente, incluida la cobertura de seguros de responsabilidad civil frente a terceros,

accidentes, búsqueda y rescate para el visitante o turista; y, para el guía, en los casos que aplique; además, deberán presentar el plan de contingencia frente a emergencias y formulario de consentimiento informado (Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo, 2024).

Reglamento De Alojamiento Turístico

Por último, el Reglamento de Alojamiento Turístico, registrado en 2015, regula las condiciones y estándares que deben cumplir los establecimientos de hospedaje en el país.

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

Categoría: Se considera a los requisitos técnicos diferenciadores de categorización, en un rango de una a cinco estrellas, que permite medir la infraestructura, cantidad y tipo de servicios que prestan los establecimientos de alojamiento turístico a los huéspedes. Se considera a un establecimiento de cinco estrellas como el de más alta categoría y al de una estrella como de más baja categoría.

Hospedaje: Servicio que presta un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de una o varias personas de forma no permanente a cambio de una tarifa diaria establecida.

Huésped: Turista nacional o extranjero que pernocta, de manera no permanente, en un establecimiento de alojamiento turístico a cambio de una tarifa diaria establecida.

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

- a) Ser informados de forma clara y precisa del precio, impuestos, tasas y costos aplicables al servicio de alojamiento;

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

Art. 6.- Derechos y obligaciones de los establecimientos de alojamiento turístico.

- Los establecimientos de alojamiento turístico gozarán de los siguientes derechos y obligaciones:

- 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 (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2015).

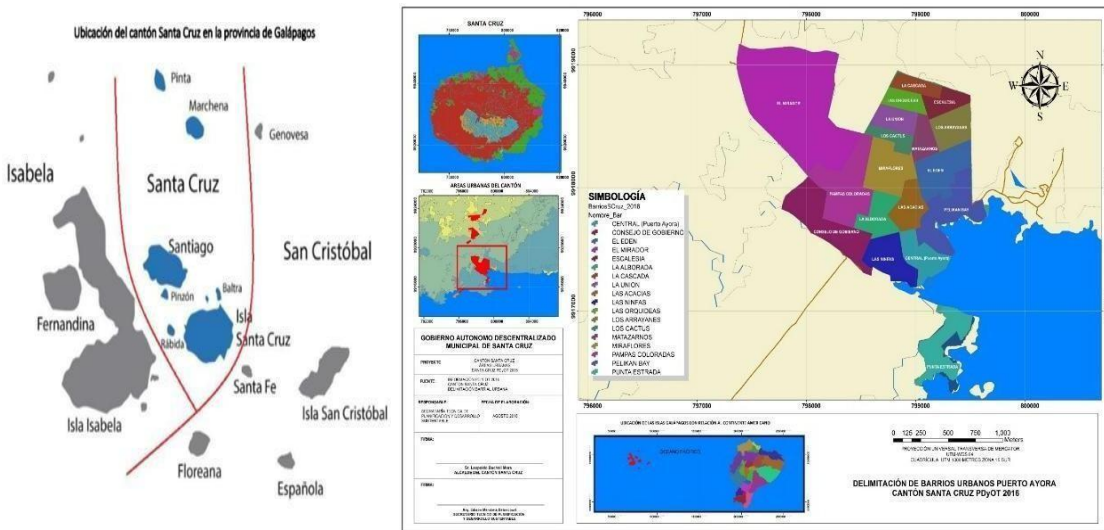
Estas normas legales resultaron fundamentales para la investigación, ya que establecieron los principios, derechos y obligaciones que regulan la prestación de servicios turísticos y hoteleros, asegurando la calidad, seguridad y satisfacción del huésped; además, proporcionaron el marco para la categorización de los establecimientos, la profesionalización del personal, la implementación de estándares de infraestructura y la gestión eficiente de los servicios, lo que permitió sustentar el análisis de la satisfacción del cliente en los hoteles de tres estrellas y orientar estrategias de mejora acordes con la normativa vigente.

2.5. Marco Georreferencial

La presente investigación se realizó en las Islas Galápagos, Ecuador específicamente en la zona urbana de Puerto Ayora, Isla Santa Cruz. El destino fue elegido por su importancia turística y por contar con hoteles de 3 estrellas, cuyo servicio representa un factor clave para la satisfacción del huésped y la competitividad del destino.

Ilustración 1

Ubicación del cantón Santa Cruz y Puerto Ayora en la provincia de Galápagos



Nota. Representa la ubicación geográfica de la parroquial urbana Puerto Ayora.

Fuente: Ec.viajandax.com/modificado equipo consultor GROUPOAC; FIC-LAVOLA-UTPL (2019), en índice de vulnerabilidad al cambio climático.

Santa Cruz es un cantón de la provincia de Galápagos, ubicado en la parte central del archipiélago de las Islas Galápagos. Su cabecera cantonal es Puerto Ayora, considerada el principal centro urbano más importante y la principal entrada para turistas, Además de ser reconocida como la capital económica de las Islas (PDOT del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz, 2024).

El cantón tiene una superficie de 1795,4 km², y es la segunda Isla más grande del archipiélago después de la Isla Isabela. Según el último censo de población y vivienda realizado en el año 2022, registró una población de 17.233 habitantes lo que representa el

60% de la población total de las Islas, convirtiéndose en la Isla más poblada del archipiélago. También se debe mencionar que el clima varía entre una temporada seca o de garúa y una temporada húmeda o lluviosa, influenciado por las corrientes oceánicas. Dispone de un clima: seco y se ubicada a una altura de 0 a 60 (msnm) metros sobre el nivel del mar, por lo que su temperatura ambiente varía entre: 21 a 22 C (PDOT del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz, 2024).

La ubicación geográfica dentro del archipiélago ha logrado que la Isla Santa Cruz sea considerada como el centro económico, de transporte y turismo de la provincia (PDOT del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz, 2024).

La economía de Santa Cruz se basa principalmente en el turismo, que representa la principal fuente de ingresos y empleo para los residentes de la Isla. El turismo se desarrolla bajo la modalidad de base local, con sitios emblemáticos cerca de Puerto Ayora como: la Estacion Científica Charles Darwin, Tortuga Bay, Las grietas, los gemelos, túneles de lava, playa El garrapatero, entre los principales (PDOT del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz, 2024).

Su parroquia urbana Puerto Ayora es el núcleo comercial y turístico de las Islas Galápagos. El poblado y su bahía recibe a los cruceros navegables que realizan visitas guiadas a bordo de la embarcación a los sitios turísticos alejados del puerto y con pernoctación abordo. A pesar de su dependencia en el turismo, el cantón también desarrolla actividades productivas en sectores tales como la agricultura, la pesca y las artesanías, aunque sus ingresos financieros todavía son limitados. Tales como:

- Logísticas
- Servicios básicos
- Comercialización productos y servicios
- Comercio agrícola, artesanal, pesca

En cuanto a Infraestructura y Conectividad de Puerto Ayora, como cabecera cantonal y ubicada prácticamente al centro del archipiélago, concentra la mayor oferta de servicios básicos para el residente y los visitantes que llegan a la Isla, incluyendo alojamiento, restaurantes, bancos y comercios (PDOT del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz, 2024).

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

Para lograr determinar la situación de los establecimientos, identificar los patrones comunes que inciden en la satisfacción del cliente y plantear estrategias de mejora para fortalecer la calidad de los servicios hoteleros tres estrellas de Puerto Ayora, se empleó la siguiente metodología:

3.1. Tipo de Investigación

La metodología que se utilizó en el presente estudio, hizo posible la recopilación de información de diversas fuentes, lo cual fortaleció el proceso. Dentro de este marco, se aplicó un enfoque acorde con el tipo de la investigación, acompañando con ello los procesos de análisis necesarios para alcanzar los objetivos propuestos.

En función del propósito

3.1.1. Investigación Básica

“Investigación que busca ampliar el conocimiento teórico sin un enfoque inmediato en aplicaciones prácticas. Se centra en comprender los principios fundamentales y las leyes que rigen los fenómenos” (Haro et al., 2024, p. 959).

En este estudio se enfocó en una investigación de tipo básica, ya que comprendió la relación existente entre los servicios ofrecidos y la satisfacción de los turistas, como elemento principal en la competitividad del destino turístico. Se identificaron factores que influyen de forma directa e indirecta en la percepción de calidad y bienestar del cliente.

De esta manera, la investigación aportó un marco teórico que funcionó como referencia para futuras investigaciones y propuestas de mejora en la gestión hotelera, contribuyendo al fortalecimiento de la imagen del destino y promoviendo un turismo de Calidad y competitivo.

Por su nivel de profundidad

3.1.2. Investigación exploratoria

Según el estudio “La investigación exploratoria se lleva a cabo cuando se necesita entender un tema o problema en profundidad, pero hay poca información disponible” (Haro et al., 2024, p. 961).

Como parte del estudio se utilizó un enfoque exploratoria para identificar factores que determinaron el nivel de calidad del servicio y su relación con la satisfacción del huésped. Este tipo de investigación permitió un acercamiento en el ámbito hotelero, un ámbito en el que se evidenció pocos estudios relacionados con la atención al cliente y la calidad del servicio.

3.1.3. Investigación descriptiva

“La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (Arias, 2012, p. 24).

El estudio, contó con un enfoque descriptivo, al identificar y analizar las cualidades de los servicios que ofrecieron los hoteles tres estrellas, considerando factores que afectaron la experiencia del turista. Mediante la recopilación y organización de información, impulsando una visión clara de la situación actual y fomentando la calidad y la competitividad del destino.

Por los medios para obtener los datos

3.1.4. Investigación de campo

“Es aquella que se realiza en el mismo lugar y en el tiempo donde ocurre el fenómeno” (Arias y Covinos, 2021, p. 67).

En el proceso investigativo se aplicó esta metodología, a través de observación

directa y encuestas, con el objetivo de recopilar datos reales sobre la calidad del servicio y las experiencias de los turistas.

3.1.5. Investigación documental

“Se define como un proceso sistemático de recopilación, organización y análisis de documentos y fuentes de información con el fin de establecer el estado del conocimiento sobre un determinado tema” (Cotrina, 2025, p. 5).

Por ello, la investigación de campo se apoyó en la revisión de documentos, normativas y literaturas científicas vinculada con la calidad de la atención, la satisfacción del visitante y la competitividad del destino turístico, permitiendo establecer el marco conceptual del estudio.

Por la manipulación de variables

3.1.6. Investigación no experimental

“Consisten en observar los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. En este tipo de investigación no hay manipulación deliberada de variables” (Pereyra, 2022, p. 23).

En consecuencia, el estudio se clasificó como no experimental, debido a que no se realizaron modificaciones en las condiciones del servicio hotelero. La investigación se centró en analizar la situación actual de los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora, respecto a su gestión y la experiencia de los clientes, sin alterar el entorno natural del fenómeno.

Según el periodo temporal

3.1.7. Investigación Transversal

Según Pereyra (2022), la investigación transversal consiste en recolectar datos en un solo momento, con la finalidad de “describir variables y analizar su incidencia e

interrelación en un momento dado” (p. 24).

La investigación presentó un corte transversal, porque los datos se obtuvieron durante un periodo determinando del año 2025, permitiendo describir el estado actual del servicio en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora, sin requerir un seguimiento a largo plazo.

3.2. Enfoque de la investigación

Según Ochoa et al. (2020), este enfoque permite la “emergencia de nuevas formas de construcción del conocimiento, basadas en la complementariedad de los métodos cuantitativos y cualitativos” (p.20).

El estudio se desarrolló bajo un enfoque metodológico mixto, para estudiar el servicio que ofrecieron los hoteles tres estrellas de Puerto Ayora, considerando las opiniones de los clientes. El enfoque cuantitativo hizo posible la obtención de datos numéricos para detectar tendencias en la satisfacción del cliente. Además, facilitó analizar las visiones de los clientes, a través de la interacción directa y observaciones, brindando datos precisos. A través de la observación y la interacción directa, el enfoque cualitativo permitió examinar las vivencias y opiniones de los clientes, lo que ayudó a obtener datos más exactos y completos acerca de la realidad en estudio.

3.2.1. Investigación cuantitativa

“La investigación cuantitativa se concibe como un proceso riguroso y sistemático que implica la recolección, análisis e interpretación de datos numéricos, con el fin de responder a preguntas de investigación definidas y validar hipótesis preestablecidas” (Morán et al., 2025, p. 10).

En el presente estudio, el enfoque cuantitativo permitió medir la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los clientes respecto a diferentes elementos de competitividad del servicio ofrecido. Se obtuvo información por medio de encuestas, en

la cual permitió detectar y evaluar niveles de cumplimiento de los estándares de la calidad del servicio.

3.2.2. Investigación cualitativa

Como afirmaron Hernández y Mendoza (2018), el enfoque cualitativo “se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados” (p. 9).

Bajo este enfoque se aplicó el enfoque cualitativo con el propósito de conocer las experiencias de los huéspedes durante su estadía, identificando aspectos que intervinieron en su satisfacción y lealtad. Mediante fichas de observación que ayudaron a identificar oportunidades de mejorar en la prestación del servicio

3.3. Métodos de Investigación

3.3.1. Métodos Analítico.

“Consiste en descomponer un problema en diferentes partes, para investigar cada una por separado, y posteriormente, evaluar la interrelación entre ellas” (Blacido et al., 2022, p. 3).

Se utilizó este método para evaluar las diversas dimensiones del servicio hotelero y áreas como la atención, infraestructura, hospitalidad, entre otras, y sobre todo la satisfacción del huésped, permitiendo reconocer elementos que influyeron de forma directa en la experiencia del cliente, evidenciado sus fortalezas y debilidades en la prestación del servicio, esto hizo posible una visión clara sobre los factores que determina su nivel de satisfacción y lealtad.

3.3.2. Método sintético

“Es aquel que busca reconstruir un todo a partir de sus elementos; es decir uniendo

sus partes” (Blacido et al., 2022, p. 3).

En la investigación, se llevó cabo combinaciones de los resultados obtenidos mediante encuestas y observaciones, permitiendo elaborar conclusiones que reflejaron la situación general del servicio hotelero, destacando fortalezas, áreas de mejora y factores que afectaron en la satisfacción del cliente.

3.3.3. Método inductivo

“Se refiere a utilizar la lógica para a partir de premisas particulares, extraer una conclusión general” (Blacido et al., 2022, p. 3).

Este método posibilitó obtener resultados mediante el análisis de una muestra de hoteles, lo que hizo más fácil identificar la condición actual de los hoteles de tres estrellas. Al analizar casos específicos, se pudieron identificar tendencias y patrones que afectan a la satisfacción del cliente, lo cual posibilitó elaborar conclusiones generales sobre la calidad del servicio en el sector hotelero investigado.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

En esta investigación se aplicaron diversas técnicas e instrumentos que permitieron la recolección de información confiable sobre el servicio en los hoteles de tres estrellas, en relación con la satisfacción y la competitividad del destino. Para ello se presenta las siguientes técnicas e instrumentos que se utilizaron para el estudio.

Tabla 1

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos para el Primer Objetivo.

Objetivo específico	Técnicas	Instrumentos
Identificar los niveles actuales de calidad de servicio implementados en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora.	Observación directa	Ficha de observación.

Nota. Técnica e Instrumentos para la recolección de datos.

Tabla 2*Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos para el Segundo Objetivo.*

Objetivo específico	Técnicas	Instrumentos
Analizar el grado de satisfacción de los huéspedes a partir de su experiencia en dichos establecimientos.	Encuesta	Cuestionario

Nota. Técnica e Instrumentos para la recolección de datos.**Tabla 3***Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos para el Tercer Objetivo*

Objetivo específico	Técnicas	Instrumentos
Proponer estrategias de mejora para fortalecer la calidad del servicio hotelero y aumentar la competitividad del destino.	Análisis documental.	Matriz FODA, matriz Puntos Críticos, matriz Causa-Efecto y matriz TOWS.

Nota. Técnica e Instrumentos para la recolección de datos.

3.4.1. Población y Muestra

La población objeto de estudio de la presente investigación estuvo constituida por los turistas, tanto nacionales como extranjeros, que visitan las Islas Galápagos y pernoctan en establecimientos de alojamiento. Según los registros oficiales de la Dirección del Parque Nacional Galápagos, el flujo anual de visitantes asciende a 448 mil turistas, conforme al Informe Anual de Visitantes (2024). Aunque existe un registro global de arribos, el acceso a bases de datos detalladas de los huéspedes en cada establecimiento se encuentra restringido por políticas de privacidad y protección de datos personales, lo que impidió contar con un listado nominal para realizar un muestreo aleatorio estricto.

No obstante, dadas a las condiciones específicas del destino, como la alta movilidad de los turistas hacia actividades de campo y las restricciones de acceso a establecimientos privados, se optó por un muestreo no probabilístico por conveniencia.

Este enfoque permitió captar información de 130 turistas que pernoctaron

efectivamente en 13 de los 21 establecimientos de categoría tres estrellas en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, considerando que 3 hoteles se encontraban temporalmente cerrados y no pudieron participar en el estudio. Por lo tanto, aunque la muestra final fue menor a la proyectada, mantiene una alta validez interna, al representar de manera fiel al segmento de visitantes que dinamiza la economía local y utiliza directamente los servicios de la planta hotelera de Puerto Ayora.

3.4.2. Procesamiento de la Información

El procesamiento de la información se realizó en función de los propósitos establecidos en la investigación, con el fin de garantizar un análisis estructurado, preciso y confiable de los datos recopilados. Para ello, se emplearon técnicas cualitativas y cuantitativas que permitieron una interpretación integral de los resultados relacionados con el servicio en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora.

Para el primer objetivo, orientado a identificar los niveles actuales de calidad del servicio en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora, la información obtenida mediante la observación directa fue organizada en matrices de registro y control. Posteriormente, los datos se clasificaron de acuerdo con criterios previamente definidos, tales como atención al cliente, desempeño del personal y cumplimiento de estándares de servicio. Este procedimiento permitió identificar fortalezas y debilidades en los establecimientos analizados, facilitando una evaluación comparativa entre los diferentes hoteles.

En cuanto al segundo objetivo, enfocado en analizar el grado de satisfacción de los huéspedes a partir de su experiencia en los establecimientos, se aplicaron encuestas estructuradas a turistas nacionales y extranjeros. La información obtenida fue procesada de manera cuantitativa, lo que implicó el registro de respuestas, el cálculo de frecuencias y porcentajes, y la representación gráfica de los resultados. Este análisis permitió identificar las percepciones más relevantes de los clientes, los factores que influyen en su

satisfacción y los aspectos prioritarios que requieren mejoras en la prestación del servicio.

Para el tercer objetivo, orientado a proponer estrategias que fortalezcan la competitividad de los hoteles de tres estrellas, el procesamiento de la información se desarrolló mediante la elaboración y análisis de matrices técnicas. Se utilizaron herramientas metodológicas como la matriz FODA, matrices de identificación de puntos críticos, matrices de causa-efecto y matrices de vinculación estratégica. A partir de estos instrumentos, se sistematizó la información recopilada y se realizó un análisis comparativo entre los resultados obtenidos y los referentes teóricos del sector turístico.

Este procedimiento permitió estructurar de manera lógica y fundamentada las estrategias de mejora propuestas, orientadas a optimizar la calidad del servicio y elevar el nivel de satisfacción del huésped. De esta forma, el procesamiento de la información a través de matrices constituyó la base técnica para la formulación de acciones concretas dirigidas a fortalecer la gestión hotelera y la competitividad del destino Galápagos.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Identificación de los niveles actuales de calidad de servicio implementados en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora.

4.1.1. Presentación y análisis de datos

En Puerto Ayora, se contabilizaron 21 establecimientos hoteleros de categoría tres estrellas. Durante el levantamiento de información, realizada del 8 al 13 de noviembre de 2025, se constató que tres establecimientos se encontraban fuera de operación temporalmente, y de los 18 hoteles se encontraban en operación, se buscaron diferentes vías de acceso para aplicar fichas de observación, limitación que responde a políticas internas del establecimiento.

La evaluación se llevó a cabo mediante fichas de observación que consideraron cuatro dimensiones claves de la calidad del servicio hotelero como la tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta & empatía, y competencia & profesionalismo. Cada dimensión fue calificada a través de la escala Likert que simbolizo desde excelente a muy deficiente, técnica que, permitió medir de manera precisa el nivel de calidad percibido en cada dimensión.

Muy deficiente (1). El servicio no cumplió con los requisitos mínimos y presento fallas evidentes.

Deficiente (2). El servicio cumplió de manera limitada y mostró varias debilidades.

Regular (3). El servicio fue captable, pero requirió mejoras para alcanzar el nivel esperado.

Bueno (4). El servicio cumplió adecuadamente con los estándares establecidos.

Excelente (5). El servicio supero las expectativas del huésped.

4.1.2. Dimensión de Tangibilidad

Tabla 4

Evaluación de la Dimensión de Tangibilidad en Hoteles de tres estrellas en Puerto Ayora

Criterios de Evaluación	Hotel Acacias	Hotel Albatros	Hotel Brisas del Pacífico	Hotel Deja vu	Hotel Descanso del guía	Hotel& Spa Fernandina	Promedio
Instalaciones y Equipamiento	4	2	4	4	5	4	3.83
Limpieza de Habitaciones y áreas internas y externas	4	2	4	4	4	4	3.67
Señalización	4	3	5	3	4	4	3.83
Comodidad de habitaciones, áreas internas y externas	4	3	4	4	4	4	3.83
Materiales de Servicio	3	2	3	5	3	3	3.17
Promedio por Hotel	3.8	2.4	4	4	4	3.8	3.67

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa, aplicada en noviembre de 2025.

Tabla 5

Evaluación de la Dimensión de Tangibilidad en Hoteles de tres estrellas en Puerto Ayora

Criterios de Evaluación	Hotel Fiesta	Hotel Flamingo	Hotel La casade Judy	Hotel la Isla	Hotel Galápagos Island	Gran Hotel León Marino	Promedio
Instalaciones y Equipamiento	4	4	3	3	3	3	3.33
Limpieza de Habitaciones áreas internas y externas	4	4	3	4	3	3	3.50
Comodidad de habitaciones, áreas internas y externas	4	3	3	4	3	2	3.17
Señalización	4	4	4	4	3	4	3.83

Criterios de Evaluación	Hotel Fiesta	Hotel Flamingo	Hotel La casade Judy	Hotel la Isla	Hotel Galápagos Island	Gran Hotel León Marino	Promedio
Materiales de Servicio	4	4	4	4	3	3	3.67
Promedio por Hotel	4	3.8	3.4	3.8	3	3	3.50

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa, aplicada en noviembre de 2025.

Tabla 6

Evaluación de la Dimensión de Tangibilidad en Hoteles de tres estrellas en Puerto Ayora

Criterios de Evaluación	Hotel Ninfa	Hotel Palace Galápagos	Hotel Palmeras	Hotel la Perla de Galápagos	Hotel Red Booby	Hotel Silverstein	Promedio
Instalaciones y Equipamiento	3	3	2	3	3	3	2.83
Limpieza de Habitaciones y áreas internas y externas	4	3	1	3	2	3	2.67
Comodidad de habitaciones, áreas internas y externas	4	4	2	3	1	3	2.83
Señalización	3	4	3	4	3	4	3.50
Materiales del Servicio	3	4	3	4	3	3	3.33
Promedio por Hotel	3.4	3.6	2.2	3.4	2.4	3.2	3.03

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa, aplicada en noviembre de 2025.

Análisis

De acuerdo con los datos del indicador de tangibilidad, se evidenció que la mayoría de los establecimientos funcionaron bajo un nivel regular. No obstante, se observó que dos establecimientos presentaron deficiencias en las áreas de limpieza e instalaciones, lo que reflejó el incumplimiento de las obligaciones legales establecidas en el artículo 6 del Reglamento de Alojamiento Turístico.

4.1.3. Dimensión de Confiabilidad

Tabla 7

Evaluación de la Dimensión de Confiabilidad en Hoteles 3 Estrellas en Puerto Ayora

Criterios de Evaluación	Hotel Acacias	Hotel Albatros	Hotel Brisas del Pacifico	Hotel Dejavu	Hotel El Descanso del guía	Hotel Spa Fernandina	Promedio
Promesas cumplidas	4	3	4	4	4	3	3.67
Ejecución correcta	4	3	4	3	4	4	3.67
Consistencia	4	1	3	3	4	4	3.17
Promedio por Hotel	4.00	2.33	3.67	3.33	4.00	3.67	3.5

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa, aplicada en noviembre de 2025.

Tabla 8

Evaluación de la Dimensión de Confiabilidad en Hoteles 3 Estrellas en Puerto Ayora

Criterios de Evaluación	Hotel Fiesta	Hotel Flamingo	Hotel La casa de Judy	Hotel la Isla	Hotel Galápagos Island	Gran Hotel León Marino	Promedio
Promesas cumplidas	4	4	4	4	4	3	3.83
Ejecución correcta	4	4	4	4	3	3	3.67
Consistencia	3	4	3	3	3	2	3.00
Promedio por Hotel	3.67	4.00	3.67	3.67	3.33	2.67	3.5

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa, aplicada en noviembre de 2025.

Tabla 9

Evaluación de la Dimensión de Confiabilidad en Hoteles 3 Estrellas en Puerto Ayora

Criterios de Evaluación	Hotel Ninfa	Hotel Palace Galápagos	Hotel Palmeras	Hotel la Perla de Galápagos	Hotel Red Booby	Hotel Silverstein	Promedio
Promesas cumplidas	4	4	4	3	2	4	3.50

Criterios de Evaluación	Hotel Ninfa	HotelPalace Galápagos	Hotel Palmeras	Hotel la Perla de Galápagos	Hotel Red Booby	Hotel Silverstein	Promedio
Ejecución correcta	3	3	3	2	2	4	2.83
Consistencia	3	3	2	3	1	3	2.50
Promedio por Hotel	3.33	3.33	3.00	2.67	1.67	3.67	2.94

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa, aplicada en noviembre de 2025.

Análisis

En cuanto a la dimensión del vínculo establecido entre el hotel y el huésped, los datos reflejaron que 3 establecimientos operaron en condiciones buenas, lo que evidenció un adecuado cumplimiento del servicio. Sin embargo, la mayoría se ubicó en condiciones regulares y dos establecimientos no brindaron información veraz ni el servicio contratado, vulnerando los derechos del huésped.

4.1.4. Dimensión de Capacidad de Respuesta y Empatía

Tabla 10

Evaluación de la Capacidad de Respuesta y Empatía en Hoteles 3 Estrellas en Puerto

Ayora

Criterios de Evaluación	Hotel Acacias	Hotel Albatros	Hotel Brisas del Pacifico	Hotel Dejavu	Hotel El Descanso del guía	Hotel & Spa Fernandina	Promedio
Disposición del Personal	4	3	4	4	4	4	3.83
Velocidad del Servicio	4	3	4	4	4	4	3.83
Resolución del Problemas	4	2	5	3	4	4	3.67
Promedio por Hotel	4.00	2.67	4.33	3.67	4.00	4.00	3.78

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa, aplicada en noviembre de 2025.

Tabla 11*Evaluación de la Capacidad de Respuesta y Empatía en Hoteles 3 Estrellas en Puerto**Ayora*

Criterios de Evaluación	Hotel Fiesta	Hotel Flamingo	Hotel La casa de Judy	Hotel la Isla	Hotel Galápagos Island	Gran Hotel León Marino	Promedio
Disposición del Personal	4	3	4	4	4	3	3.67
Velocidad del Servicio	4	3	4	4	4	3	3.67
Resolución del Problemas	4	3	4	4	4	3	3.67
Promedio por Hotel	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.67

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa, aplicada en noviembre de 2025.**Tabla 12***Evaluación de la Capacidad de Respuesta y Empatía en Hoteles 3 Estrellas en Puerto**Ayora*

Criterios de Evaluación	Hotel Ninfa	HotelPalace Galápagos	Hotel Palmeras	Hotel la Perla de Galápagos	Hotel Red Booby	Hotel Silverstein	Promedio
Disposición del Personal	4	3	3	3	3	4	3.33
Velocidad del Servicio	4	3	3	3	3	4	3.33
Resolución del Problemas	4	3	3	3	2	4	3.17
Promedio por Hotel	4.00	3.00	3.00	3.00	2.67	4.00	3.28

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa, aplicada en noviembre de 2025.**Análisis**

La dimensión de capacidad de respuesta y empatía fue una de las mejor evaluadas, con un promedio cercano a 4. No obstante, algunos establecimientos presentaron debilidades en la gestión del personal y en la rapidez de atención, lo que evidenció la

necesidad de fortalecer la capacitación en servicio al cliente.

4.1.5. Dimensión de Competencia y Profesionalismo

Tabla 13

Evaluación de la Competencia y Profesionalismo en Hoteles 3 Estrellas

Criterios de Evaluación	Hotel Acacias	Hotel Albatros	Hotel Brisas del Pacifico	Hotel Dejavu	Hotel El Descanso del guía	Hotel & Spa Fernandina	Promedio
Conocimiento del Personal	3	2	4	3	4	4	3.33
Presentación del Personal	4	3	5	4	4	4	4.00
Atención Personalizada	4	2	3	3	4	4	3.33
Promedio por Hotel	3.67	2.33	4.00	3.33	4.00	4.00	3.56

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa, aplicada en noviembre de 2025.

Tabla 14

Evaluación de la Competencia y Profesionalismo en Hoteles 3 Estrellas

Criterio de Evaluación	Hotel Fiesta	Hotel Flamingo	Hotel La casade Judy	Hotel la Isla	Hotel Galápagos Island	Gran Hotel León Marino	Promedio
Conocimiento del Personal	3	3	4	4	3	2	3.17
Presentación Personal	4	4	5	5	4	4	4.33
Atención Personalizada	3	3	4	4	4	3	3.50
Promedio por Hotel	3.33	3.33	4.33	4.33	3.67	3.00	3.67

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa, aplicada en noviembre de 2025.

Tabla 15*Evaluación de la Competencia y Profesionalismo en Hoteles 3 Estrella*

Criterio de Evaluación	Hotel Ninfa	HotelPalace Galápagos	Hotel Palmeras	Hotel la Perla de Galápagos	Hotel Red Booby	Hotel Silverstein	Promedio
Conocimiento del Personal	3	3	3	3	2	3	2.83
Presentación Personal	4	4	4	4	3	4	3.83
Atención Personalizada	3	3	3	3	2	4	3.00
Promedio por Hotel	3.33	3.33	3.33	3.33	2.33	3.67	3.22

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa, aplicada en noviembre de 2025.**Análisis**

En la dimensión de competencia y profesionalismo se evidenció una adecuada presentación del personal. Sin embargo, se detectaron limitaciones en conocimientos y habilidades para brindar una atención personalizada, lo que indicó la necesidad de mayor formación profesional.

4.1.6. Dimensión de Calidad de los Servicios por Dimensión y Establecimiento.

Tabla 16*Nivel Global de la Calidad de los Servicios por Dimensión y Establecimiento.*

Hotel	Tangibilidad	Confiabilidad	Capacidad de Respuesta	Competencia y Profesionalismo	Promedio Global
Hotel Acacias	3.8	4.00	4.00	3.67	3.87
Hotel Albatros	2.4	2.33	2.67	2.33	2.43
Hotel Brisas del Pacífico	4	3.67	4.33	4.00	4.00
Hotel Dejavu	4	3.33	3.67	3.33	3.58

Hotel	Tangibilidad	Confiabilidad	Capacidad de Respuesta	Competencia y Profesionalismo	Promedio Global
Hotel El Descanso del guía	4	4.00	4.00	4.00	4.00
Hotel& Spa Fernandina	3.67	3.67	4.00	4.00	3.83
Hotel Fiesta	3.67	3.67	4.00	3.33	3.67
Hotel Flamingo	3.8	4.00	3.00	3.33	3.53
Hotel La casade Judy	3.4	3.67	4.00	4.33	3.85
Hotel la Isla	3.8	3.67	4.00	4.33	3.95
Hotel Galápagos Island	3	3.33	4.00	3.67	3.50
Gran Hotel León Marino	3	2.67	3.00	3.00	2.92
Hotel Ninfa	3.4	3.33	4.00	3.33	3.52
Hotel Palace Galápagos	3.6	3.33	3.00	3.33	3.32
Hotel Palmeras	2.2	3.00	3.00	3.33	2.88
Hotel la Perlade Galápagos	3.4	2.67	3.00	3.33	3.10
Hotel Red Booby	2.4	1.67	2.67	2.33	2.27
Hotel Silverstein	3.2	3.67	4.00	3.67	3.63
Promedio por Hotel	3.37	3.31	3.57	3.48	3.44

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa, aplicada en noviembre de 2025.

Análisis

El análisis global mostró que los hoteles evaluados cumplieron únicamente con estándares básicos de calidad, especialmente en infraestructura y desempeño del personal. Estos resultados evidenciaron la necesidad de implementar mejoras en limpieza, mantenimiento y atención al huésped.

4.1.7. Discusión

Los resultados indicaron que la dimensión de tangibilidad se consolidó como un factor de éxito para hoteles como Acacias, Brisas del Pacífico, Déjà Vu, Descanso del Guía, Fernandina y Hotel Fiesta, al optimizar aspectos relacionados con las instalaciones, el equipamiento, la limpieza, la comodidad, así como los atributos de cortesía y conocimiento del personal. Lo que los marcó como líderes del mercado y dio una fuerza competitiva, marcando una brecha competitiva con 12 establecimientos que operaron en este ámbito. En este sentido, y en concordancia con lo señalado por Ortiz (2020), el hospedaje y las instalaciones representan una fuerza competitiva determinante en la percepción del usuario. Por otro lado, de acuerdo con los hallazgos de López (2021) una adecuada gestión de la calidad contribuye a mejorar la satisfacción del cliente, lo que a su vez impacta positivamente en los ingresos del hotel y en la economía local.

El análisis de los resultados reflejó que un grupo determinado logró estandarizar la gestión de calidad de las variables de tangibilidad con énfasis en instalaciones, logrando no solo la satisfacción del cliente, sino también impulsar los ingresos y la economía local, de acuerdo con la teoría de (Ortiz, 2020) y (López 2021).

En la dimensión de confiabilidad, los datos cuantitativos mostraron calificaciones heterogéneas entre la fiabilidad de los servicios y la satisfacción del huésped, que tuvo como resultado una buena imagen del hotel y la fidelidad del cliente. Por ende, del total de la muestra se evidenció que solo 3 hoteles alcanzan una valoración de bueno, lo que confirmó la teoría de Janusz y Bajdor (2013), que aseguran que la calidad del servicio es el motor que genera confianza y satisfacción en el viajero, lo cual se reflejó en una imagen favorable del sector hotelero y de la ciudad, mientras en Puerto Ayora esta premisa se cumplió solo de manera parcial.

En la investigación sobre la percepción del turista, los resultados mostraron que 10 establecimientos alcanzaron una calificación de bueno, lo que significó que se cumplió

con las expectativas del cliente. Corroborando la teoría de Mariñas (2020), donde afirma que la calidad esta directa y significativamente asociada con la satisfacción del cliente.

La dimensión de competencia y profesionalismo fue la mejor valorada como regular. Pese a ello 5 hoteles se destacaron con una calificación de 4, lo que reflejó que cumplieron con una adecuada presentación física, formación y conocimientos para la atención optima, tal como lo señaló Pérez (2013), estableció que la calidad del servicio depende de una buena predisposición, sumados a los conocimientos teóricos y prácticos. Afirmación que al comprobarse con los resultados de la muestra general se observó que los hoteles debieron mejorar la brecha formativa de su personal para ser competitivos.

El presente trabajo mostró que los hoteles con mejores valoraciones en la calidad de sus servicios, se debió a su enfoque en el cuidado de la infraestructura y limpieza (tangibilidad).

La tangibilidad, como una de las principales dimensiones en la percepción de la calidad por parte del huésped, influye directamente en el crecimiento económico del sector turístico de Puerto Ayora. No obstante, los establecimientos turísticos enfrentaron un gran problema en el área del personal, al no tener la capacidad de ofrecer un servicio constante y profesional, lo que demostró que no basto contar con edificaciones bonitas, cómodas y limpias, si el cliente no percibió un trato atento, cordial y personalizado que lo hiciera sentir satisfecho y decidiera recomendar y retornar. Como afirmó Granados et al. (2024), estas actividades fueron cruciales para mantener un ambiente laboral positivo que atrajera y retuviera a personal calificado, impactando directamente la calidad del servicio del hotel. En un mundo globalizado, las acciones y procesos de los establecimientos turísticos lograron ser percibidos y difundidos en tiempo real, incluyendo en la opinión general de los clientes potenciales de manera positiva o negativa.

4.2. Grado de satisfacción de los huéspedes a partir de su experiencia en dichos establecimientos.

4.2.1. Presentación y análisis de datos

En Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, se desarrolló un proceso de investigación mediante la aplicación de encuestas a los huéspedes de diversos establecimientos hoteleros, con el objetivo de evaluar el nivel de satisfacción respecto a la calidad del servicio. La recolección de datos se ejecutó durante el periodo establecido para el estudio, obteniéndose una muestra representativa de los clientes, a quienes se les consultó sobre diferentes aspectos del servicio recibido. La evaluación se estructuró a través de un cuestionario con escala Likert de cinco niveles, que permitió medir de manera precisa la percepción de los usuarios en dimensiones como la calidad de la atención, las instalaciones, los servicios complementarios, la limpieza, la conectividad y el funcionamiento de los equipos, facilitando así un análisis técnico y objetivo de los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada.

Tabla 17

Lugar de Procedencia del Huésped de los Hoteles 3 Estrellas de Puerto Ayora

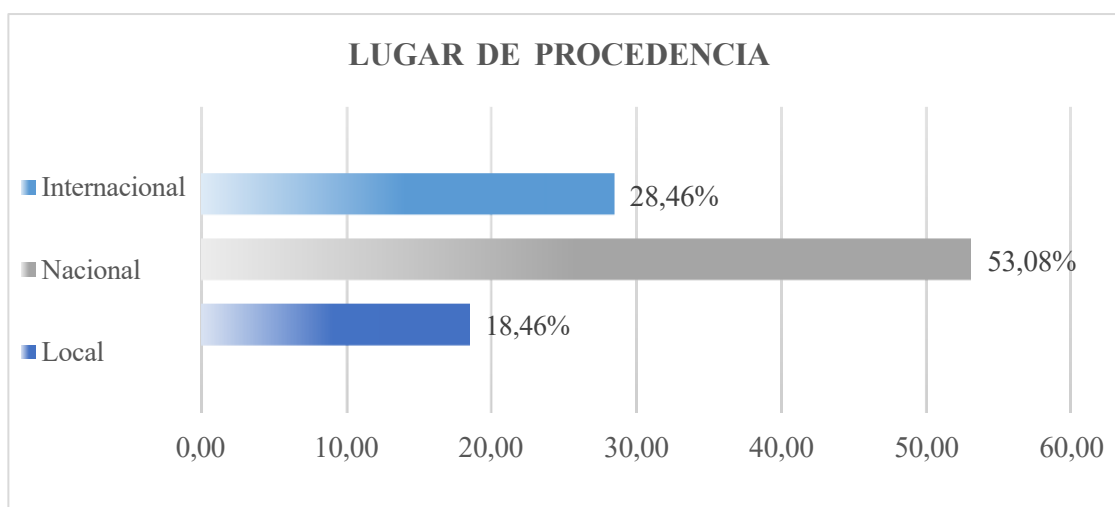
Hotel	Local	Nacional	Internacional	% Local	% Nacional	% Internacional
Hotel Acacia	2	4	4	1.54%	3.08%	3.08%
Hotel Flamingo	2	5	3	1.54%	3.85%	2.31%
Grand Hotel León Marino	3	4	3	2.31%	3.08%	2.31%
Hotel Brisas del Pacífico	1	9	0	0.77%	6.92%	0%
Hotel Deja Vu	2	6	2	1.54%	4.62%	1.54%
Hotel Fernandina	4	5	1	3.08%	3.85%	0.77%
Hotel Fiesta	2	2	6	1.54%	1.54%	4.62%
Hotel Galápagos Islands	3	5	2	2.31%	3.85%	1.54%
Hotel Ninfa	0	7	3	0%	5.38%	2.31%
Hotel Palace Galápagos	1	7	2	0.77%	5.38%	1.54%

Hotel	Local	Nacional	Internacional	% Local	% Nacional	% Internacional
Hotel La Casade Judy	1	6	3	0.77%	4.62%	2.31%
Hotel Palmeras	1	4	5	0.77%	3.08%	3.85%
Hotel Pelikan Bay Inn	2	5	3	1.54%	3.85%	2.31%
Subtotal	24	69	37	18.46%	53.08%	28.46%
Total	130			100%		

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 1

Lugar de Procedencia



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

Los hoteles de 3 estrellas en Puerto Ayora, recibieron una mayor demanda por parte de turistas nacionales, quienes representaron el 53.08% seguidos por turistas internacionales con un 28.46% y un 18.46% de origen local.

Lo que confirmó su orientación hacia el turismo interno, esta información permitió determinar el mercado principal, además de adecuar los servicios ofrecidos y plantear estrategias de captación de acuerdo al perfil del visitante. El porcentaje de turistas internacionales, fomentó la mejora continua en la calidad de atención al cliente, que requirió una adecuada atención bilingüe.

Tabla 18*Rango de Edad de Huésped de los Hoteles 3 Estrellas de Puerto Ayora*

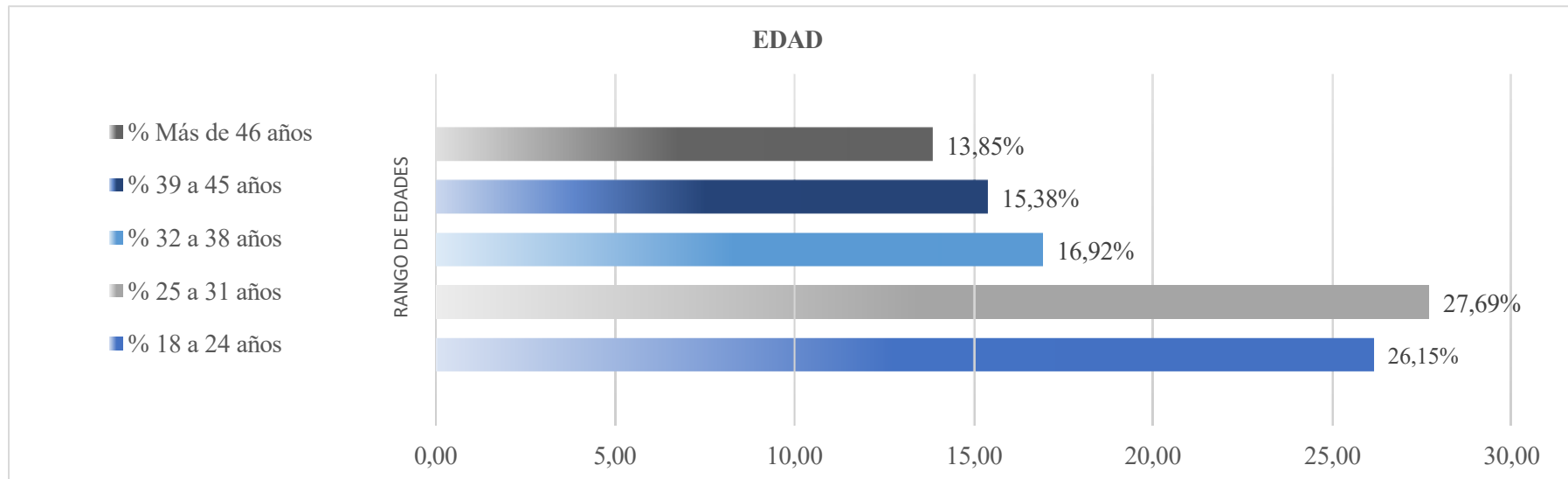
Hotel	18 a 24 años	25 a 31 años	32 a 38 años	39 a 45 años	Más de 46 años	% 18 a 24 años	% 25 a 31 años	% 32 a 38 años	% 39 a 45 años	% Más de 46 años
Hotel Acacia	2	3	1	4	0	1.54%	2.31%	0.77%	3.08%	0%
Hotel Flamingo	2	2	1	1	4	1.54%	1.54%	0.77%	0.77%	3.08%
Grand Hotel León Marino	2	3	3	0	2	1.54%	2.31%	2.31%	0%	1.54%
Hotel Brisas del Pacífico	4	3	1	2	0	3.08%	2.31%	0.77%	1.54%	0%
Hotel Deja Vu	3	5	1	1	0	2.31%	3.85%	0.77%	0.77%	0%
Hotel Fernandina	4	0	3	1	2	3.08%	0%	2.31%	0.77%	1.54%
Hotel Fiesta	2	1	2	2	3	1.54%	0.77%	1.54%	1.54%	2.31%
Hotel Galápagos Islands	3	3	1	1	2	2.31%	2.31%	0.77%	0.77%	1.54%
Hotel Ninfa	2	5	2	0	1	1.54%	3.85%	1.54%	0%	0.77%
Hotel Palace Galápagos	2	1	3	2	2	1.54%	0.77%	2.31%	1.54%	1.54%
Hotel La Casade Judy	3	3	2	1	1	2.31%	2.31%	1.54%	0.77%	0.77%
Hotel Palmeras	3	5	1	1	0	2.31%	3.85%	0.77%	0.77%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	2	2	1	4	1	1.54%	1.54%	0.77%	3.08%	0.77%

Hotel	18 a 24 años	25 a 31 años	32 a 38 años	39 a 45 años	Más de 46 años	% 18 a 24 años	% 25 a 31 años	% 32 a 38 años	% 39 a 45 años	% Más de 46 años
Subtotal	34	36	22	20	18	26.15%	27.69%	16.92%	15.38%	13.85%
Total	130					100.00%				

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 2

Rango de Edad



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El 53.84% de los huéspedes se concentró en los rangos de 18 a 31 años, constituyéndose como el principal segmento de demanda. Esto evidenció un predominio de turistas jóvenes dentro de los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora. Los demás rangos reflejaron la necesidad de equilibrar la oferta de servicios para atender tanto a visitantes jóvenes como a públicos de mayor edad.

Tabla 19

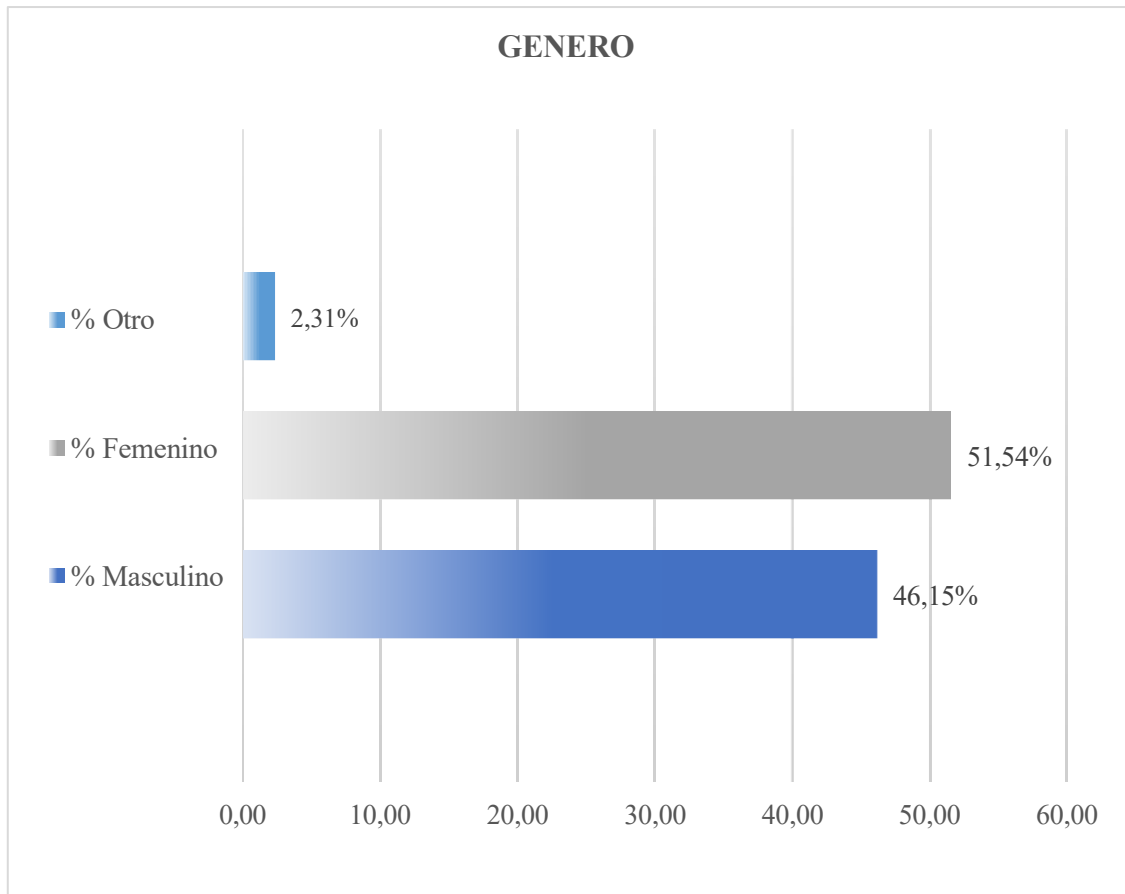
Género del Huésped de los Hoteles 3 Estrellas de Puerto Ayora.

Hotel	Masculino	Femenino	Otro	%		
				Masculino	Femenino	Otro
Hotel Acacia	3	6	1	2.31%	4.62%	0.77%
Hotel Flamingo	5	5	0	3.85%	3.85%	0%
Grand Hotel León Marino	6	4	0	4.62%	3.08%	0%
Hotel Brisas del Pacífico	5	5	0	3.85%	3.85%	0%
Hotel Deja Vu	6	4	0	4.62%	3.08%	0%
Hotel Fernandina	4	5	1	3.08%	3.85%	0.77%
Hotel Fiesta	5	5	0	3.85%	3.85%	0%
Hotel Galápagos Islands	5	4	1	3.85%	3.08%	0.77%
Hotel Ninfa	3	7	0	2.31%	5.38%	0%
Hotel Palace Galápagos	3	7	0	2.31%	5.38%	0%
Hotel La Casa de Judy	6	4	0	4.62%	3.08%	0%
Hotel Palmeras	3	7	0	2.31%	5.38%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	6	4	0	4.62%	3.08%	0%
Subtotal	60	67	3	46.15%	51.54%	2.31%
Total		130			100.00%	

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 3

Género



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

La distribución por género mostró que el 51.54% correspondió al sexo femenino, el 46.15% al masculino y el 2.31% a otro. Estos resultados evidenciaron una participación relativamente equilibrada entre hombres y mujeres, lo que indicó que los hoteles de 3 estrellas en Puerto Ayora reciben un público diverso sin predominio marcado de un solo género. Esta información permitió reconocer la necesidad de mantener una oferta de servicios inclusiva y adaptada a diferentes perfiles de viajeros.

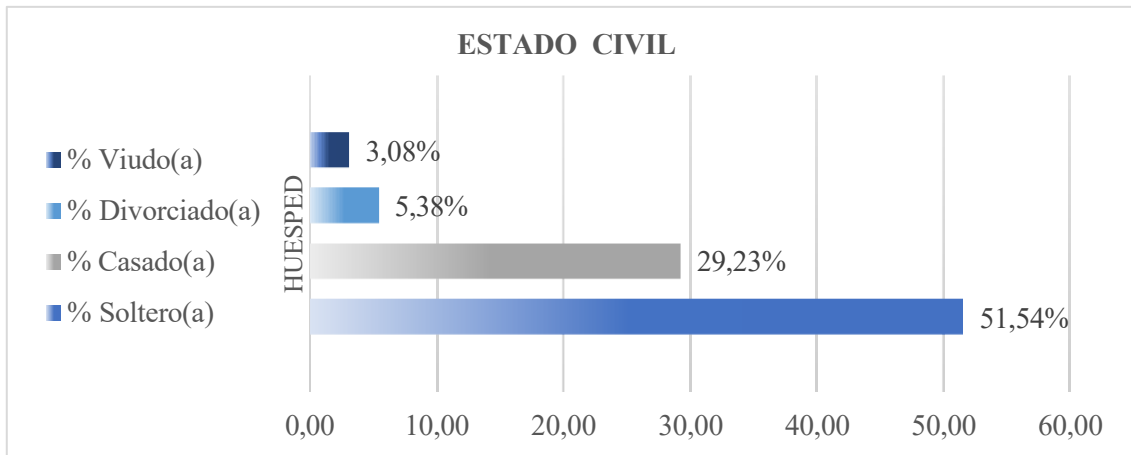
Tabla 20*Estado Civil del Huésped de los Hoteles 3 Estrellas en Puerto Ayora*

Hotel	Soltero(a)	Casado(a)	Divorciado(a)	Viudo(a)	Unión libre	% Soltero(a)	% Casado(a)	% Divorciado(a)	% Viudo(a)	% Unión libre
Hotel Acacia	3	2	2	2	1	2.31%	1.54%	1.54%	1.54%	0.77%
Hotel Flamingo	6	4	0	0	0	4.62%	3.08%	0%	0%	0%
Grand Hotel León Marino	6	3	0	0	1	4.62%	2.31%	0%	0%	0.77%
Hotel Brisas del Pacífico	6	3	1	0	0	4.62%	2.31%	0.77%	0%	0%
Hotel Deja Vu	7	1	1	0	1	5.38%	0.77%	0.77%	0%	0.77%
Hotel Fernandina	6	3	0	0	1	4.62%	2.31%	0%	0%	0.77%
Hotel Fiesta	3	5	1	0	1	2.31%	3.85%	0.77%	0%	0.77%
Hotel Galápagos Islands	3	6	0	0	1	2.31%	4.62%	0%	0%	0.77%
Hotel Ninfa	5	2	1	1	1	3.85%	1.54%	0.77%	0.77%	0.77%
Hotel Palace Galápagos	4	3	0	0	3	3.08%	2.31%	0%	0%	2.31%
Hotel La Casade Judy	5	3	0	1	1	3.85%	2.31%	0%	0.77%	0.77%
Hotel Palmeras	4	2	1	0	3	3.08%	1.54%	0.77%	0%	2.31%
Hotel Pelikan Bay Inn	9	1	0	0	0	6.92%	0.77%	0%	0%	0%
Subtotal	67	38	7	4	14	51.54%	29.23%	5.38%	3.08%	10.77%
Total			130					100%		

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 4

Estado Civil



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El estado civil de los huéspedes, se observó que la presencia mayoritaria de público soltero fue de un 60%, frente a un 40% de casados. Estos resultados evidenciaron que el principal segmento de clientes estuvo conformado por viajeros individuales o independientes. Esta información resultó útil para orientar estrategias de servicio enfocadas en agilidad, conectividad y funcionalidad, aspectos que suelen ser valorados por este tipo de perfil de visitante.

Tabla 21

Evaluación del área de recepción y atención de los de los Hoteles 3 Estrellas en Puerto Ayora

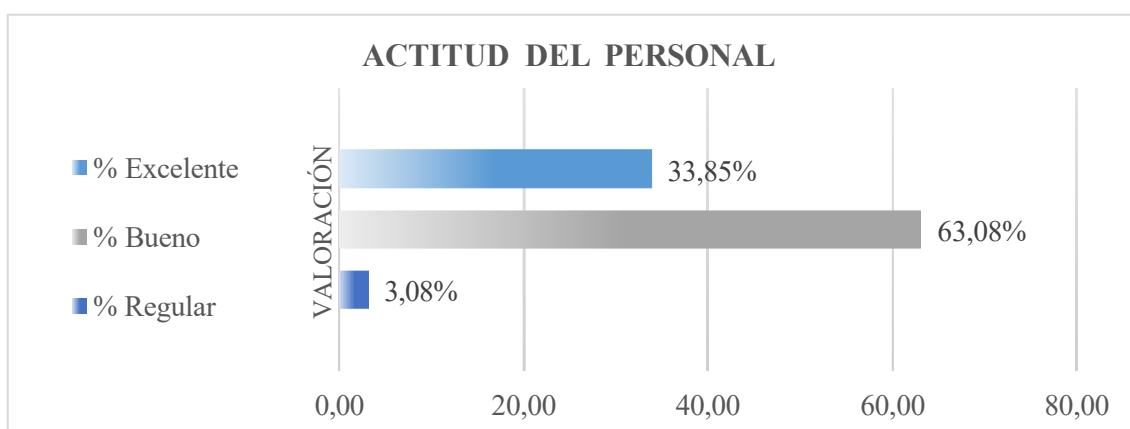
¿Está de acuerdo con la actitud del personal desde el momento que ingresó al hotel?						
Hotel	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente	% Regular	% Bueno	% Excelente
Hotel Acacia	0	7	3	0%	5.38%	2.31%
Hotel Flamingo	0	7	3	0%	5.38%	2.31%
Grand Hotel León Marino	1	9	0	0.77%	6.92%	0%

¿Está de acuerdo con la actitud del personal desde el momento que ingresó al hotel?						
Hotel	3	4	5	%	%	%
	Regular	Bueno	Excelente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Brisas del Pacifico	0	0	10	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	2	8	0%	1.54%	6.15%
Hotel Fernandina	1	7	2	0.77%	5.38%	1.54%
Hotel Fiesta	0	4	6	0%	3.08%	4.62%
Hotel Galápagos Islands	0	7	3	0%	5.38%	2.31%
Hotel Ninfa	0	10	0	0%	7.69%	0%
Hotel Palace Galápagos	0	7	3	0%	5.38%	2.31%
Hotel La Casade Judy	0	4	6	0%	3.08%	4.62%
Hotel Palmeras	0	10	0	0%	7.69%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	2	8	0	1.54%	6.15%	0%
Subtotal	4	82	44	3.08%	63.08%	33.85%
Total		130			100.00%	

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 5

Actitud del personal



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

Los resultados obtenidos mostraron que el 63.08% de los huéspedes calificó la actitud del personal como buena y el 33.85% como excelente, mientras que un porcentaje

mínimo la evaluó como regular. Sin embargo, las evaluaciones regulares indicaron la necesidad de fortalecer la capacitación del personal para garantizar un servicio uniforme.

Tabla 22

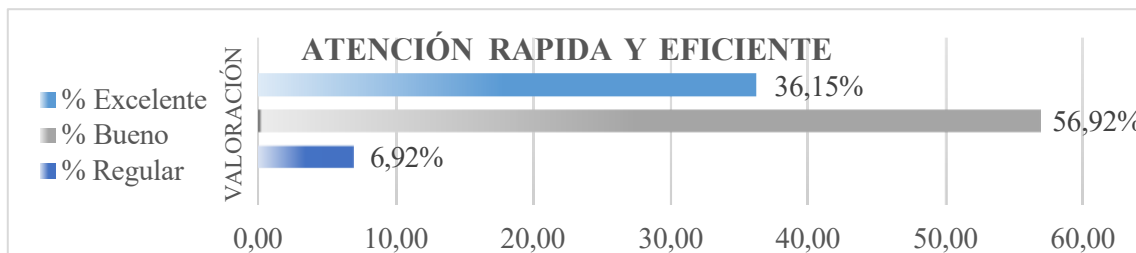
Evaluación del área de recepción y atención de los establecimientos por parte de los huéspedes

¿Está de acuerdo con la atención que recibió (rápida y eficiente)?						
Hotel	3	4	5	%	%	%
	Regular	Bueno	Excelente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Acacia	0	6	4	0%	4.62%	3.08%
Hotel Flamingo	0	7	3	0%	5.38%	2.31%
Grand Hotel León Marino	3	7	0	2.31%	5.38%	0%
Hotel Brisas del Pacífico	0	0	10	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	2	8	0%	1.54%	6.15%
Hotel Fernandina	1	7	2	0.77%	5.38%	1.54%
Hotel Fiesta	1	4	5	0.77%	3.08%	3.85%
Hotel Galápagos Islands	0	7	3	0%	5.38%	2.31%
Hotel Ninfa	0	9	1	0%	6.92%	0.77%
Hotel Palace Galápagos	1	6	3	0.77%	4.62%	2.31%
Hotel La Casade Judy	0	2	8	0%	1.54%	6.15%
Hotel Palmeras	0	10	0	0%	7.69%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	3	7	0	2.31%	5.38%	0%
Subtotal	9	74	47	6.92%	56.92%	36.15%
Total		130			100.00%	

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 6

Atención rápida y eficiente



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

La mayoría calificó la rapidez del servicio como bueno el 56.92% y excelente el 36.15%, No obstante, un 6.92% la calificó como regular, lo que reflejó diferencias en la rapidez del servicio entre hoteles y la necesidad de estandarizar los procesos de atención.

Tabla 23

Evaluación del área de recepción y atención de los establecimientos por parte de los huéspedes

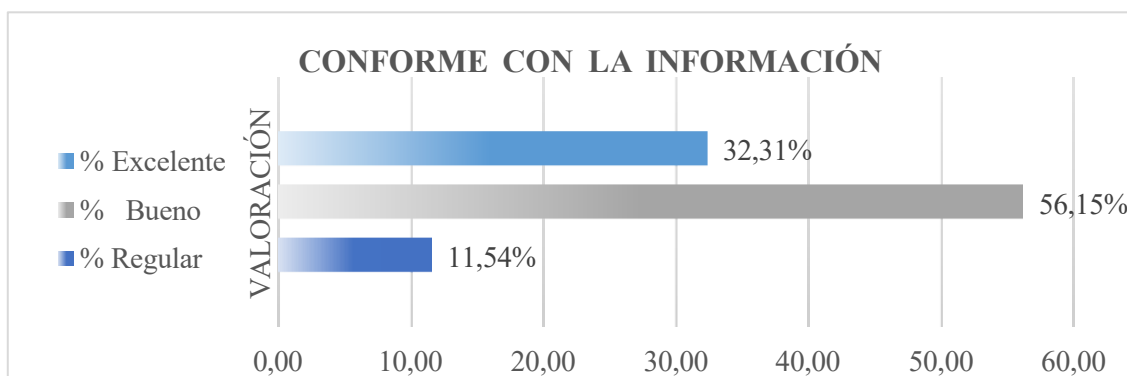
¿Qué tan conforme está con la información que recibió sobre los servicios del hotel?						
Hotel	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente	% Regular	% Bueno	% Excelente
Hotel Acacia	0	8	2	0%	6.15%	1.54%
Hotel Flamingo	0	8	2	0%	6.15%	1.54%
Grand Hotel León Marino	6	4	0	4.62%	3.08%	0%
Hotel Brisas del Pacífico	0	0	10	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	2	8	0%	1.54%	6.15%
Hotel Fernandina	2	6	2	1.54%	4.62%	1.54%
Hotel Fiesta	1	2	7	0.77%	1.54%	5.38%
Hotel Galápagos Islands	1	7	2	0.77%	5.38%	1.54%
Hotel Ninfa	1	9	0	0.77%	6.92%	0%
Hotel Palace Galápagos	1	5	4	0.77%	3.85%	3.08%
Hotel La Casade Judy	0	5	5	0%	3.85%	3.85%

Hotel Palmeras	0	10	0	0%	7.69%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	3	7	0	2.31%	5.38%	0%
Subtotal	15	73	42	11.54%	56.15%	32.31%
Total	130				100.00%	

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 7

Conformidad con la información recibida sobre los servicios del hotel



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El 88.46% de los huéspedes valoró positivamente la información recibida, mientras que un 11.54% la consideró regular. Esto evidenció debilidades en algunos establecimientos, principalmente por falta de señalética y material informativo adecuado.

Tabla 24

Evaluación del área de instalaciones y equipamiento de los establecimientos por parte de los huéspedes.

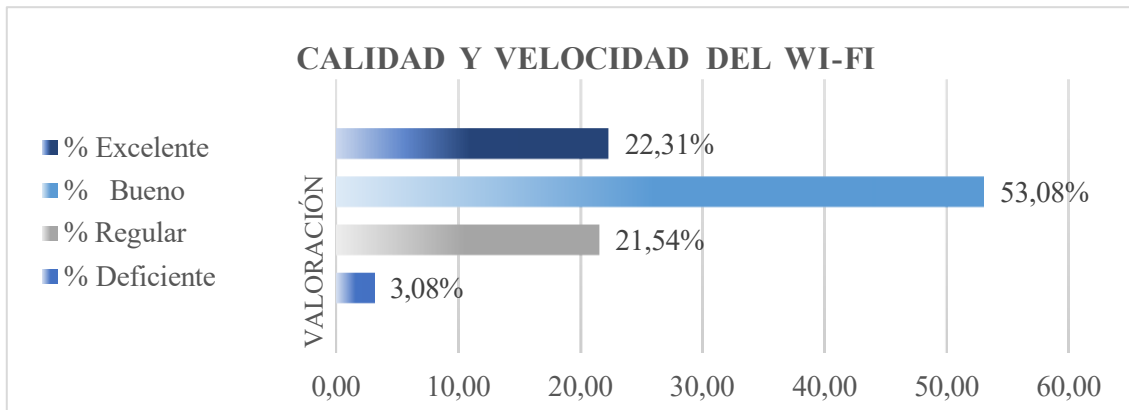
¿Está satisfecho(a) con la calidad y velocidad de la conexión Wifi del hotel?								
Hotel	2	3	4	5	%	%	%	%
	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Acacia	1	4	6	0	0.77%	3.08%	4.62%	0%

¿Está satisfecho(a) con la calidad y velocidad de la conexión Wifi del hotel?								
Hotel	2	3	4	5	%	%	%	%
	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Flamingo	3	4	5	0	2.31%	3.08%	3.85%	0%
Hotel Grand León Marino	0	5	2	0	0%	3.85%	1.54%	0%
Hotel Brisas del Pacífico	0	0	5	5	0%	0%	3.85%	3.85%
Hotel Dejavu	0	0	3	7	0%	0%	2.31%	5.38%
Hotel Fernandina	0	2	3	5	0%	1.54%	2.31%	3.85%
Hotel Fiesta Galápagos Islands	0	2	5	3	0%	1.54%	3.85%	2.31%
Hotel Ninfa	0	4	6	0	0%	3.08%	4.62%	0%
Hotel Palace Galápagos	0	1	9	0	0%	0.77%	6.92%	0%
Hotel Casade Judy	0	2	6	2	0%	1.54%	4.62%	1.54%
Hotel Palmeras	0	0	3	7	0%	0%	2.31%	5.38%
Hotel Pelikan Bay Inn	0	0	10	0	0%	0%	7.69%	0%
Hotel Subtotal	0	4	6	0	0%	3.08%	4.62%	0%
	4	28	69	29	3.08%	21.54%	53.08%	22.31%
Total	130				100.00%			

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 8

Calidad y velocidad del Wifi



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El 21.54% calificó el servicio de wifi como regular y el 3.08% como deficiente, lo que lo convirtió en uno de los aspectos más débiles. Se identificó la necesidad de mejorar la infraestructura tecnológica para elevar la satisfacción del huésped.

Tabla 25

Evaluación del área de instalaciones y equipamiento de los establecimientos por parte de los huéspedes

¿Las instalaciones del hotel, como agua caliente, aire acondicionado y TV, funcionan correctamente y se encuentran en buen estado?								
Hotel	2	3	4	5	%	%	%	%
	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Acacia	0	0	6	4	0%	0%	4.62%	3.08%
Hotel Flamingo	1	2	7	0	0.77%	1.54%	5.38%	0%
Grand Hotel León Marino	0	4	5	1	0%	3.08%	3.85%	0.77%
Hotel Brisas del Pacífico	0	0	3	7	0%	0%	2.31%	5.38%
Hotel Deja Vu	0	1	4	5	0%	0.77%	3.08%	3.85%

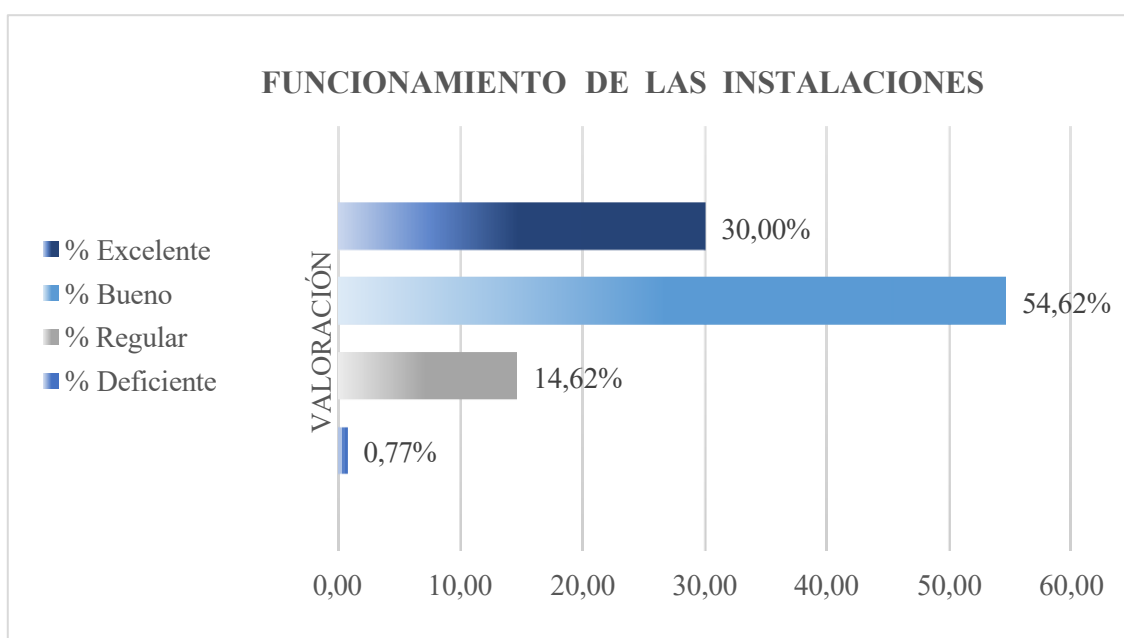
¿Las instalaciones del hotel, como agua caliente, aire acondicionado y TV, funcionan correctamente y se encuentran en buen estado?

Hotel	2	3	4	5	%	%	%	%
	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Fernandina	0	0	9	1	0%	0%	6.92%	0.77%
Hotel Fiesta	0	1	1	8	0%	0.77%	0.77%	6.15%
Hotel Galápagos Islands	0	5	3	2	0%	3.85%	2.31%	1.54%
Hotel Ninfa	0	1	8	1	0%	0.77%	6.15%	0.77%
Hotel Palace Galápagos	0	2	5	3	0%	1.54%	3.85%	2.31%
Hotel La Casa de Judy	0	0	3	7	0%	0%	2.31%	5.38%
Hotel Palmeras	0	0	10	0	0%	0%	7.69%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	0	3	7	0	0%	2.31%	5.38%	0%
Subtotal	1	19	71	39.00	0.77%	14.62%	54.62%	30.00%
Total			130				100.00%	

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 9

Funcionamiento y estado de las instalaciones del hotel



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El 14.62% de los huéspedes calificó como regular el funcionamiento de agua caliente, aire acondicionado y televisión, lo que evidenció deficiencias asociadas a falta de mantenimiento y a la antigüedad de algunos equipos. Estas falencias afectaron la percepción general de la calidad del servicio, al tratarse de elementos básicos para el confort del huésped.

Tabla 26

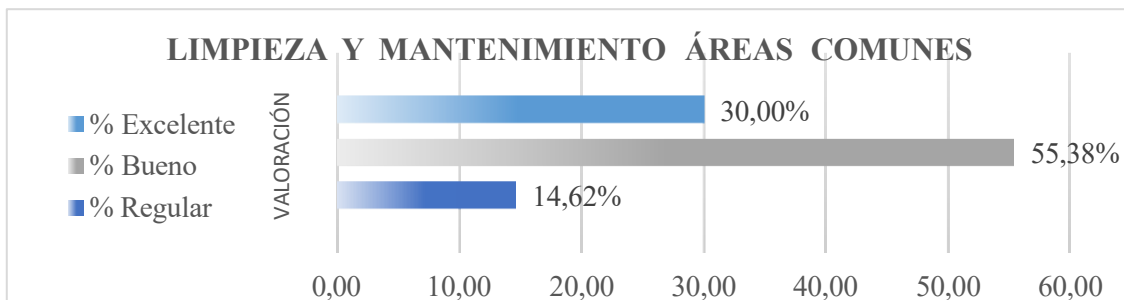
Evaluación del área de limpieza y mantenimiento de los establecimientos por parte de los huéspedes.

¿Las áreas comunes del hotel se encuentran limpias y bien mantenidas?						
Hotel	3	4	5	%	%	%
	Regular	Bueno	Excelente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Acacia	0	4	6	0%	3.08%	4.62%
Hotel Flamingo	1	9	0	0.77%	6.92%	0%
Grand Hotel León Marino	3	7	0	2.31%	5.38%	0%
Hotel Brisas del Pacífico	0	0	10	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	5	5	0%	3.85%	3.85%
Hotel Fernandina	0	9	1	0%	6.92%	0.77%
Hotel Fiesta	1	2	7	0.77%	1.54%	5.38%
Hotel Galápagos Islands	2	7	1	1.54%	5.38%	0.77%
Hotel Ninfa	4	6	0	3.08%	4.62%	0%
Hotel Palace Galápagos	2	4	4	1.54%	3.08%	3.08%
Hotel La Casade Judy	0	5	5	0%	3.85%	3.85%
Hotel Palmeras	4	6	0	3.08%	4.62%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	2	8	0	1.54%	6.15%	0%
Subtotal	19	72	39	14.62%	55.38%	30.00%
Total		130			100.00%	

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 10

Limpieza y mantenimiento de las áreas comunes



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El 55.38% de los huéspedes calificó la limpieza de las áreas comunes como buena y el 30% como excelente, lo que reflejó un adecuado mantenimiento en la mayoría de los establecimientos. Sin embargo, el 14.62% otorgó valoraciones regulares, asociadas principalmente a periodos de alta ocupación que dificultan la frecuencia y calidad del servicio de limpieza.

Tabla 27

Evaluación del área de limpieza y mantenimiento de los establecimientos por parte de los huéspedes.

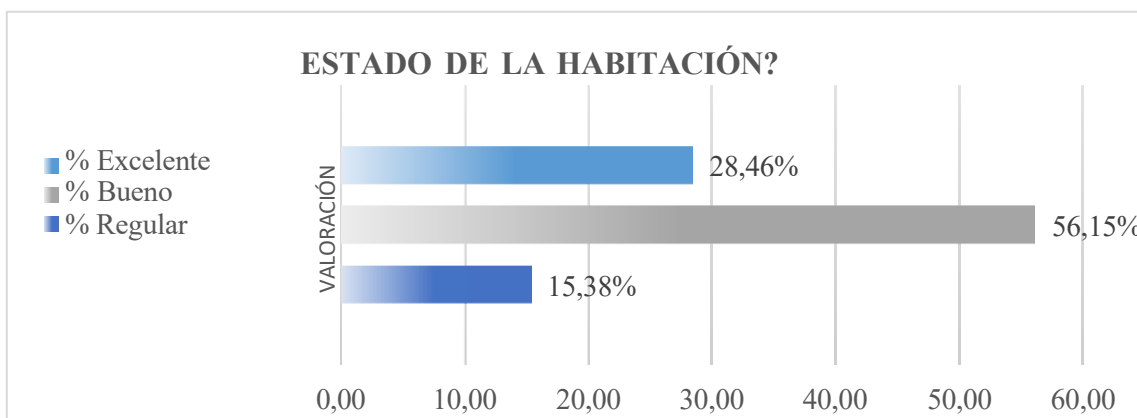
¿La habitación del hotel se encuentra en buen estado, ordenada y limpia?						
Hotel	3	4	5	%	%	%
	Regular	Bueno	Excelente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Acacia	0	4	6	0%	3.08%	4.62%
Hotel Flamingo	0	10	0	0%	7.69%	0%
Grand Hotel León Marino	5	5	0	3.85%	3.85%	0%
Hotel Brisas del Pacífico	0	0	10	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	5	5	0%	3.85%	3.85%
Hotel Fernandina	0	9	1	0%	6.92%	0.77%
Hotel Fiesta	1	3	6	0.77%	2.31%	4.62%
Hotel Galápagos Islands	1	9	0	0.77%	6.92%	0%

¿La habitación del hotel se encuentra en buen estado, ordenada y limpia?						
Hotel	3	4	5	%	%	%
	Regular	Bueno	Excelente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Ninfa	4	6	0	3.08%	4.62%	0%
Hotel Palace Galápagos	3	3	4	2.31%	2.31%	3.08%
Hotel La Casade Judy	0	5	5	0%	3.85%	3.85%
Hotel Palmeras	4	6	0	3.08%	4.62%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	2	8	0	1.54%	6.15%	0%
Subtotal	20	73	37	15.38%	56.15%	28.46%
Total	130			100.00%		

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 11

Estado y limpieza de las habitaciones



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El 56.15% de los huéspedes calificó la limpieza de las habitaciones como buena y el 28.46% como excelente, lo que evidenció un nivel adecuado en el mantenimiento interno. No obstante, el 15.38% presentó valoraciones regulares, lo que sugiere que en temporadas de mayor demanda pueden generarse debilidades en la gestión operativa del servicio de limpieza.

Tabla 28

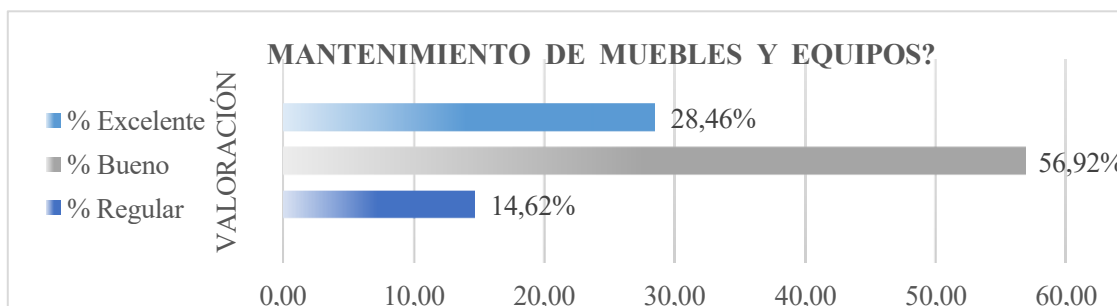
Evaluación del área de limpieza y mantenimiento de los establecimientos por parte de los huéspedes.

¿El mantenimiento de los muebles y equipos del hotel es adecuado?						
Hotel	3	4	5	%	%	%
	Regular	Bueno	Excelente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Acacia	0	5	5	0%	3.85%	3.85%
Hotel Flamingo	1	9	0	0.77%	6.92%	0%
Grand Hotel León Marino	4	6	0	3.08%	4.62%	0%
Hotel Brisas del Pacifico	0	0	10	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	5	5	0%	3.85%	3.85%
Hotel Fernandina	0	9	1	0%	6.92%	0.77%
Hotel Fiesta	1	3	6	0.77%	2.31%	4.62%
Hotel Galápagos Islands	2	8	0	1.54%	6.15%	0%
Hotel Ninfa	3	7	0	2.31%	5.38%	0%
Hotel Palace Galápagos	3	3	4	2.31%	2.31%	3.08%
Hotel La Casade Judy	0	4	6	0%	3.08%	4.62%
Hotel Palmeras	3	7	0	2.31%	5.38%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	2	8	0	1.54%	6.15%	0%
Subtotal	19	74	37	14.62%	56.92%	28.46%
Total	130				100.00%	

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 12

Mantenimiento de muebles y equipos



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

Los resultados mostraron que el 56.92% de los huéspedes calificaron este servicio como bueno y el 28.46% como excelente. Las valoraciones indicaron que el servicio es el adecuado, pero aun el 14.62% de las valoraciones presentaron necesidades de mejora, especialmente en mantenimiento de pequeños electrodomésticos y equipos de seguridad.

Tabla 29

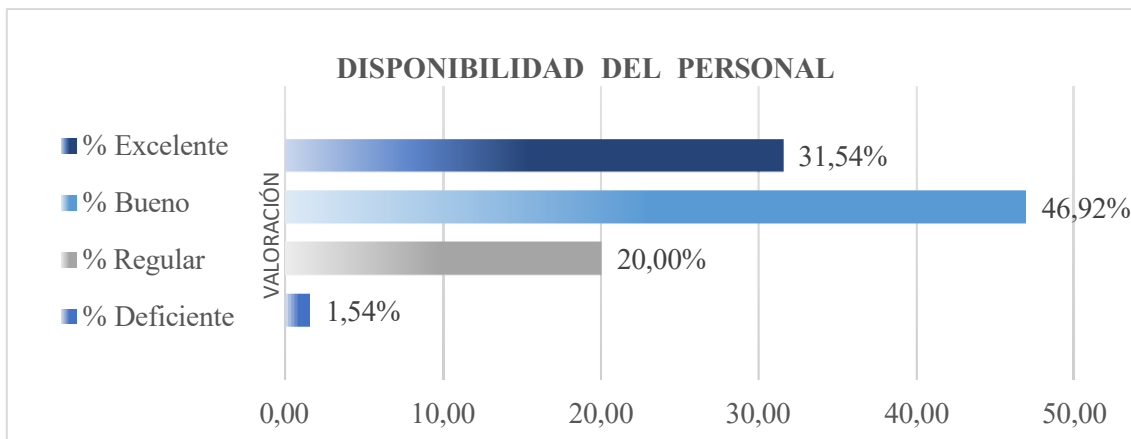
Evaluación del área de atención al cliente de los establecimientos por parte de los huéspedes.

¿Está de acuerdo con la disponibilidad del personal para atender alguna duda o requerimiento?								
Hotel	2	3	4	5	%	%	%	%
	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Acacia	0	0	4	6	0%	0%	3.08%	4.62%
Hotel Flamingo	0	1	7	2	0%	0.77%	5.38%	1.54%
Grand Hotel León Marino	2	6	2	0	1.54%	4.62%	1.54%	0%
Hotel Brisas del Pacífico	0	0	0	10	0%	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	0	3	7	0%	0%	2.31%	5.38%
Hotel Fernandina	0	4	5	1	0%	3.08%	3.855	0.77%
Hotel Fiesta	0	2	6	2	0%	1.54%	4.62%	1.54%
Hotel Galápagos Islands	0	0	9	1	0%	0%	6.92%	0.77%
Hotel Ninfa	0	1	9	0	0%	0.77%	6.92%	0%
Hotel Palace Galápagos	0	3	3	4	0%	2.31%	2.31%	3.08%
Hotel La Casa de Judy	0	0	2	8	0%	0%	1.54%	6.15%
Hotel Palmeras	0	3	7	0	0%	2.31%	5.38%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	0	6	4	0	0%	4.62%	3.08%	0%
Total	2	26	61	41.00	1.54%	20.00%%	46.92%	31.54%

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 13

Disponibilidad del personal



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El 46.92% de los huéspedes calificaron la disponibilidad del personal como bueno y el 31.54% como excelente. Esto demostró que el personal se encuentra atento y disponible para atender dudas de los huéspedes. En tanto que el 20% mostraron puntuaciones regulares y el 1.54% como deficientes. La calificación entre hoteles, evidenció diferencias en el número de empleados activos por turnos, carga laboral o experiencia en la atención al cliente.

Tabla 30

Evaluación del área de atención al cliente de los establecimientos por parte de los huéspedes.

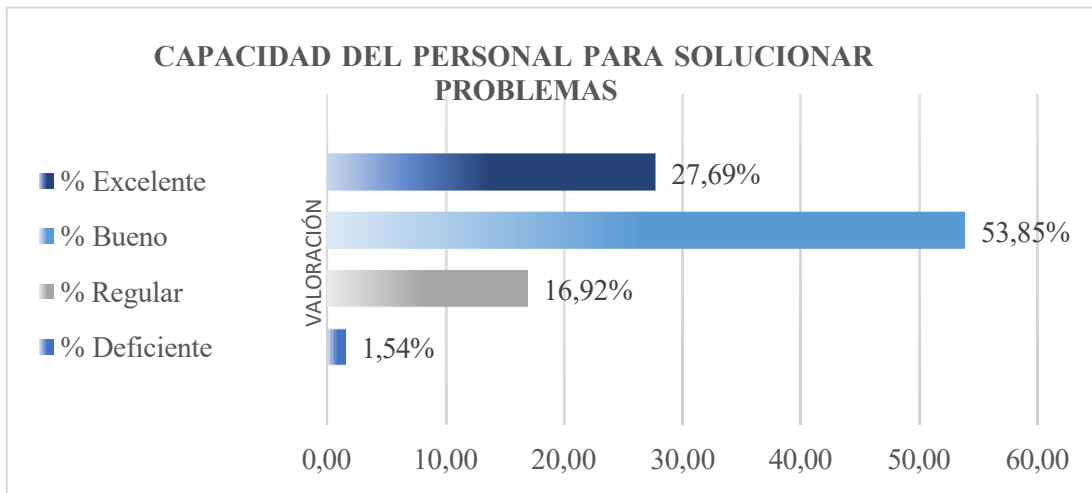
¿Está de acuerdo con la capacidad del personal para brindar soluciones al problema o solicitud que tuvo?								
Hotel	2	3	4	5	%	%	%	%
	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Acacia	0	0	5	5	0%	0%	3.85%	3.85%
Hotel Flamingo	0	0	9	1	0%	0%	6.92%	0.77%

¿Está de acuerdo con la capacidad del personal para brindar soluciones al problema o solicitud que tuvo?								
Hotel	2	3	4	5	%	%	%	%
	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
GrandHotel León Marino	2	4	4	0	1.54%	3.08%	3.08%	0%
Hotel Brisas del Pacífico	0	0	0	10	0%	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	0	3	7	0%	0%	2.31%	5.38%
Hotel Fernandina	0	3	6	1	0%	2.31%	4.62%	0.77%
Hotel Fiesta	0	2	8	0	0%	1.54%	6.15%	0%
Hotel Galápagos Islands	0	0	9	1	0%	0%	6.92%	0.77%
Hotel Ninfa	0	1	9	0	0%	0.77%	6.92%	0%
Hotel Palace Galápagos	0	4	2	4	0%	3.08%	1.54%	3.08%
Hotel La Casa de Judy	0	0	3	7	0%	0%	2.31%	5.38%
Hotel Palmeras	0	2	8	0	0%	1.54%	6.15%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	0	6	4	0	0%	4.62%	3.08%	0%
Subtotal	2	22	70	36.00	1.54%	16.92%	53.85%	27.69%
Total		130				100.00%		

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 14

Capacidad del personal para brindar soluciones



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

Los resultados indicaron que en Puerto Ayora el 53.85% de los huéspedes lo calificó como bueno y el 27.69% como excelente lo que revelo una atención estándar. En tanto, que el 16.92% recibió valoraciones como regular lo que sugirió fallas sistemáticas en falta de capacitación, procesos tediosos, y personal desmotivado.

Tabla 31

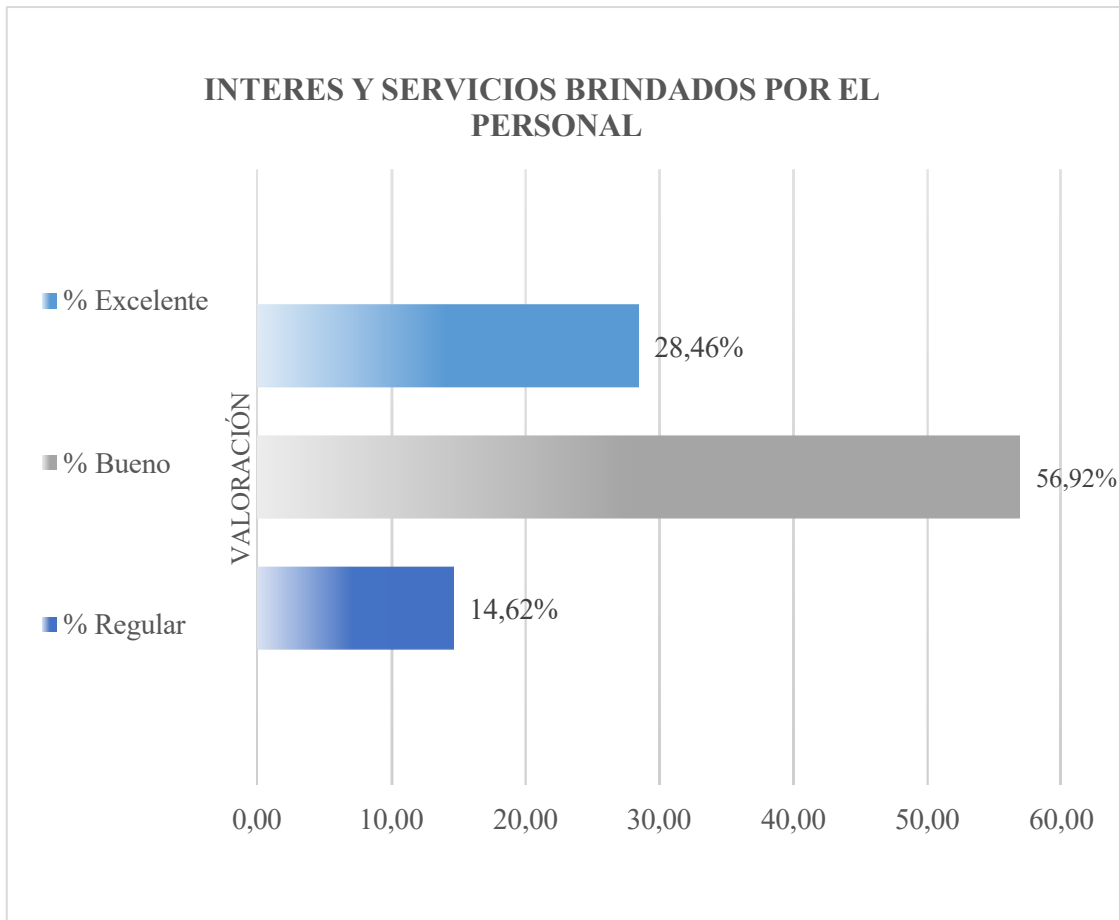
Evaluación del área de atención al cliente de los establecimientos por parte de los huéspedes.

¿Está de acuerdo con el interés y servicios brindados por parte del personal durante su estadía?						
Hotel	3	4	5	%	%	%
	Regular	Bueno	Excelente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Acacia	0	5	5	0%	3.85%	3.85%
Hotel Flamingo	0	8	2	0%	6.15%	1.54%
Grand Hotel León Marino	5	5	0	3.85%	3.85%	0%
Hotel Brisas del Pacifico	0	0	10	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	3	7	0%	2.31%	5.38%
Hotel Fernandina	2	7	1	1.54%	5.38%	0.77%
Hotel Fiesta	2	7	1	1.54%	5.38%	0.77%
Hotel Galápagos Islands	1	9	0	0.77%	6.92%	0%
Hotel Ninfa	2	8	0	1.54%	6.15%	0%
Hotel Palace Galápagos	1	5	4	0.77%	3.85%	3.08%
Hotel La Casade Judy	0	3	7	0%	2.31%	5.38%
Hotel Palmeras	0	10	0	0%	7.69%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	6	4	0	4.62%	3.08%	0%
Subtotal	19	74	37	14.62%	56.92%	28.46%
Total		130			100.00%	

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 15

Interés y servicios del personal



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

Este indicador midió el interés y servicios del personal, cualidades que influyeron más que las instalaciones en un hotel 3 estrellas. El estudio reflejó que el 56.92% calificó la calidez y el servicio al cliente como bueno, mientras que el 28.46% lo consideró como excelente. En tanto, que el 14.62% de los huéspedes lo percibió como regular, esto resultado peligroso, porque el cliente pudo sentir que la atención recibida no correspondió al valor pagado.

Tabla 32

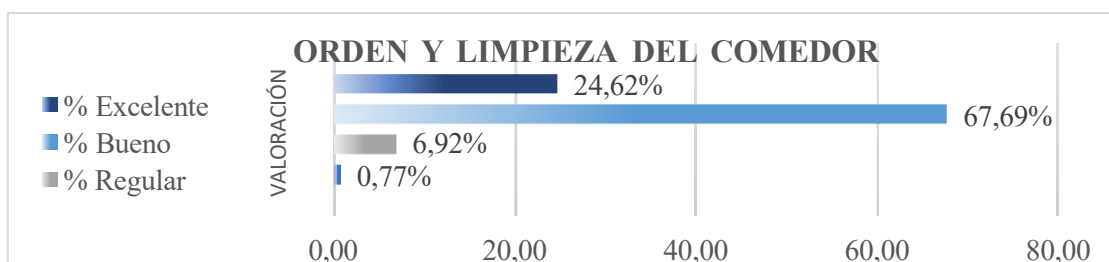
Evaluación del área de restaurante y alimentación de los establecimientos por parte de los huéspedes.

¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra con el área del comedor respecto al orden y la limpieza?								
Hotel	2	3	4	5	%	%	%	%
	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Acacia	0	0	7	3	0	0%	5.38%	2.31%
Hotel Flamingo	0	0	10	0	0	0%	7.69%	0%
Grand Hotel León Marino	1	4	5	0	0.77	3.08%	3.85%	0%
Hotel Brisas del Pacífico	0	0	0	10	0	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	0	5	5	0	0%	3.85%	3.85%
Hotel Fernandina	0	0	9	1	0	0%	6.92%	0.77%
Hotel Fiesta	0	0	8	2	0	0%	6.15%	1.54%
Hotel Galápagos Islands	0	1	8	1	0	0.77%	6.15%	0.77%
Hotel Ninfa	0	1	9	0	0	0.77%	6.92%	0%
Hotel Palace Galápagos	0	1	5	4	0	0.77%	3.85%	3.08%
Hotel La Casade Judy	0	0	4	6	0	0%	3.08%	4.62%
Hotel Palmeras	0	0	10	0	0	0%	7.69%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	0	2	8	0	0	1.54%	6.15%	0%
Subtotal	1	9	88	32	0.77	6.92%	67.69%	24.62%
Total	130				100.00%			

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 16

Orden y limpieza del comedor



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El 67.69% de los huéspedes calificó el orden y limpieza del comedor como bueno y el 24.62% como excelente, lo que refleja un manejo adecuado de los estándares de higiene. Sin embargo, el 6.92% otorgó valoraciones regulares, asociadas a fallas operativas menores como tiempos de espera o deficiencias puntuales en limpieza.

Tabla 33

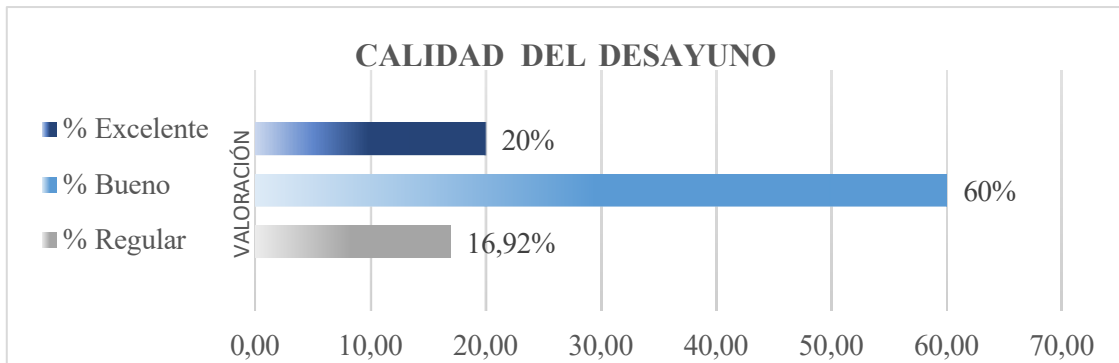
Evaluación del área de restaurante y alimentación de los establecimientos por parte de los huéspedes.

¿Está satisfecho(a) con la calidad del desayuno, incluyendo variedad, sabor y presentación ofrecidos durante su estadía en el hotel?								
Hotel	2	3	4	5	%	%	%	%
	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Acacia	0	0	7	3	0%	0%	5.38%	2.31%
Hotel Flamingo	0	0	10	0	0%	0%	7.69%	0%
Grand Hotel León Marino	3	5	2	0	2.31%	3.85%	1.54%	0%
Hotel Brisas del Pacífico	0	0	0	10	0%	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	0	6	4	0%	0%	4.62%	3.08%
Hotel Fernandina	0	4	6	0	0%	3.08%	4.62%	0%
Hotel Fiesta	0	3	7	0	0%	2.31%	5.38%	0%
Hotel Galápagos Islands	0	1	8	1	0%	0.77%	6.15%	0.77%
Hotel Ninfa	0	1	9	0	0%	0.77%	6.92%	0%
Hotel Palace Galápagos	1	2	4	3	0.77%	1.54%	3.08%	2.31%
Hotel La Casade Judy	0	0	5	5	0%	0%	3.85%	3.85%
Hotel Palmeras	0	0	10	0	0%	0%	7.69%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	0	6	4	0	0%	4.62%	3.08%	0%
Subtotal	4	22	78	26	3.08%	16.92%	60%	20%
Total		130				100.00%		

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 17

Calidad del desayuno



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El 60% de los huéspedes calificó la calidad del desayuno como bueno y el 20% como excelente, lo que evidencia un nivel aceptable del servicio. No obstante, el 16.92% lo evaluó como regular, lo que sugiere debilidades en aspectos como variedad, temperatura y presentación de los alimentos.

Tabla 34

Evaluación del área de restaurante y alimentación de los establecimientos por parte de los huéspedes.

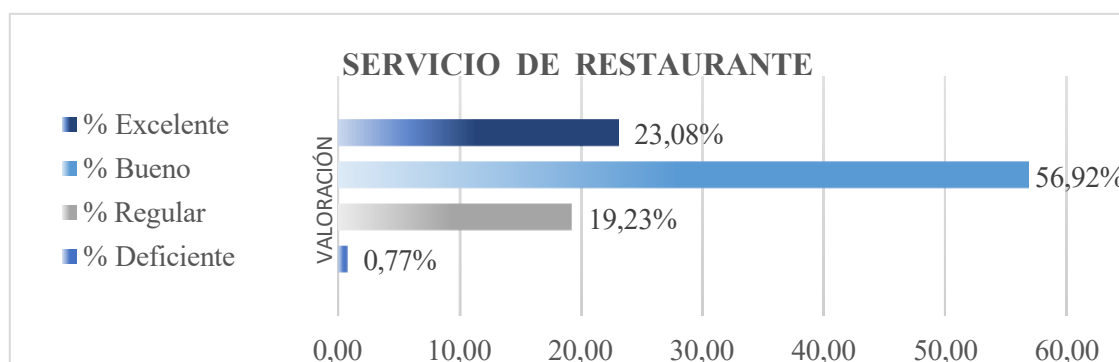
Durante el servicio de restaurante, ¿está de satisfecho(a) con la atención brindada?								
Hotel	2	3	4	5	%	%	%	%
	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Acacia	0	0	7	3	0%	0%	5.38%	2.31%
Hotel Flamingo	0	0	10	0	0%	0%	7.69%	0%
Grand Hotel León Marino	0	7	3	0	0%	5.38%	2.31%	0%
Hotel Brisas del Pacífico	0	0	0	10	0%	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	0	5	5	0%	0%	3.85%	3.85%
Hotel Fernandina	0	1	9	0	0%	0.77%	6.92%	0%
Hotel Fiesta	0	5	5	0	0%	3.85%	3.85%	0%
Hotel Galápagos Islands	0	0	9	1	0%	0%	6.92%	0.77%

Durante el servicio de restaurante, ¿está de satisfecho(a) con la atención brindada?								
Hotel	2	3	4	5	%	%	%	%
	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Ninfa	0	2	8	0	0%	1.54%	6.15%	0%
Hotel Palace Galápagos	1	3	3	3	0.77%	2.31%	2.31%	2.31%
Hotel La Casade Judy	0	0	3	7	0%	0%	2.31%	5.38%
Hotel Palmeras	0	0	10	0	0%	0%	7.69%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	0	7	2	1	0%	5.38%	1.54%	0.77%
Subtotal	1	25	74	30	0.77%	19.23%	56.92%	23.08%
Total	130				100.00%			

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 18

Durante el servicio de restaurante, ¿está satisfecho(a) con la atención brindada?



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El servicio de restaurante es un determinante para la satisfacción general y elemento diferenciador competitivo. Según el estudio, un 23.08% de los huéspedes calificó como excelente, reflejando una atención profesional. Por su parte, el 56.92% lo considero bueno y funcional. El 19.23% de las evaluaciones fueron regulares, dato crítico que reflejó lentitud y falta de amabilidad. Finalmente, un 0.77% calificó como deficiente, evidenciado casos de negligencia total como faltas demoras excesivas y errores en el servicio.

Tabla 35

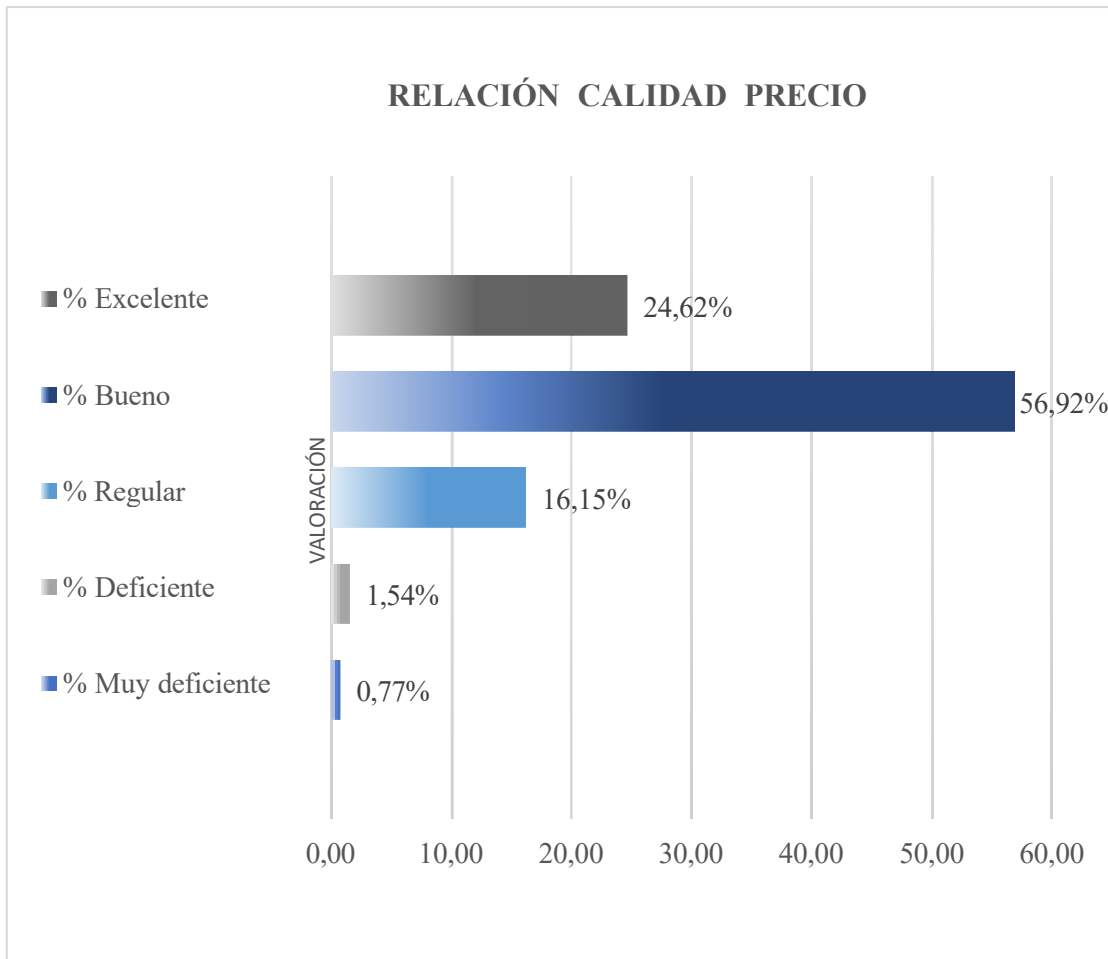
Evaluación del área de satisfacción general y competitividad de los establecimientos por parte de los huéspedes.

¿Considera que la relación calidad-precio del hotel es adecuada?										
Hotel	1 Muy deficiente	2 Deficiente	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente	% Muy deficiente	% Deficiente	% Regular	% Bueno	% Excelente
Hotel Acacia	0	0	0	6	4	0%	0%	0%	4.62%	3.08%
Hotel Flamingo	0	0	3	7	0	0%	0%	2.31%	5.38%	0%
Grand Hotel León Marino	1	2	6	1	0	0.77%	1.54%	4.62%	0.77%	0%
Hotel Brisas del Pacifico	0	0	0	0	10	0%	0%	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	0	0	3	7	0%	0%	0%	2.31%	5.38%
Hotel Fernandina	0	0	1	9	0	0%	0%	0.77%	6.92%	0%
Hotel Fiesta	0	0	2	7	1	0%	0%	1.54%	5.38%	0.77%
Hotel Galápagos Islands	0	0	1	9	0	0%	0%	0.77%	6.92%	0%
Hotel Ninfa	0	0	0	10	0	0%	0%	0%	7.69%	0%
Hotel Palace Galápagos	0	0	4	3	3	0%	0%	3.08%	2.31%	2.31%
Hotel La Casade Judy	0	0	0	3	7	0%	0%	0%	2.31%	5.38%
Hotel Palmeras	0	0	0	10	0	0%	0%	0%	7.69%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	0	0	4	6	0	0%	0%	3.08%	4.62%	0%
Total	1	2	21	74	32	0.77%	1.54%	16.15%	56.92%	24.62%

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 19

Relación calidad–precio



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El 81.54% de los huéspedes consideró que la relación calidad–precio fue adecuada, lo que refleja una percepción positiva del servicio recibido. No obstante, el 18.46% otorgó valoraciones entre regulares y deficientes, lo que indica que en ciertos casos el precio pagado no se percibió acorde con la calidad ofrecida.

Tabla 36

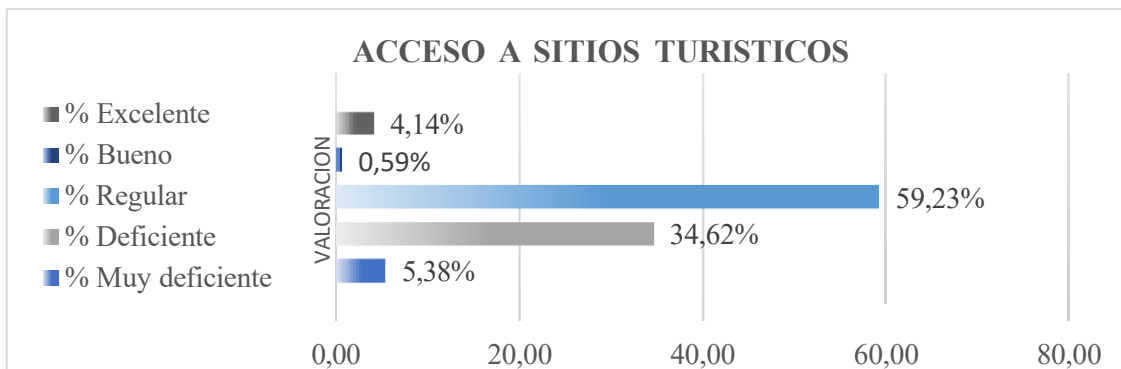
Evaluación del área de satisfacción general y competitividad de los establecimientos por parte de los huéspedes.

¿La ubicación del hotel facilita el acceso a los principales lugares de interés turístico?										
Hotel	1 Muy deficiente	2 Deficiente	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente	% Muy deficiente	% Deficiente	% Regular	% Bueno	% Excelente
Hotel Acacia	0	0	4	6	0	0%	3.08%	4.62%	0%	0%
Hotel Flamingo	0	1	4	5	0	0.77%	3.08%	3.85%	0%	0.59%
Grand Hotel León Marino	0	0	2	8	0	0%	1.54%	6.15%	0%	0%
Hotel Brisas del Pacífico	0	0	0	10	0	0%	0%	7.69%	0%	0%
Hotel Deja Vu	0	0	2	8	0	0%	1.54%	6.15%	0%	0%
Hotel Fernandina	0	0	1	9	0	0%	0.77%	6.92%	0%	0%
Hotel Fiesta	0	1	0	9	0	0.77%	0%	6.92%	0%	0.59%
Hotel Galápagos Islands	0	2	6	2	0	1.54%	4.62%	1.54%	0%	1.18%
Hotel Ninfa	0	0	10	0	0	0%	7.69%	0%	0%	0%
Hotel Palace Galápagos	1	3	3	3	0.77	2.31%	2.31%	2.31%	0.59%	1.78%
Hotel La Casade Judy	0	0	0	10	0	0%	0%	7.69%	0%	0%
Hotel Palmeras	0	0	10	0	0	0%	7.69%	0%	0%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	0	0	3	7	0	0%	2.31%	5.38%	0%	0%
Total	1	7	45	77	0.77	5.38%	34.62%	59.23%	0.59%	4.14%

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 20

Accesibilidad y ubicación del hotel



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El 60% de los huéspedes valoró positivamente la ubicación de los hoteles, confirmando que la cercanía a los principales puntos de interés turístico constituye una fortaleza competitiva. Sin embargo, el 40% manifestó inconformidades, asociadas principalmente a dificultades de acceso o conectividad con determinados servicios.

Tabla 37

Evaluación del área de satisfacción general y competitividad de los establecimientos por parte de los huéspedes.

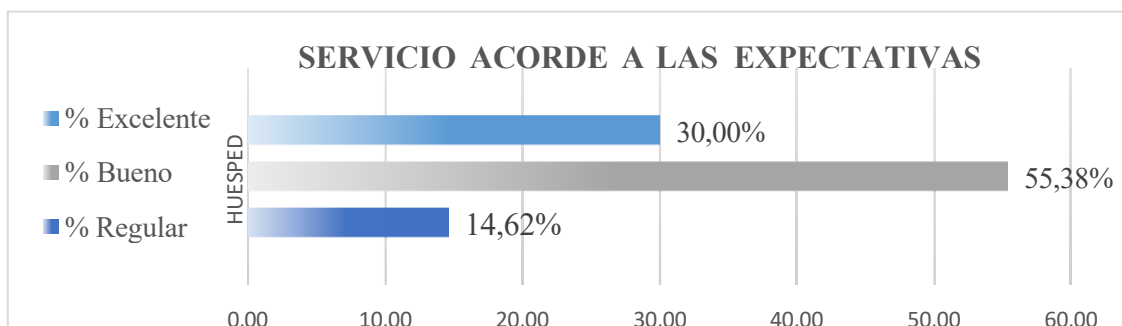
¿Considera que el servicio del hotel estuvo acorde con sus expectativas como huésped?						
Hotel	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente	% Regular	% Bueno	% Excelente
Hotel Acacia	0	7	3	0%	5.38%	2.31%
Hotel Flamingo	2	8	0	1.54%	6.15%	0%
Grand Hotel León Marino	9	1	0	6.92%	0.77%	0%
Hotel Brisas del Pacífico	0	0	10	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	4	6	0%	3.08%	4.62%
Hotel Fernandina	0	8	2	0%	6.15%	1.54%
Hotel Fiesta	1	8	1	0.77%	6.15%	0.77%
Hotel Galápagos Islands	3	7	0	2.31%	5.38%	0%

¿Considera que el servicio del hotel estuvo acorde con sus expectativas como huésped?						
Hotel	3	4	5	%	%	%
	Regular	Bueno	Excelente	Regular	Bueno	Excelente
Hotel Ninfa	1	9	0	0.77%	6.92%	0%
Hotel Palace Galápagos	3	4	3	2.31%	3.08%	2.31%
Hotel La Casade Judy	0	2	8	0%	1.54%	6.15%
Hotel Palmeras	0	10	0	0%	7.69%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	2	8	0	1.54%	6.15%	0%
Subtotal	21	76	33	16.15%	58.46%	25.38%
Total	130			100,00%		

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 21

Cumplimiento de expectativas



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

El 55.38% evaluó el servicio recibido como bueno y el 30.00% calificó la estancia como excelente, lo cual denotó que los huéspedes consideraron que el servicio si cumplió con sus expectativas generales, mientras que un 14.62% lo calificó de regular, esta cifra demuestra pequeñas diferencias entre lo ofertado y lo percibido, especialmente en servicios complementarios.

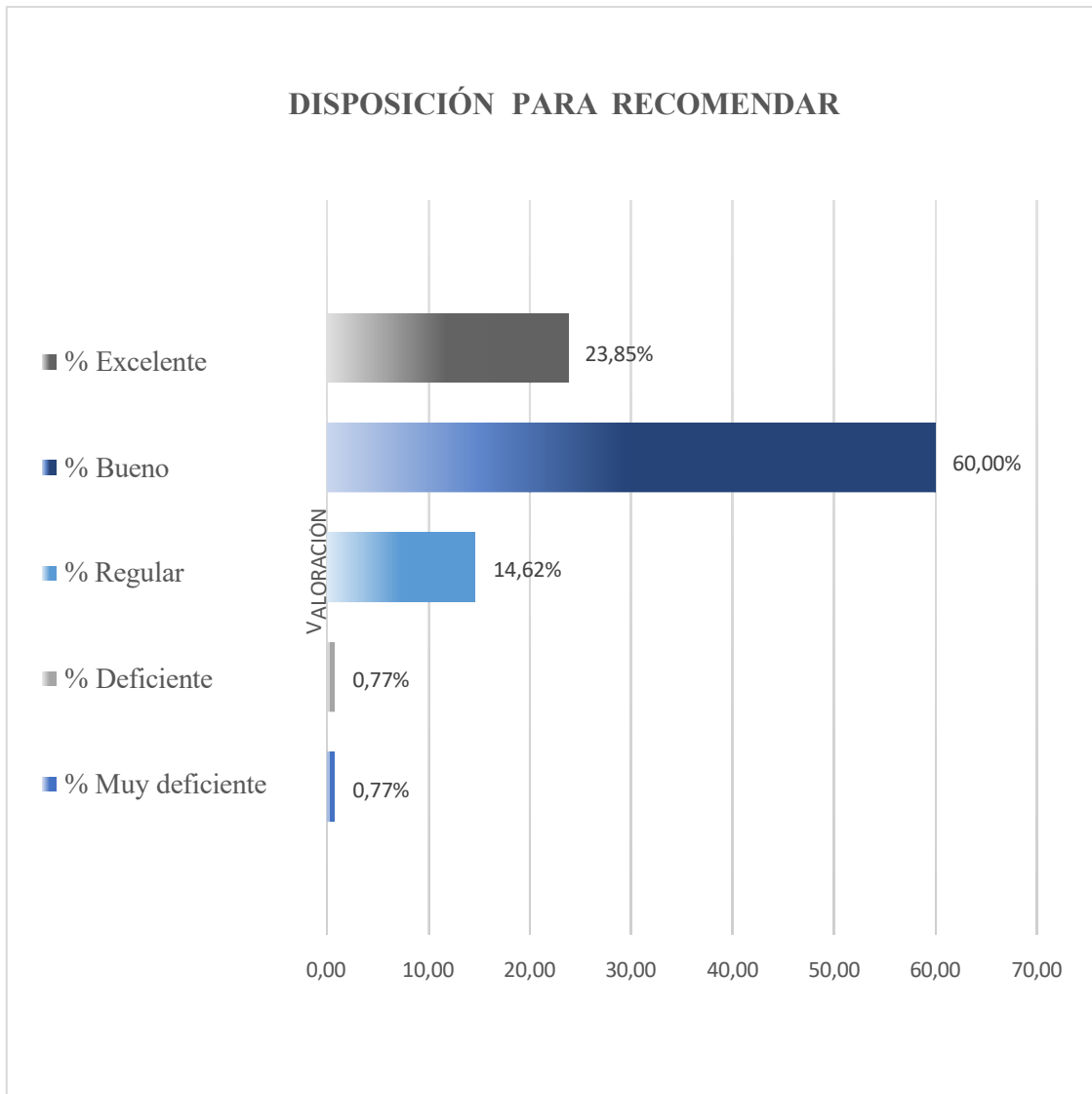
Tabla 38*Evaluación del área de satisfacción general y competitividad de los establecimientos por parte de los huéspedes.*

¿Está dispuesto(a) a recomendar este hotel a familiar eso amigos?										
Hotel	1 Muy deficiente	2 Deficiente	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente	% Muy deficiente	% Deficiente	% Regular	% Bueno	% Excelente
Hotel Acacia	0	0	0	6	4	0%	0%	0%	4.62%	3.08%
Hotel Flamingo	0	0	2	8	0	0%	0%	1.54%	6.15%	0%
Grand Hotel León Marino	1	0	8	1	0	0.77%	0%	6.15%	0.77%	0%
Hotel Brisas del Pacifico	0	0	0	0	10	0%	0%	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	0	0	6	4	0%	0%	0%	4.62%	3.08%
Hotel Fernandina	0	0	0	9	1	0%	0%	0%	6.92%	0.77%
Hotel Fiesta	0	0	2	8	2	0%	0%	1.54%	6.15%	1.54%
Hotel Galápagos Islands	0	0	2	6	0	0%	0%	1.54%	4.62%	0%
Hotel Ninfa	0	0	0	10	3	0%	0%	0%	7.69%	2.31%
Hotel Palace Galápagos	0	1	3	3	7	0%	0.77%	2.31%	2.31%	5.38%
Hotel La Casade Judy	0	0	0	3	0	0%	0%	0%	2.31%	0%
Hotel Palmeras	0	0	0	10	0	0%	0%	0%	7.69%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	0	0	2	8	0	0%	0%	1.54%	6.15%	0%
Total	1	1	19	78	31	0.77%	0.77%	14.62%	60.00%	23.85%

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 22

Intención de recomendación



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

En este indicador de lealtad definitiva el estudio reveló que el 83.85% de los huéspedes están dispuestos a recomendar el establecimiento, consolidando una reputación sólida. Sin embargo, un 16.16% de los huéspedes, consideró que no recomendarían al hotel por falta de impacto en la experiencia vivida, o por fallas menores que impidieron fidelizar al cliente.

Tabla 39

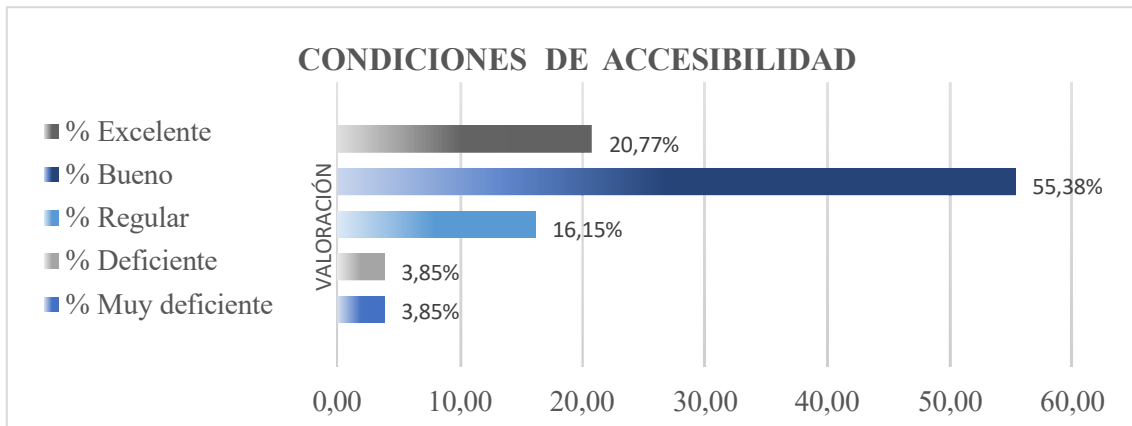
Evaluación del área de satisfacción general y competitividad de los establecimientos por parte de los huéspedes.

¿Las instalaciones del hotel ofrecen condiciones adecuadas de accesibilidad que permiten el desplazamiento cómodo y seguro de todos los huéspedes?										
Hotel	1 Muy deficiente	2 Deficiente	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente	% Muy deficiente	% Deficiente	% Regular	% Bueno	% Excelente
Hotel Acacia	0	0	4	6	0	0%	0%	3.08%	4.62%	0%
Hotel Flamingo	0	1	2	7	0	0%	0.77%	1.54%	5.38%	0%
Grand Hotel León Marino	5	3	1	1	0	3.85%	2.31%	0.77%	0.77%	0%
Hotel Brisas del Pacifico	0	0	0	0	10	0%	0%	0%	0%	7.69%
Hotel Deja Vu	0	0	0	5	5	0%	0%	0%	3.85%	3.85%
Hotel Fernandina	0	0	0	10	0	0%	0%	0%	7.69%	0%
Hotel Fiesta	0	1	5	4	0	0%	0.77%	3.85%	3.08%	0%
Hotel Galápagos Islands	0	0	3	7	0	0%	0%	2.31%	5.38%	0%
Hotel Ninfa	0	0	0	10	0	0%	0%	0%	7.69%	0%
Hotel Palace Galápagos	0	0	5	2	3	0%	0%	3.85%	1.54%	2.31%
Hotel La Casade Judy	0	0	0	1	9	0%	0%	0%	0.77%	6.92%
Hotel Palmeras	0	0	0	10	0	0%	0%	0%	7.69%	0%
Hotel Pelikan Bay Inn	0	0	1	9	0	0%	0%	0.77%	6.92%	0%
Total	5	5	21	72	27	3.85%	3.85%	16.15%	55.38%	20.77%

Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Gráfico 23

Accesibilidad en las instalaciones



Nota. Datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a huéspedes en noviembre de 2025.

Análisis

En este punto se evaluó la inclusión y el diseño general del establecimiento. La accesibilidad determinó si fue apto para todas las personas con movilidad reducida. El diagnóstico de la infraestructura, reveló que el 76.15% dispuso de instalaciones funcionales. Y un 16.15% contó con barreras moderadas. Por otro lado, un 7.70% presentó inexistencias de accesos básicos con barreras críticas visible.

Discusión

En relación al área de recepción y atención, la calidez del servicio, destacó como una fortaleza con un 96.92% de los huéspedes percibió la actitud del personal como buena y excelente.

Se pudo evidenciar que la valoración, no provino necesariamente de la técnica “aptitud”, sino de la empatía, aspectos que valora el huésped y lo relaciona con el lugar de destino y el contacto humano. Como sostiene Tomalá & Álvarez (2025), que señalaron que los hoteles 3 estrellas, el servicio exclusivo y la empatía del colaborador son pilares que sostuvieron la calidad percibida por el huésped, sugiriendo que el factor humano compensa la experiencia frente a la ausencia de manual de instrucciones

y formalización de procesos.

En cuanto al área de instalaciones y equipamiento centradas en el servicio de internet inalámbrico, el 75.38% lo calificó de bueno y excelente, no obstante, un 24.62% entro en el rango de regular y deficiente. La conectividad, se volvió una necesidad prioritaria para los huéspedes durante su estadía, para gestionar sus correos electrónicos, el uso de redes y mantener contacto con sus familias. El servicio de wifi no fue muy valorado, por las fallas técnicas que generaron frustración inmediata y fue la causa principal de reseñas negativas en plataformas de viajes online como Booking.com y TripAdvisor. Tal como indicó Pastor (2016), menciona que el servicio wifi se ha transformado en servicio básico para alcanzar la satisfacción del cliente, debido a que el perfil del huésped moderno, requirió estar siempre conectado durante su estancia.

El factor de limpieza y mantenimiento fueron los atributos que más influyeron en la puntuación de los hoteles por parte de los huéspedes, proyectaron seguridad y respeto al cliente.

En Puerto Ayora, las condiciones propias del entorno, como el clima húmedo y la presencia de polvo, implican un mayor esfuerzo para el cumplimiento de los estándares de limpieza. En este contexto, el desempeño del personal fue valorado en un 84,62 % como bueno y excelente, lo que evidencia su compromiso con la calidad del servicio. Resultó especialmente destacable el esmero aplicado en la limpieza de las áreas comunes y en el orden y presentación de las habitaciones, lo cual permitió compensar, en parte, las deficiencias existentes en el mobiliario y en ciertos equipos afectados por la falta de inversión.

En el área de atención al cliente, los resultados de la investigación revelaron una percepción positiva del desempeño del personal, disponibilidad y capacidad de respuesta para resolver problemas, factores que mantuvieron la calidad de atención al cliente percibido por el huésped. Como manifiesta Teran (2024), el respeto y amabilidad con que

se trata al cliente es un indicador de la calidad del servicio y del desempeño de los trabajadores. Esta teoría explicó porque la amabilidad, calificado en un rango de bueno y excelente, se convirtió en el punto más fuerte de los hoteles en Puerto Ayora.

En el área de restaurante y alimentación el orden, la higiene ambiental, la calidad del desayuno corroboró que el hotel alcanzó las expectativas del huésped, equilibrando la infraestructura del hotel y el desempeño del personal. Según Tamayo & Vega (2017), afirmaron que el orden y la limpieza en el área de restaurante cumplió con las expectativas del cliente.

En relación al área de satisfacción general y competitividad. La ubicación del hotel se destacó como el mejor atributo valorado, de él dependió la logística del turista y la disposición del huésped para recomendar el hotel a terceros. Estos hallazgos se alinearon a lo expuesto por Latinopoulos (2020), la ubicación geográfica de un hotel, es un factor clave que determina la logística del viaje y se relaciona con la satisfacción del cliente. Esto explica, porque en Puerto Ayora la combinación de una ubicación estratégica y la cordialidad logra transformar una estancia funcional en una experiencia recomendable.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1. Título

Estrategias de mejora que fortalezcan la calidad del servicio hotelero para incrementar la competitividad del destino turístico.

5.2. Introducción

Galápagos, reconocido como un destino turístico de alto valor ecológico y cultural, requiere que los servicios hoteleros mantengan altos estándares de calidad para garantizar la satisfacción del visitante y fortalecer la competitividad del archipiélago. En este contexto, el presente trabajo desarrolla una propuesta de mejora de la calidad de los servicios hoteleros de tres estrellas en Puerto Ayora, considerando su relación con la experiencia del cliente y la competitividad del destino. Se fundamenta en el análisis de la calidad hotelera y en la percepción del consumidor.

El diagnóstico se enfocó en identificar los factores clave que afectan la calidad del servicio hotelero, evaluando la brecha entre las expectativas del cliente y la experiencia realmente recibida. Este análisis permitió examinar de manera integral el entorno interno y externo de los establecimientos, facilitando la identificación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que influyen en la gestión hotelera.

A partir de los resultados obtenidos, se diseñaron estrategias orientadas a mejorar la calidad del servicio e incrementar la competitividad del sector. Estas estrategias contienen indicadores de seguimiento y evaluación que permiten medir su impacto en la experiencia del huésped. Además, mediante la aplicación de matrices, se establecieron los costos estimados, los tiempos de ejecución y los responsables de cada acción.

De este modo, la propuesta busca contribuir al mejoramiento continuo del servicio hotelero, potenciando la imagen del destino y fortaleciendo la competitividad de Galápagos.

5.3. Objetivo

5.3.1. Objetivo General

Desarrollar la propuesta de estrategias de mejora para fortalecer la calidad del servicio hotelero e incrementar la competitividad del destino turístico.

5.3.2. Objetivo Específicos

1. Identificar los factores críticos que inciden en la calidad del servicio hotelero.
2. Diseñar estrategias de mejora que fortalezcan la calidad del servicio hotelero para incrementar la competitividad del destino turístico.
3. Proponer un plan de implementación de las estrategias de mejora.

5.4. Desarrollo

5.4.1. Identificación de factores críticos que inciden en la calidad del servicio hotelero.

Identificar las brechas que inciden en la calidad del servicio hotelero.

5.4.1.1 Matriz FODA

En la presente matriz, presenta los factores internos y externos del sector hotelero de tres estrellas en Puerto Ayora.

Tabla 40

Matriz F.O.D.A

Fortalezas	Oportunidades
<p>1. Excelencia en Recepción: Percepción positiva por parte del huésped, superior al 93 % destacando su actitud 96.9 % y agilidad en procesos de registro de ingreso de huéspedes, en sede como Brisas del Pacifico alcanzó el 100 % de eficacia.</p> <p>2. Dominio de Ubicación y Valor: El 93,8 % de los clientes valoró la ubicación estratégica como fortaleza clave, mientras que el 56.9% destacó la relación precio – calidad como factor competitivo.</p> <p>3. Fidelidad y Estabilidad del Mercado: Existió una base de lealtad en general del 83.8% del mercado nacional, el cual represento el 53.1% de las reservas en general.</p>	<p>1. Captación de nuevos nichos: El segmento de viajeros jóvenes de entre 18 a 24 años, representó el 26.2% de la afluencia turística, lo que permitió desarrollar productos específicos de tecnología y aventura.</p> <p>2. Cambiar el perfil de los clientes objetivos Existió un potencial de crecimiento en el mercado internacional. En su momento, solo el 28.5% ingreso mediante canales digitales especializados, mientras que el mercado local lo cubrió el 18.5%.</p> <p>3. Capitalización de promotores: El 23.8% de los huéspedes fueron promotores activos, quienes pudieron ser utilizados para campañas de referidos y reducción de costos de adquisición.</p> <p>4. Destino Galápagos: Se identificó el destino como una oportunidad.</p>
Debilidades	Amenazas
<p>1. Deficiencia en infraestructura y mantenimiento: El 15.4 % de los huéspedes reporto resultados negativos en mantenimiento en general, en casos críticos en sedes específicas como León Marino, donde la insatisfacción por el estado de las habitaciones alcanzó el 50%</p> <p>2. Brechas de excelencia en servicio: Aunque el servicio es bueno, el 58.5% lo consideró aceptable, pero no destacable, y solo el 32.3% estuvo plenamente satisfecho con la claridad de la</p>	<p>1. Vulnerabilidad de la conectividad digital: Solo el 22.3% calificó el Wifi como “excelente”, lo cual resulto crítico dado que el 53.8% de los clientes fueron jóvenes, altamente dependientes del internet ya sea por trabajo o entretenimiento.</p> <p>2. Dependencia y riesgo de mala fama: Ciertas sedes dependieron hasta en un 90% de un solo perfil de cliente nacional o solteros, lo que generó una alta</p>

información recibida sobre los servicios que ofrece el hotel.

vulnerabilidad ante cambios en las tendencias de ese mercado específico.

3. **Subestimación de segmentos claves:**
Existió una desatención del segmento de turistas para personas mayores a 45 años, que representó el 13.9% de la demanda, debido a barreras arquitectónicas y falta de servicios adaptados a personas con movilidad reducida.

3. **Riesgo Operativo Crítico:** Fallas en servicios básicos “aire acondicionado, tv, agua temperada” en puntos específicos que, aunque representaron el 0.77% inicial, impactaron directamente en la reputación online, donde la lentitud ya generó un 6.9% de quejas.

Nota. Matriz FODA

5.4.1.2 Identificación de Puntos Críticos

En la siguiente matriz, se logra evidenciar los puntos críticos del sector hotelero tres estrellas en Puerto Ayora.

Tabla 41

Matriz de identificación de los Puntos Críticos

Prioridad	Punto Crítico	Tipo de Factor	Justificación Basada en Datos	Estrategia CAME (Acción Inmediata)
1	Fallas en Servicios Críticos: aire acondicionado, TV, agua caliente.	Amenaza / Debilidad	Se detectó una alerta crítica del 0.77% de falla total en el Hotel Flamingo. El 14.62% desempeño "Regular" en servicios básicos en la cadena hotelera.	Afrontar/Corregir: Reparación técnica inmediata en el Hotel Flamingo para evitar reclamos legales y renovación de equipos en sedes con desempeño regular.
2	Crisis de Mantenimiento en León Marino	Debilidad Crítica	Mientras el estándar fue del 84%, el Hotel León Marino presentó un 50% de insatisfacción en el estado de las habitaciones y barreras arquitectónicas graves.	Corregir: Intervención profunda e inmediata en infraestructura y auditoría de procesos de limpieza en dicha sede para igualar el estándar de la cadena.
3	Deficiencia en Conectividad Digital (Wifi)	Amenaza / Debilidad	Solo el 22.31% calificó el Wifi como "Excelente", a pesar de que el 53.84% de los huéspedes fueron jóvenes 18	Afrontar: Inversión en fibra óptica simétrica para garantizar ancho de banda suficiente para ver videos o

			a 31 años altamente dependientes de la red.	escuchar audio en tiempo real y teletrabajo, alineándose al perfil del cliente.
4	Dependencia excesiva del Mercado Nacional	Amenaza Crítica	El Hotel Brisas del Pacífico dependió en un 90% del mercado nacional. Se determinó que una crisis local afectaría drásticamente su ocupación al no tener diversificación.	Afrontar: Dar a conocer fuera del país a través de portales de reservas en varios idiomas para lograr al menos 15% de nuestros huéspedes sean extranjeros.
5	Digitalización del viaje o experiencia completa del cliente (Pre-registro de ingreso)	Oportunidad de "Oro"	Existió una percepción de lentitud en recepción con una 6.92% de quejas. La mayoría de los clientes fueron nativos digitales que valoraron la inmediatez.	Explotar: Implementar el pre registro de entrada digital. Es una acción de bajo costo que reduce tiempos de espera y moderniza la percepción de la marca.

Nota. Matriz de Identificación de Puntos Críticos.

5.4.1.3 Análisis de Causa y Efecto

En la siguiente matriz presenta la matriz de causa y efecto de las debilidades y amenazas del sector hotelero tres estrellas en Puerto Ayora.

Tabla 42

Matriz de Causa y Efecto del sector hotelero tres estrellas en Puerto Ayora

Categoría de Causa	Causa Raíz (El Porqué)	Efecto Directo (Punto Crítico)	Impacto Basado en Datos / Relación
Infraestructura y Tecnología	Inversión fue insuficiente en ancho de banda y existió un uso empírico/básico de software de reserva por falta de dominio técnico.	Provoco baja satisfacción digital y lentitud en procesos de registro de ingreso y salida del huésped.	Solo el 22.3% califico el Wifi como excelente; ello afecto al 53.8% del mercado joven.
Mantenimiento y Equipos	Se detectó ausencia de un plan preventivo sistémico y falta de adaptación de equipos a la corrosión marina de Puerto Ayora.	Resultado en el deterioro crítico de habitaciones e instalaciones con apariencias descuidadas.	50% de los huéspedes expreso insatisfacción con el mantenimiento y equipos del Hotel León Marino y fallas totales en el Hotel Flamingo.
Capacitación Personal	Se detectó falta de protocolo de servicio al cliente para dar un mejor servicio, y no aprovecho las quejas y felicitaciones en línea, para corregir errores o potenciar fortalezas.	La información fue ambigua, y el servicio se percibió como plano o no memorable y variabilidad según quién atienda.	El 58.5% considero el servicio como "no memorable"; solo el 32.3% tuvo claridad de servicios.
Procesos Gestión	La gestión de turnos en horas pico fue ineficiente de turnos en horas pico y existió una falta de supervisión en bitácoras de limpieza.	Se generaron atascos en el servicio de recepción y deficiencias de higiene en áreas no visibles.	Se registró un 6.9% de quejas por lentitud en los Hoteles Pelikan Bay y León Marino.

Categoría de Causa	Causa Raíz (El Porqué)	Efecto Directo (Punto Crítico)	Impacto Basado en Datos / Relación
Oferta del menú	La falta de insumos no permite ofrecer una variedad de platos en el menú.	Causo el desabasto de frutas, verduras y alimentos de fácil descomposición, lo que limito la oferta de alimentos y bebidas.	Revela falta de variedad en el menú. (Desayuno).
Estrategia y Entorno	Concentración en canales tradicionales e ignorancia de precios/servicios de la competencia local.	Demasiada dependencia del mercado nacional y percepción de precios altos vs. calidad.	La sede Brisas del Pacífico dependió en un 90% del turismo nacional y local, aumentando el riesgo operativo.

Nota. Matriz Causa-Efecto.

5.4.1.4 Matriz Depurada de Debilidades y Amenazas

La presente matriz estableció los resultados de un proceso de diagnóstico integral basado en tres pilares de información: la Matriz FODA, el análisis de Puntos Críticos y el Diagrama de Causa-Efecto. El propósito de esta depuración fue filtrar las redundancias operativas para identificar los factores que realmente vulneraron la calidad y el posicionamiento del destino turístico.

A continuación, se presenta la Matriz de Debilidades y Amenazas Depurada, categorizada por niveles de prioridad estratégica.

Tabla 43

Matriz Depurada de Debilidades y Amenazas del sector hotelero tres estrellas en Puerto Ayora.

Tipo	Hallazgo Depurado - Redacción Técnica	Fuente de Origen	Prioridad Sugerida
Debilidad	Equipos antiguos y no se realizaron mantenimientos periódicos: Deterioro crítico de la infraestructura, especialmente en instalaciones como las del Hotel León Marino, que reflejo un 50% de insatisfacción y fallas en servicios básicos como aire acondicionado, televisión, agua caliente por falta de planes preventivos y monitoreo técnico.	FODA, Puntos Críticos, Matriz de Causa y Efecto	Crítica
Debilidad	Ineficiencia en la gestión de conectividad digital: Brecha entre la infraestructura de red actual solo 22.3% de excelencia y las necesidades de un mercado joven 53.8% de la demanda que depende del Wifi para ocio y teletrabajo.	FODA, Puntos Críticos, Matriz de Causa y Efecto	Alta
Debilidad	Ambigüedad en el Protocolo de Servicio y Comunicación: Ausencia propuesta de valor y manuales de bienvenida, lo que genera una percepción de servicio "aceptable pero no memorable 58.5% y falta de claridad informativa.	FODA, Matriz de Causa y Efecto	Media
Debilidad	Ineficiencia en tiempos de respuesta operativa: Cuellos de botella en procesos de recepción de ingreso y salida de huéspedes, derivados de una gestión inadecuada de turnos y falta de capacitación en el uso de sistemas de reserva.	Puntos Críticos, Matriz de Causa y Efecto	Media
Debilidad	Deficiencias en Gestión de Calidad e Insumos: Inexistencia de supervisión de limpieza, almacenamiento inadecuado que provoca olores a humedad y desabasto de suministros básicos.	Matriz de Causa y Efecto	Baja
Amenaza	Vulnerabilidad por concentración de mercado: Demasiada dependencia del mercado nacional hasta 90% en algunas sedes y desatención de nichos internacionales o segmentos senior por falta de adaptación arquitectónica.	FODA, Puntos Críticos	Alta
Amenaza	Riesgo en la reputación del establecimiento por Fallas Operativas: Impacto negativo directo en la reputación online debido a quejas recurrentes por lentitud e instalaciones en mal estado que se viralizan en plataformas digitales.	FODA, Matriz de Causa y Efecto	Media
Amenaza	Degradación Acelerada por Factores Entorno-Ambientales: Corrosión marina y condiciones climáticas de Puerto Ayora que destruyen equipos no adaptados, elevando los costos de reposición.	Matriz de Causa y Efecto	Baja

Nota. Matriz de Debilidades y Amenazas del sector Hotelero.

5.4.1.5 Diagnóstico FODA, con Debilidades y Amenazas Depuradas.

Posteriormente, se presenta el diagnóstico situacional del sector hotelero de tres estrellas en Puerto Ayora.

Tabla 44

Diagnóstico Situacional Matriz F.O.D.A del sector hotelero tres estrellas en Puerto Ayora

Fortalezas	Oportunidades
<p>Excelencia en Recepción: El personal goza de una percepción positiva por parte del huésped, superior al 93 % destacando su actitud 96.9 % y agilidad en procesos de registro de ingreso de huéspedes, en sede como Brisas del Pacífico alcanzando el 100% de eficacia.</p> <p>Dominio de Ubicación y Valor: El 93, 8 % de los clientes valora la ubicación estratégica como fortaleza clave, mientras que el 56.9 destaca la relación precio-calidad como factor competitivo.</p> <p>Fidelidad y Estabilidad del Mercado: Existe una base de lealtad en general del 83.8 %, del mercado nacional que representa el 53.1 % de las reservas en general.</p>	<p>Captación de nuevos nichos: El segmento de viajeros jóvenes de entre 18 a 24 años, representa el 26.2% de la afluencia turística, lo que permite desarrollar productos específicos de tecnología y aventura.</p> <p>Diversificar el tipo de huéspedes: Existe un potencial de crecimiento en el mercado internacional. Actualmente solo el 28.5% mediante canales digitales especializados, en tanto que el mercado local lo cubre el 18.5%.</p> <p>Capitalización de promotores: El 23.8% de los huéspedes son promotores activos, que pueden ser utilizados para campañas de referidos reducción de costos de adquisición.</p>
Debilidades	Amenazas
<p>Obsolescencia y déficit de mantenimiento preventivo: Deterioro crítico de infraestructura, especialmente en establecimientos como León Marino que registro el 50% de insatisfacción y fallas en servicios básicos como aire acondicionado, tv y agua caliente por falta de planes preventivos y monitoreo técnico.</p>	<p>Vulnerabilidad por concentración de mercado: Demasiada-dependencia del mercado nacional que registro hasta un 90% del registro total de huéspedes en algunos establecimientos. Y desatención de nichos internacionales o segmentos de adultos mayores por falta de adaptación arquitectónica.</p>

Ineficiencia en la gestión de conectividad digital: Brecha entre la infraestructura de red actual solo 22.3% de excelencia y las necesidades de un mercado joven 53.8% de la demanda que depende del Wi-Fi para entrenamiento y trabajo.

Ambigüedad en el Protocolo de Servicio y Comunicación: Ausencia de protocolos de atención al cliente y manuales de bienvenida, lo que generó una percepción de servicio aceptable pero no memorable 58.5% y falta de claridad informativa.

Ineficiencia en tiempos de respuesta operativa: Se generaron demoras en los procesos de recepción para el registro de ingresos y salida de huéspedes, derivado de una gestión inadecuada de turnos y falta de capacitación en el uso de sistemas de reserva.

Deficiencias en Gestión de Calidad e Insumos: Inexistencia de supervisión de limpieza, compras reactivas y almacenamiento inadecuado que provocó olores a humedad y desabastecimiento de suministros básicos.

Riesgo en la imagen del Establecimiento por Fallas Operativas: Impacto negativo directo en la reputación online debido a quejas recurrentes por lentitud e instalaciones en mal estado que se viralizó en plataformas digitales.

Deterioro rápido por el clima y el entorno ambiental: Corrosión marina y condiciones climáticas de Puerto Ayora que destruyen equipos no adaptados, elevando los costos de reposición.

Nota. Diagnóstico del Análisis FODA.

5.5. Diseñar Estrategias de Mejoras que Fortalezcan la Calidad del Servicio Hotelero para Incrementar la Competitividad del Destino Turística.

Incluye indicadores de seguimiento y evaluación de la calidad del servicio hotelero.

5.5.1. Matriz FODA Cruzada (TOWS)

A continuación, se presenta la Matriz de Estrategias Cruzadas (TOWS), que consolida estas estrategias en un esquema práctico para su implementación en el sector hotelero de Puerto Ayora.

Tabla 45

Matriz F.O.D.A. TOWS del sector hotelero tres estrellas en Puerto Ayora

FACTORES	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>F1: Excelencia en Recepción: actitud y agilidad percibida</p> <p>F2: Fidelidad y Estabilidad del Mercado: 83.8% lealtad</p> <p>F3: Capitalización de promotores activos: 23.8%</p>	<p>D1: Deterioro y ausencia de mantenimiento</p> <p>D2: Ineficiencia en conectividad digital Wifi.</p> <p>D3: Ambigüedad en el Protocolo de Servicio y Comunicación: Ausencia de protocolos de atención al cliente y manuales de bienvenida,</p> <p>D4: Ineficiencia en tiempos de respuesta operativa</p> <p>D5: Deficiencias en gestión de calidad: Inexistencia de supervisión de limpieza y humedad</p>
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS FO (MAXI-MAXI)	ESTRATEGIAS DO (MINI-MAXI)
<p>O1: Dominio de Ubicación y Valor: 93.8%</p> <p>O2: Captación de nuevos nichos de mercado: 26.2%.</p> <p>O3: Potencial de crecimiento internacional/digital.</p>	<p>1. Utilizar la alta valoración de la ubicación estratégica para captar nuevos nichos internacionales mediante campañas digitales dirigidas. (F2, O1, O3)</p>	<p>1. Implementar capacitación técnica en sistemas de reserva para eliminar cuellos de botella y satisfacer la demanda del mercado joven que busca procesos rápidos y digitales. (D4, O2)</p>

	3. Incentivar a los promotores activos para que compartan experiencias de "agilidad y actitud" en redes sociales, atrayendo al público joven. (F1, F3, O2)	4. Desarrollar manuales de bienvenida digitales que aprovechen la excelente ubicación como gancho promocional. (D3, O1)
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS FA (MAXI-MINI)	ESTRATEGIAS DA (MINI-MINI)
A1: Concentración de mercado nacional: 90% A2: Riesgo de críticas negativas por fallas operativas y lentitud A3: Deterioro rápido por el clima y el entorno ambiental.	1. Apalancar la actitud positiva del personal para gestionar proactivamente las quejas por fallas de infraestructura, evitando su difusión. (F1, A2)	1. Realizar una reingeniería de turnos y procesos en recepción para eliminar demoras que alimentan las críticas negativas en plataformas digitales. (D4, A2)
	2. Fortalecer los programas de fidelización para clientes nacionales recurrentes mientras se adapta la oferta a nichos internacionales. (F2, A1)	2. Ejecutar un plan de mantenimiento correctivo con enfoque en materiales protectores para frenar la degradación de equipos críticos. (D1, D5, A3)

Nota. Diagnóstico del Análisis FODA.

5.5.2. Matriz de Vinculación Estratégica para la Mitigación de Puntos Críticos.

Tabla 46

Matriz de Vinculación Estratégica, para Mitigar los Puntos Críticos del Sector Hotelero Tres Estrellas en Puerto Ayora

Estrategia Seleccionada	Punto Crítico / Causa Raíz (A eliminar)	Factor de Apoyo (Fortaleza u Oportunidad)	Justificación de la Selección
1. Campañas Digitales	A1: Dependencia excesiva del mercado nacional :90%	F2 y O3: Fidelidad del mercado actual y potencial de crecimiento internacional.	Se utilizó la base de clientes leales y la capacidad digital para reducir la dependencia de un solo mercado y atraer clientes extranjeros.
2. Marketing de recomendación orientado al público adulto mayor.	D4: Ineficiencia en tiempos de respuesta: Trabas en los procesos.	F1 y O2: Excelencia en actitud del personal y presencial de un nicho de público adulto mayor.	Se empleó la buena actitud del personal como prueba social para atraer público adulto mayor, compensando visualmente las fallas operativas.
3. Capacitación técnica en sistemas de reservas	D4: Trabas en los procesos de registros de ingreso y salida de huéspedes.	O2: Demanda de procesos rápidos por parte del mercado joven.	Se mitigó la lentitud operativa mediante capacitación, respondiendo a la exigencia de inmediatez del segmento del público joven.
4. Digitalización del proceso de bienvenida	D3: Ambigüedad en protocolos y manuales de bienvenida.	O1: Alta valoración de la ubicación estratégica: 93.8%.	La implementación de manuales digitales permitió reducir la confusión del huésped, utilizando el atractivo de la ubicación como incentivo de búsqueda.
5. Gestión proactiva de quejas y sugerencias.	A2: Riesgo de críticas por fallas la infraestructura.	F1: Excelencia en actitud y agilidad del área de Recepción.	Se aprovechó el carisma y la agilidad del personal para contener el descontento del cliente antes de la publicación de críticas negativas.
6. Estrategias de fidelización y adaptación comercial.	A1: Concentración del mercado nacional.	F2: Alta tasa de lealtad del huésped: 83.8%.	Se aprovecha la alta fidelidad existente para asegurar ingresos estables mientras se ajusta la oferta a nuevos perfiles.

Nota. Matriz para Mitigar Puntos Críticos.

5.5.3. Análisis de Brechas y Vulnerabilidades Estratégicas

Mediante el cruce de la matriz FODA, se ha identificado los puntos críticos y de alta prioridad donde el hotel ha llegado a su límite con sus factores internos. Por lo tanto, se presenta la Matriz de Análisis de Brechas y Vulnerabilidades Estratégicas, diseñada para enfocarse exclusivamente en los puntos que no se pueden mitigar con recursos propios y requieren inversión.

Tabla 47

Matriz de Brechas y Vulnerabilidades Estratégicas del sector hotelero tres estrellas en Puerto Ayora

Estrategia Seleccionada	Punto Crítico / Causa Raíz (A eliminar)	Factor de Apoyo (Limitación de Recurso)	Justificación de la Selección
Infraestructura Tecnológica: Wifi de Alta Gama	D2: Ineficiencia en conectividad digital que impidió campañas digitales y manuales	Limitación: El potencial de mercado joven (O2) fue inalcanzable sin infraestructura tecnología de red profesional; ya que la actitud del personal no compensa la falta de conectividad.	Se requiere inversión externa en fibra óptica y equipos especializados para habilitar la digitalización de servicios para y captar el nicho joven e internacional
Reingeniería Operativa mediante Software PMS	D4/A2: Trabas en procesos operativos y riesgo de crítica negativa al establecimiento por lentitud	Limitación: La agilidad del personal (F1) fue superada por procesos manuales antiguos que generan errores, demoras y críticas.	Se propone la inversión en software de gestión hotelera para automatizar el registro de ingreso y salida del huésped, reduciendo las críticas negativas en redes sociales.
Plan de Mantenimiento Correctivo Industrial	D1/D5/A3: Deterioro rápido por el clima y el entorno ambiental:	Limitación: El mantenimiento reactivo actual es insuficiente; ya que el compromiso y voluntad del equipo no el deterioro físico y químico de los activos.	Se recomienda la inversión en materiales protectores y la contratación de especialistas externos para salvar la infraestructura y evitar la pérdida total de activos fijos

Nota. Matriz de Brechas y Vulnerabilidades.

5.5.4. Proponer un Plan de Implementación de las Estrategias de Mejora.

Tiempo que se tomará implementar las estrategias y quienes van a ser responsables de su implementación.

5.5.5. Implementación, Inversión para la Mitigación de Puntos Críticos.

Tabla 48

Matriz de Implementación, Inversión para la Mitigación de Puntos Críticos

Estrategia de Inversión	Actividades y Acciones	Recursos y Responsables	Tiempo / Plazo	Costo Estimado	KPI y Metas	Beneficio
1. Capacitación Técnica en Reservas	Talleres de formación en técnica y estandarización de procesos para eliminar cuellos de botella.	Recursos: Especialistas externos y equipo de Recepción (F1).	30 días (Corto plazo).	\$2.000	Reducción de tiempos registro de ingreso y salida del huésped.	Cuánto: Mitiga la lentitud operativa respondiendo a la demanda con inmediatez al público joven (O2).
2. Digitalización de Bienvenida	Creación y despliegue de manuales y protocolos digitales de bienvenida.	Recursos: Desarrollador de contenido digital y equipo de marketing.	15 - 20 días (Inmediato).	\$1.250	% de huéspedes que acceden al manual digital.	Cuánto: Elimina la ambigüedad (D3) usando el atractivo de la ubicación estratégica (O1).
3. Expansión de Mercado Digital	Campañas de captación internacional y optimización de canales digitales.	Recursos: Especialistas en	60 - 90 días (Mediano plazo).	\$8.000	% de incremento en reservas internacionales.	Cuánto: Rompe la dependencia del 90% del mercado nacional (A1) atrayendo extranjeros.

Estrategia de Inversión	Actividades y Acciones	Recursos Responsables	y Tiempo Plazo	/ Costo Estimado	KPI y Metas	Beneficio
		SEO/Ads y base de clientes leales (F2).				
4. Gestión Proactiva de Quejas	Implementación de sistema de respuesta ágil y protocolos de contención.	Recursos: Personal de recepción con excelencia en actitud (F1).	Permanente (Inicia en 10 días).	\$1.500 (Software/Capacitación).	Índice de satisfacción post-queja.	Cuánto: Frena el riesgo reputacional (A2) antes de que se publique una crítica negativa.
Total				\$12.750		

Nota. Detalle de costos, plazos, recursos y responsables que se requiere para su implementación.

5.5.6. Implementación, Inversión y Brechas Críticas

Tabla 49

Matriz de Implementación, Inversión y Brechas Críticas

Estrategia de Inversión	Actividades y Acciones	Recursos Responsables	y Tiempo Plazo	/ Costo Estimado	KPI y Metas	Beneficio
1. Renovación de Infraestructura Tecnológica (Wifi)	Auditoría de señal, instalación de fibra óptica y repetidores de alta densidad	Recursos: Hardware de red empresarial.	20 días (Inmediato)	\$5.500	KPI: Mbps por usuario. Meta:	Cuánto: +15% reservas de mercado joven (O2).

Estrategia de Inversión	Actividades y Acciones	Recursos Responsables	y Tiempo Plazo	Costo Estimado	KPI y Metas	Beneficio
	para áreas comunes y habitaciones.	Responsable: Gerente. de Operación y Tecnológico			Cobertura 100% y >50 Mbps.	Cualidad: Mejora drástica en imagen "digital".
2. Implementación de Software PMS y Reingeniería	Migración a sistema en la nube (SaaS), capacitación técnica y rediseño de turnos para eliminar cuellos de botella.	Recursos: Licencia PMS y consultoría inicial. Responsable: Gerente. Administrativo y Recepción	30 a 45 días	\$2.500 (Consultoría/Diagnóstico)	KPI: Tiempo de registro de ingreso. Meta: < 3 minutos por huésped.	Cuánto: Reducción de costos operativos (D4). Cualidad: Eliminación de quejas por lentitud.
3. Mantenimiento Industrial Anticorrosivo	Evaluación técnica de daños (D1, D5) y aplicación de recubrimientos novedosos y materiales industriales.	Recursos: Insumos químicos y contratistas. Responsable: Gerente. de Mantenimiento.	60 días (Fase 1)	\$1.250	KPI: % Activos recuperados. Meta: 100% protección de equipos críticos.	Cuánto: Ahorro en reposición de activos por degradación. Cual: Espacios sin humedad/corrosión.
Total				\$9.250		

Nota. Detalle de costos, plazos, recursos y responsables que se requiere para su implementación.

CONCLUSIONES

En relación con el nivel de calidad del servicio identificado, se determinó que los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora poseen un nivel aceptable. Factores como la ubicación estratégica y la amabilidad del personal influyen positivamente, destacándose la limpieza como el aspecto mejor valorado con un 84,62% de opiniones positivas. Sin embargo, existen debilidades críticas en la infraestructura técnica, específicamente en la conectividad Wifi y el mantenimiento de aires acondicionados, lo que impide una calidad integral.

Respecto al grado de satisfacción de los huéspedes, el análisis evidenció que este no se mantiene en niveles altos de forma sostenida. Las inconsistencias en la prestación del servicio y la falta de protocolos claros generan experiencias poco uniformes que la calidez del personal no logra compensar totalmente. Esto limita la percepción global de los establecimientos y afecta la posibilidad de fidelizar al huésped a largo plazo.

Sobre el diseño de estrategias de mejora, el uso de matrices técnicas permitió estructurar acciones concretas para fortalecer la competitividad con una inversión total estimada de \$22.000. La identificación de factores críticos mediante las matrices FODA, Puntos críticos, Causa-efecto y TOWS sirvió de base para plantear la capacitación del personal, la estandarización de procesos y la optimización tecnológica. Estas estrategias proporcionan un marco metodológico para elevar el estándar de servicio y mejorar el posicionamiento de Puerto Ayora como destino.

En cuanto a la idea a defender, los resultados confirman que la calidad del servicio es el factor determinante que vincula la gestión hotelera con la satisfacción del cliente y la competitividad de Galápagos. Se demostró que las deficiencias operativas y técnicas impactan negativamente en la percepción del visitante, validando la necesidad de implementar una gestión estandarizada.

RECOMENDACIONES

Se recomienda implementar y estandarizar protocolos operativos, apoyados en procesos claros y de fáciles de comprensión, que orienten al personal en la correcta ejecución de cada actividad. Esta medida permitirá reducir demoras, evitar la duplicidad de tareas y mejorar la coordinación interna, fortaleciendo la gestión operativa de los establecimientos y asegurando que la prestación del servicio se encuentre alineada con los estándares de calidad esperados por los huéspedes.

Se sugiere fortalecer la capacitación continua del personal de limpieza, enfocándola en técnicas actualizadas de higiene, desinfección y mantenimiento preventivo, acordes a las condiciones climáticas de la región insular. Además, se recomienda establecer mecanismos de supervisión periódica y planes de mantenimiento constante, lo que contribuirá a la mejora continua de la calidad del servicio hotelero y a la preservación de la infraestructura y equipamiento.

Se recomienda implementar mejoras en la infraestructura tecnológica, priorizando la ampliación y optimización de la cobertura del servicio de internet inalámbrico (Wifi), con el fin de garantizar una conexión estable y de alcance total dentro del establecimiento. Esta optimización permitirá incrementar el nivel de satisfacción del huésped, mejorar la percepción de calidad del servicio y generar un impacto positivo en la imagen y competitividad de los hoteles de tres estrellas en Puerto Ayora.

BIBLIOGRAFÍA

- Janusz, G., & Bajdor, P. (2013). Towards to Sustainable Tourism Framework, Activities and. *Procedia Economics and Finance*, 6, 523 – 529.
[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(13\)00170-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(13)00170-6)
- Papallou, E., Katafygiotou, M., & Dimopoulos, T. (2024). Emerging Sustainability Trends in Tourist Facilities: A Comparative Assessment of Multiple Hotels and Resorts. *Sustainability*, 16(9), 3536. <https://doi.org/10.3390/su16093536>
- Sánchez-Hernández, R. M., Arce-Castro, B. A., Ramírez-Juárez, J., & Hernández-Rivas, S. A. (2011). La capacitación como predictora de satisfacción del cliente en organizaciones turísticas. *Ingeniería Industrial*, 32(3), 207-212.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3754126>
- Aguilar Martinez, M. G. (2022). *EVALUACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE HOSPEDAJE QUE OFRECE EL CANTÓN SAN CRISTÓBAL DE LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS*. Jijipijapa.UNESUM.
<https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/3578>
- Alcocer Lizcano, J. A. (2013). Competitividad en el sector turístico: una revisión de la literatura. *Lebret*(5), 271-291.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5983197>
- Alves, C. A., & Barcellos Marques, R. (2019). Hospitalidad, emociones y experiencias en los servicios turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(2), 290-311.
https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322019000200003
- Arias Castañeda, E. (2023). Análisis del Turismo Inclusivo desde la Teoría Crítica: una mirada del caso mexicano. *Revista Vértice Universitario*, 25(94), e-69.
<https://doi.org/10.36792/rvu.v25i94.69>

- Cervantes Martínez, L., Ultreras Rodríguez, A., Sánchez Mendoza, V. V., & Soledispa Cañarte, B. J. (2023). Turismo y actividad económica estratégica para el desarrollo local en México. *Revista Científica Empresarial Debe-Haber*, 1(17), 75-86. <https://doi.org/10.62939/debehaber202317>
- Dirección del Parque Nacional Galápagos. (2025). *Informe semestral de visitantes a las áreas protegidas de Galápagos*. Ministerio de Ambiente y Energía .
- Escamilla-Vielma, R. D., & Segovia-Romo, A. (2024). Impacto de las soft skills en el servicio al cliente en el área de ventas. *Vinculatégica EFAN*, 6(1), 880–894. <https://doi.org/10.29105/vtga6.1-637>
- España Romero, Y. N. (2023). Mejora de la Satisfacción del Cliente en el Hotel Caridi a través de un Modelo de Gestión de Calidad: Estudio en el Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena (2023). *ASCE MAGAZINE*, 2(1), 70–79. <https://doi.org/10.70577/ASCE/70.79/2023>
- Flores-Quispe, L. R. (2019). Gestión del talento humano y rentabilidad del sector hotelero de la región de Puno. *Revista Ean*(87), 59–77. <https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2410>
- Gaspar Castro, M. F. (2021). La gestión de talento humano y su influencia en el desempeño laboral para el éxito de las empresas. *Polo del Conocimiento*, 6(8), 318-329. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8042592>
- González Soriano, F. J., Ortiz Choez, G. G., & Morán Quijije, E. E. (2023). El turismo como recurso generador de crecimiento y desarrollo económico. *RECIMUNDO*, 7(1), 246-253. [https://doi.org/10.26820/recimundo/7.\(1\).enero.2023.246-253](https://doi.org/10.26820/recimundo/7.(1).enero.2023.246-253)
- Granados Rivas, Y. E., Fernández Romero, T. I., Chu Zheng, K. A., & Patiño Uyaguari, J. L. (2024). Gestión del talento humano y su incidencia en la calidad del servicio del hotel “Noches de París” del cantón Vinces, año 2023. *Código*

Científico Revista de Investigación, 5(1), 1058-1084.

<https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v5/n1/416>

Haro Sarango, A. F., Chisag Pallmay, E. R., Ruiz Sarzosa, J. P., & Caicedo Pozo, J. E.

(2024). Tipos y clasificación de las investigaciones. *LATAM Revista*

Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades, 5(2), 956 – 966.

<https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1927>

Haro Sarango, A. F., Chisag Pallmay, E. R., Ruiz Sarzosa, J. P., & Caicedo Pozo, J. E.

(2024). Tipos y clasificación de las investigaciones. *LATAM Revista*

Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades, 5(2), 956 – 966.

<https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1927>

Infante Tueros, M. M., & Lopez Rodriguez-Brown, A. J. (2023). *Relación entre la*

calidad de servicio y satisfacción del cliente en el hotel Novotel de la ciudad de

Lima en el 2021. Universidad San Ignacio de Loyola.

<https://hdl.handle.net/20.500.14005/13219>

Latinopoulos, D. (2020). Análisis del papel de la ubicación de los hoteles urbanos en la

satisfacción de los huéspedes. *Anatolia*, 31(4), 636–650.

<https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1808489>

López Pazmiño, A. (2021). *Calidad turística, sistema de gestión de calidad para la*

satisfacción del cliente en los hoteles del cantón Salinas. La Libertad:

Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021.

<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5660>

Mariñas Espinoza, G. A. (2020). Gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno

en el Hotel Decameron El Pueblo en la ciudad de Lima, 2020. *Universidad de*

San Martín de Porres. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/8236>

Menoscal Pincay, M. N. (2025). *Gestión de la calidad turística de los hoteles de tres*

- estrellas en el cantón salinas, provincia de Santa Elena, año 2024*. La Libertad, Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2025.
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/13456>
- MINISTERIO DE TURISMO. (2016). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO*. Registro Oficial Suplemento 465 de 24-mar.-2015.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*(1), 135-158.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
- Ortiz Gallardo, K. S. (2020). *Análisis de la gestión de calidad turística en los hoteles de tres y cuatro estrellas en la ciudad de Ibarra*. Universidad Técnica del Norte.
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10426>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
https://www.researchgate.net/publication/200827786_SERVQUAL_A_Multiple-item_Scale_for_Measuring_Consumer_Perceptions_of_Service_Quality
- Pastor, M. (2016). Wifi en hoteles y restaurantes un servicio crítico por actualizar. *Alimarket: Hoteles y Resturacion Hostelmarket*(188), 68-77.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5316943>
- Peña Ponce, D. K., Sánchez Chancay, M. R., & Sancan López, L. T. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *RECIMUNDO*, 6(1), 120-131. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.120-131](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.120-131)
- Pérez Martínez, A. (2013). Diseño de una Estrategia Metodológica para determinar los

- indicadores de la actitud hacia la calidad en trabajadores del turismo. *Gestión de las Personas y Tecnología*, 5(16), 4-9.
- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4759657>
- Pilla Pilataxi, D. C. (2020). *Importancia de la actividad turística en el crecimiento económico de la provincia de Galápagos*. Universidad Técnica de Ambato.
- <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/30876>
- Rivas, C., Carrillo, B., & Robinson, G. (2022). Competitividad de empresas turísticas en el Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 203-219.
- <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.14>
- Rodríguez-Chávez, M. I., Muñoz-Cabrera, J. C., & Negrin-Sosa, E. (2025). Diagnóstico de la gestión de servicios hoteleros en Manabí, Ecuador. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 10(19), 134-148.
- <https://doi.org/10.35381/r.k.v10i19.4381>
- Tamayo Garza, J. F., & Vega Cadena, U. J. (2017). EL SERVICIO AL CLIENTE COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL EN LA INDUSTRIA HOTELERA. *Universidad de Quintana Roo, México*.
- <https://www.eumed.net/rev/turydes/23/cliente-industria-hoteler.html>
- Teran Gutierrez, M. A. (2024).
- <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/e4bb1a96-a21d-4148-9411-3eb988180de1>. Universidad San Ignacio de Loyola.
- <https://hdl.handle.net/20.500.14005/14873>
- Tomalá Andrade, K. F., & Álvarez Román, J. M. (2025). *Talento humano y calidad del servicio hotelero en la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/15498>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma (Gantt) de actividades realizadas

Cronograma	Año2025							
	Septiembre-Diciembre							
Actividad	1 de septiembre de 2025	Del 2 al 5 de septiembre de 2025	Del 8 al 10 de septiembre de 2025	5 de septiembre de 2025	Del 10 al 12 de septiembre de 2025	Del 15 de septiembre al 10 de octubre de 2025	Del 13 al 17 de octubre de 2025	Del 20 de octubre al 12 de diciembre 2025 Del 15 a 19 de diciembre de 2025
1. Señalización sobre el proceso de la modalidad, propuesta de Tema (denuncia del tema).								
2. Entrega de la denuncia del tema.								
3. Análisis de la denuncia del tema y asignación de director y Pares académicos.								
4. Revisión de la denuncia del tema con los directores y pares académicos.								
5. Inscripción de estudiantes en la unidad integración curricular, incluido el certificado de cumplimiento.								
6. Aprobación de la denuncia del tema, directores y pares académicos.								
7. Elaboración del anteproyecto según estructura establecida.								

8. Entrega del anteproyecto a la UIC (incluido el certificado de Cumplimiento o, anexo 4).								
9. Desarrollo del trabajo de integración curricular (proyecto), con asesoramiento de los pares Académicos y del director.								
10. Recepción del proyecto con el correspondiente certificado de cumplimiento o del 70% para la aprobación de la asignatura Trabajo de Titulación integración Curricular con la Firma del director.								
11. Elaboración y entrega del informe preliminar (fin de periodo académico) referente al proceso de titulación del grupo correspondiente.								

Nota. Cronograma de trabajo

Anexo 2. Presupuesto de trabajo

Ítem	Precio	Cantidad	Total
Impresiones y oficios y certificados	\$ 0.15	20	\$ 3.00
Impresiones de fichas de observación	\$ 0.15	18	\$ 2.70
Esferos	\$ 0.45	2	\$ 0.90
Salidas de Campo	\$ 268.44	1	\$ 268.44
Impresiones del proyecto de titulación	\$ 0.10	160	\$ 16.00
Notariado	\$ 30.00	1	\$ 30.00
Anillado	\$ 2.50	1	\$ 2.50
Alimentación	\$ 5.00	1	\$ 5.00
Transporte	\$ 2.00	4	\$ 8.00
Quema de Cd	\$ 5.00	1	\$ 5.00
Total			\$291.04

Nota. Cronograma de presupuesto para la realización de la investigación

Anexo 3. Carta de aceptación de la organización donde se aplicó el trabajo de integración curricular.

Puerto Ayora, 7 de octubre del 2025

Dr.
Juan Pablo Torres
Coordinador de Titulación Carrera de Turismo y Hotelería
Universidad Estatal de Bolívar

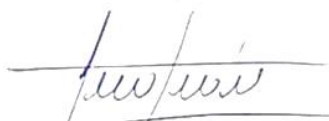
De mi consideración:

Yo, **Andrés Ordoñez León**, en mi calidad de Director Ejecutivo de la Cámara Provincial de Turismo de Galápagos, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de titulación bajo el tema: "**Servicio en los hoteles de 3 estrellas de puerto ayora, isla Santa Cruz, y su relación con la satisfacción del huésped como factor de competitividad del destino Galápagos, año 2025**", propuesto por la estudiante Rebeca Jacqueline Guachi Bimbosa, portadora de la cédula de ciudadanía N.º 200011679-4, estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería, modalidad híbrida de la Universidad Estatal de Bolívar.

En nombre de la institución me comprometo a brindar el apoyo necesario para el desarrollo del proyecto.

Comunico lo anterior a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,



Andrés Ordoñez León
Director Ejecutivo - Cámara Provincial de Turismo de Galápagos

1710580091

052526206

0995432920

dejecutiva@capturgal.org.ec

Anexo 4. Comprobante de pago de la “tasa única de trámite” para la solicitud de información cartográfica al GAD Municipal de Santa Cruz.



**GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DE SANTA CRUZ**



Nº 050975

DIRECCIÓN FINANCIERA

TASA ÚNICA DE TRÁMITE

Nombre del Contribuyente: Guachi Bimbosa Rebeca.

Fecha: Santa Cruz, a 18 de Diciembre de 2025



VÁLIDO POR UN MES

Edificio principal: Av. Charles Darwin N° 358 y calle 12 de Febrero | Teléfonos: 05 2526153 - 05 2526154
Puerto Ayora – Santa Cruz, Galápagos – Ecuador | www.gadsantacruz.gob.ec

Nuestra Alcaldía

Anexo 5. Oficio de solicitud de mapas actualizados del cantón Santa Cruz y de Puerto Ayora dirigido a la Dirección de Urbanismo y Catastros del GAD Municipal de Santa Cruz.

Puerto Ayora, 18 de diciembre de 2025

Mgs.
Valeria Tuarez Vergara
DIRECTORA DE URBANISMO Y CATASTROS
Presente.-

De mi consideración:

Yo, **Rebeca Jacqueline Guachi Bimbosa**, con cédula de identidad N. [REDACTED] me dirijo a Usted con un cordial y atento saludo.

La presente tiene la finalidad de solicitar gentilmente se me ayude con una copia actualizada en digital formato pdf del mapa de Santa Cruz y del mapa de Puerto Ayora, archivos que los requiero para avances de mi tesis con el tema "Servicio en los hoteles de 3 estrellas en Puerto Ayora. Isla Santa Cruz y su relación con la satisfacción del huésped como factor de competitividad del destino", ya que estoy finalizando mis estudios superiores en la Universidad Estatal de Bolívar, carrera Turismo y Hotelería.

Por la atención a la presente quedo de Usted muy agradecida.

Atentamente,

[REDACTED]
Rebeca Jacqueline Guachi Bimbosa

CI [REDACTED]

Tel [REDACTED]

Anexo 6. Instrumentos de recopilación de datos (ficha de observación, cuestionario)

1.- Ficha de observación:

Tema: “Servicio en los hoteles de 3 estrellas de Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, y su relación con la satisfacción del huésped como factor de competitividad del destino Galápagos, año 2025.”				
1.- DATOS GENERALES				
1.1. Nombre del hotel:				
1.2. Dirección:				
1.3. Fotografía del establecimiento:				

2.- Criterio de Observación

ESCALADE CALIFICACIÓN									
1	MuyDeficiente	2	Deficiente	3	Regular	4	Bueno	5	Excelente

DIMENSIÓN DE CALIDAD	DESCRIPCIÓN	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
TANGIBILIDAD						

Instalaciones y Equipamiento	El establecimiento cuenta con espacios funcionales y bien distribuidos, equipados con mobiliario adecuado y en buen estado, garantizando comodidad y una experiencia satisfactoria para los visitantes.					
Limpieza de Habitaciones y áreas Internas y externas	Las instalaciones físicas (habitaciones, áreas comunes) deben ser visualmente atractivas, modernas y estar en excelentes condiciones de limpieza.					
Comodidad de Habitaciones Áreas internas y externas	Las habitaciones, áreas comunes y ascensores deben contar con calefacción y aire acondicionado según su necesidad; además ofrecer el servicio de teléfono y caja fuerte.					
Señalización	La señalética debe ser clara y adecuada.					
Materiales de servicio	La información de servicio que ofrece el establecimiento hotelero debe estar disponible para los huéspedes en dos idiomas.					
CONFIABILIDAD						
Promesas cumplidas	El hotel debe cumplir con los tiempos establecidos para los servicios contratados.					
Ejecución correcta	Los servicios deben ejecutarse de manera eficiente y eficaz desde el ingreso del huésped hasta su salida.					
Consistencia	La entrega de los servicios debe ser consistente y sin errores.					
CAPACIDAD DE RESPUESTA Y EMPATÍA						

Disposición del personal	Los empleados deben estar siempre dispuestos a ayudar y mostrar un interés genuino en resolver problemas.					
Velocidad del servicio	Se debe ofrecer un servicio rápido y eficiente.					
Resolución de problemas	El personal debe mostrar un sincero interés en solucionar cualquier inconveniente que el cliente tenga.					
COMPETENCIA Y PROFESIONALISMO						
Conocimiento	El personal debe estar capacitado para brindar un servicio competente y profesional.					
Presentación	El personal debe tener una presentación apropiada y limpia.					
Atención personalizada	Es importante que el personal se esfuerce por conocer las necesidades individuales de cada huésped					
OBSERVACIONES Y COMENTARIOS						

2.- Cuestionario

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL HUÉSPED

Hoteles 3 estrellas – Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, Galápagos.

Nombre del establecimiento: _____

Fecha de la encuesta: ____ / ____ / ____

Objetivo

Analizar el grado de satisfacción de los huéspedes a partir de su experiencia en dichos establecimientos.

Instrucciones

Indique su respuesta marcando con una ✓ la opción correspondiente según la escala proporcionada en cada sección.

Sección 1: Datos personales

Preguntas			
1.1. ¿Cuál es su lugar de procedencia?	1.2. Indique, ¿en qué rango de edad se encuentra?	1.3. ¿Con qué género se identifica?	1.4. ¿Cuál es su estado civil actual?
<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> 18 a 24 años	<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> Soltero(a)
<input type="checkbox"/> Nacional	<input type="checkbox"/> 25 a 31 años	<input type="checkbox"/> Femenino	<input type="checkbox"/> Casado(a)
<input type="checkbox"/> Internacional	<input type="checkbox"/> 32 a 38 años	<input type="checkbox"/> Otro	<input type="checkbox"/> Divorciado(a)
	<input type="checkbox"/> 39 a 45 años		<input type="checkbox"/> Viudo(a)
	<input type="checkbox"/> Mas de 46 años		<input type="checkbox"/> Unión libre

Sección 2: Calidad de los servicios

Instrucciones: Califique la calidad de los servicios prestados por el hotel de acuerdo con la siguiente escala: 1 = Muy deficiente, 2 = Deficiente, 3 = Regular, 4 = Bueno, 5 = Excelente.

Área	Preguntas	1 Muy deficiente	2 Deficiente	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente
Área: Recepción y atención	2.1. ¿Está de acuerdo con la actitud del personal desde el momento que ingresó al hotel?					
	2.2. ¿Está de acuerdo con la atención que recibió (rápida y eficiente)?					
	2.3. ¿Qué tan conforme está con la información que recibió sobre los servicios del hotel?					
Área: Instalaciones y equipamiento	2.4. ¿Está satisfecho(a) con la calidad y velocidad de la conexión Wifi del hotel?					
	2.5. ¿Las instalaciones del hotel, como agua caliente, aire acondicionado y TV, funcionan correctamente y se encuentran en buen estado?					
Área: Limpieza y mantenimiento	2.6. ¿Las áreas comunes del hotel se encuentran limpias y bien mantenidas?					
	2.7. ¿La habitación del hotel se encuentra en buen estado, ordenada y limpia?					
	2.8. ¿El mantenimiento de los muebles y equipos del hotel es adecuado?					
	2.9. ¿Está de acuerdo con la disponibilidad del personal para					

Área: Atención al cliente	atender alguna duda o requerimiento?					
	2.10. ¿Está de acuerdo con la capacidad del personal para brindar soluciones al problema o solicitud que tuvo?					
	2.11. ¿Está de acuerdo con el interés y servicios brindados por parte del personal durante su estadía?					
Área: Restaurante y alimentación	2.12. ¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra con el área del comedor respecto al orden y la limpieza?					
	2.13. ¿Está satisfecho(a) con la calidad del desayuno, incluyendo variedad, sabor y presentación ofrecidos durante su estadía en el hotel?					
	2.14. Durante el servicio de restaurante, ¿está de satisfecho(a) con la atención brindada?					
Área: Satisfacción general y competitividad	2.15. ¿Considera que la relación calidad-precio del hotel es adecuada?					
	2.16. ¿La ubicación del hotel facilita el acceso a los principales lugares de interés turístico?					
	2.17. ¿Considera que el servicio del hotel estuvo acorde con sus expectativas como huésped?					
	2.18. ¿Está dispuesto(a) a recomendar este hotel a familiares o amigos?					
	2.19. ¿Las instalaciones del hotel ofrecen condiciones adecuadas de accesibilidad que permiten el desplazamiento cómodo y seguro de todos los huéspedes?					

¡Muchas gracias por su tiempo y colaboración!

Anexo 7. Fotografías de Salidas de campo.

Fotografía 1:

Premisa para la Ficha de Observación



Fotografía 2.

Establecimiento cerrado durante la visita de salida de campo.



Fotografía 3. Aplicación de encuestas.



Fotografía 4. Aplicación de encuestas.



Nota. Evidencias de la realización del trabajo de campo

Anexo 8. Evidencias fotográficas de los establecimientos.

Hotel Acacias



Hotel Albatros



Hotel Brisas del Pacifico



Hotel Deja-vu



Hotel El Descanso del guía



Hotel & Spa Fernandina



Hotel Fiesta



Hotel Flamingo



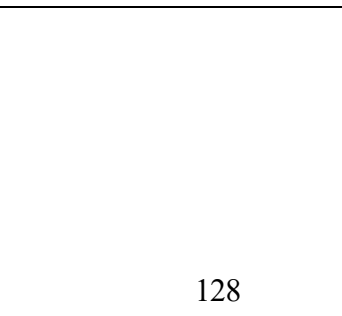
Hotel La casa de Judy



Hotel la Isla



Hotel Galápagos Island



Gran Hotel León Marino





Hotel Ninfa



Hotel Palace Galápagos



Hotel Palmeras



Hotel la Perla de Galápagos



Hotel Red Booby



Hotel Silverstein



Nota. Evidencias de la realización del trabajo de campo

Anexo 9. Captura de pasaje aéreo utilizado para la salida de campo.



LATAM AIRLINES GROUP S.A.
Latam-Airlines Ecuador S.A. RUC 1791807154001
Conector de Alpachaca S/N - Edificio Quiport Airport Center 3er Piso, Oficina 302.
Quito - Ecuador

Información de tu compra

Este documento contiene el detalle y condiciones del servicio que adquiriste. No es necesario que lo lleves el día de tu viaje.

Nombre Pasajero	REBECA E GUACHI	Documento de	
Código de Reserva	FEDRTC	N° Pasajero Frecuente	
Tipo de Pasajero	Adulto	Ciudad y Fecha de emisión	Baltra, Galápagos, Ecuador 05-NOV-
Código Reserva otra compañía			

Información Tributaria

Nombre o Razón	BIMBOSA MARIA I	RUC	
-----------------------	-----------------	------------	--

Este documento es aceptado tributariamente por SRI (Servicio de Rentas Internas de Ecuador)

Desglose de tu pago

Concepto	Número de	Monto (1)
Tarifa		USD 144.00
Equivalente tarifa en moneda de pago		USD 0.00
Tasas y/o impuestos (2)		USD 78.94
Total pasaje	462-2258239880	USD 222.94
Total otros servicios		USD 0.00
Total pagado		USD 222.94

Forma de Pago

Tipo	Detalle	Fecha de Expiración	Código de Autorización
CA			
WP/IK/CC		2025-11-01	
(1)	USD: Us Dollar		
(2)	Detalle de las tasas y/o impuestos Pasaje: USD EC 21.60 - D6 5.70 - OR 41.78 - WT 9.86		

Itinerario

N° Vuelo	Origen	Destino	Salida		Llegada		Cabina	Tarifa	Asiento	Equipaje
			Fecha	Horario	Fecha	Horario				
LA 1411 Operado por LATAM Airlines Group	GUAYAQUIL JOSE JOAQUIN DE OLMEDO	GALAPAGOS IS BALTRA	VIE 07-NOV-25	08:32	VIE 07-NOV-25	09:30	Economy - Y	YE2PPABR	Por reservar	Incluye maleta pequeña y 1 pieza de 23 Kgs.
LA 1410 Operado por LATAM Airlines Group	GALAPAGOS IS BALTRA	GUAYAQUIL JOSE JOAQUIN DE OLMEDO	VIE 14-NOV-25	10:11	VIE 14-NOV-25	13:01	Economy - Y	YE2PPABR	Por reservar	Incluye maleta pequeña y 1 pieza de 23 Kgs.

- Información importante: Si tu o alguno de tus acompañantes tienen una necesidad especial, informanos al momento de realizar tu reserva y hasta 48 horas antes de tu vuelo llamando a nuestro Contact Center. Para mayor información ingresa a nuestro Centro de Ayuda <http://helpdesk.lan.com/chi/es/>
- Si tu maleta pequeña excede el tamaño o peso máximo permitido, tendrás la opción de enviarlo a la bodega del avión por un costo extra. Si decides no hacerlo, no podremos embarcar tu equipaje en el vuelo ni hacemos responsable de su custodia.
- Antes de viajar, revisa las restricciones de entrada para los distintos países debido al brote de COVID-19.
- No olvides revisar los beneficios de tu categoría si eres socio Gold, Gold Plus, Platinum, Black o Black Signature.

Detalle Aerolíneas

N° Vuelo	Aerolínea comercializadora
LA 1411	LATAM Airlines Group
LA 1410	LATAM Airlines Group

Información Local

- Recuerde revisar su hora de presentación en aeropuerto. Esta será indicada en su boarding pass al realizar el Check-in en nuestro sitio web. Si no pudo hacer su Check-in en el sitio y/o necesita facturar equipaje en el aeropuerto, debe presentarse con la debida anticipación.
- Para vuelos **nacionales**:
 - Dentro de Chile:** 2 horas antes del vuelo (3 horas si vas a Balmaceda o Punta Arenas)
 - Dentro de Brasil:** 2:30 horas antes del vuelo
 - Dentro de Ecuador:** 2 hora y media antes del vuelo
 - entro de Colombia:** 2 horas antes del vuelo
 - Dentro de Perú:** 2:30 horas antes del vuelo (3 horas si sales desde Lima)
- Para vuelos **internacionales:** 3 horas saliendo desde Colombia y 4 horas saliendo desde el resto de los países.

El cargo por servicio que se cobra en las ventas realizadas mediante Oficinas LATAM o Contact Center, en las cuales nuestros clientes reciben atención personalizada no es reembolsable en caso de devolución del pasaje.

Anexo 10. Metodología

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES				
Tema: Servicio en los hoteles de 3 estrellas de Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, y su relación con la satisfacción del huésped como factor de competitividad del destino Galápagos, año 2025.				
VARIABLE/S	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Variable Independiente: Calidad del Servicio en Hoteles 3 estrellas.	Conjunto de características del servicio hotelero que determinan el nivel de satisfacción del huésped, evaluadas percepciones sobre atención, infraestructura y desempeño del personal.	Tangibilidad	Apariencia instalaciones, limpieza, equipamiento moderno.	Encuesta: Escala Likert 1-5
		Confiabilidad	Cumplimiento promesas, servicio correcto, solución problema.	
		Rapidez de Respuesta	Rapidez, disposición ayudar, atención quejas.	
		Seguridad	Confianza personal, seguridad instalaciones.	
		Empatía	Atención personalizada, comprensión necesidades.	
		Satisfacción General	Valoración experiencia global, cumplimiento expectativas	
Variable Mediadora: Satisfacción del huésped. Variable Dependiente: Competitividad del destino	Nivel de conformidad del turista respecto a los servicios recibidos en relación con sus expectativas. Capacidad del destino turístico para atraer y fidelizar visitantes mediante servicios de calidad que generen ventajas frente a otros destinos.	Desempeño Financiero	Tasa ocupación	Análisis Documental
		Reputación Online	Rating TripAdvisor, Booking, # reseñas	
		Lealtad del cliente	Tasa retorno, recomendaciones	
		Posicionamiento	Ranking en plataformas.	

Anexo 11. Realizar la siguiente matriz: (Técnicas, Instrumentos, Indicadores).

Objetivos específicos	Técnicas	Instrumentos	Indicadores
Identificar los niveles actuales de calidad de servicio implementados en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora.	Observación directa.	Ficha de observación.	<p>TANGIBILIDAD Instalaciones y Equipamiento Limpieza de Habitaciones Comodidad de Habitaciones Señalización Materiales de servicio</p> <p>CONFIABILIDAD Promesas cumplidas Ejecución correcta Consistencia</p> <p>CAPACIDAD DE RESPUESTA Y EMPATÍA Disposición del personal Velocidad del servicio Resolución de problemas</p> <p>COMPETENCIA Y PROFESIONALISMO Conocimiento Presentación Atención personalizada</p>
Analizar el grado de satisfacción de los huéspedes a partir de su experiencia en dichos establecimientos.	Encuesta.	Cuestionario.	<p>Área 1: Recepción y atención Actitud del personal al ingreso Rapidez y eficiencia de la atención Información recibida sobre servicios del hotel</p> <p>Área 2: Instalaciones y equipamiento Calidad y velocidad de conexión WiFi Funcionamiento de agua caliente, aire acondicionado y TV</p> <p>Área 3: Limpieza y mantenimiento</p>

			<p>Limpieza de áreas comunes Estado, orden y limpieza de habitación Mantenimiento de muebles y equipos</p> <p>Área 4: Atención al cliente Disponibilidad del personal para atender dudas o requerimientos Capacidad del personal para brindar soluciones Interés y servicios brindados durante la estancia</p> <p>Área 5: Restaurante y alimentación Orden y limpieza del comedor Calidad del desayuno (variedad, sabor, presentación) Atención brindada en el servicio de restaurante</p> <p>Área 6: Satisfacción general y competitividad Relación calidad-precio Ubicación y acceso a lugares de interés turístico Servicio acorde con expectativas Disposición a recomendar el hotel Accesibilidad de las instalaciones</p>
Proponer estrategias de mejora para fortalecer la calidad del servicio hotelero y aumentar la competitividad del destino.	Análisis documental.	Matriz FODA, matriz Causa-Efecto, matriz TOWS.	<p>Porcentaje de mejora en satisfacción. Tiempo de implementación. Aplicabilidad a Galápagos.</p>

Anexo 12. Muestra.

El tamaño de muestra se determinó mediante la fórmula estadística para poblaciones finitas:

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

Datos:

N = Población (448.000)

Z = Nivel de confianza del 95% (1,96)

p = Probabilidad de éxito (0,5)

q = Probabilidad de fracaso (0,5)

e = Margen de error (0,5)

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{1,96^2(448.000)(0,5)(0,5)}{0,05^2(448.000 - 1) + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{3.8416^2(448,000)(0,5)(0,25)}{0,0025^2(448.000 - 1) + 3.8416(0,25)}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 112.000}{0,0025(448.000) + 0,9604}$$

$$n = \frac{430,259.2}{1,120.9579}$$

$$n = 383.83 \approx 384$$

Anexo 13. Matriz de Procesamiento y análisis de la información.

Objetivos Específicos	Técnica	Instrumento	Estrategia	Actividades Trabajo de campo	Actividades de análisis y tabulación de la información	Cronograma.
Identificar los niveles actuales de calidad de servicio implementados en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora.	Observación directa.	Ficha de observación	Monitoreo sistemático de procesos y condición del servicio hotelero.	Visitar las instalaciones del hotel, a través de observación directa en los hoteles de 3 estrellas de Puerto Ayora, Santa Cruz y registrar la información en la ficha de observación.	Clasificar los niveles de calidad del servicio; Analizar los resultados de la observación; Estructurar la información registrada.	Del 8 al 14 de noviembre.
Analizar el grado de satisfacción de los huéspedes a partir de su experiencia en dichos establecimientos	Encuestas.	Cuestionario.	Implementación de encuestas estructuradas a los clientes de los hoteles permitidos	Implementar encuestas y reunir datos adquiridos a través de los formularios.	Tabular los datos recolectados Realizar tablas y gráficos estadísticos. Analizar el grado de satisfacción de los clientes.	Del 8 al 14 de noviembre.
Proponer estrategias de mejora para fortalecer la calidad del servicio hotelero y aumentar la competitividad del destino.	Análisis documental.	Matriz FODA, Puntos críticos Causa-Efecto, matriz TOWS.	Síntesis y comparación de resultados.	Análisis de datos de campo.	Comparación de hallazgos, revisión bibliográfica y formulación de estrategias para mejorar.	Diciembre – Enero.

Nota. Análisis de la información breve.

Anexo 14. Matriz 1.

Formulación del problema	Objetivo General	Objetivos específicos	Tipo de Investigación	Enfoque	Técnicas	Instrumentos	Actividades	Cronograma Fechas	Evidencias	Responsables
¿Cómo influye la calidad del servicio en los hoteles de 3 estrellas de Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, en la satisfacción del huésped como factor en la competitividad del destino Galápagos en el año 2025?	Evaluar la relación entre la calidad del servicio en los hoteles de 3 estrellas de Puerto Ayora, la satisfacción del huésped y la competitividad del destino Galápagos durante el año 2025.	Identificar los niveles actuales de calidad de servicio implementados en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora.	Investigación básica-descriptiva	Enfoque mixto (Cuantitativo y Cualitativo).	Observación directa.	Ficha de observación.	Realizar observación directa en los establecimientos Recopilar la información obtenida en la ficha de observación.	1 de septiembre de 2025 Del 2 al 5 de septiembre de 2025 Del 8 al 10 de septiembre de 2025 5 de septiembre de 2025 Del 10 al 12 de septiembre de 2025 Del 15 de septiembre al 10 de octubre de 2025 Del 13 al 17 de octubre de 2025 Del 20 de octubre al 12 de diciembre de 2025. Del 15 al 19 de diciembre de 2025	Anexo 7. Fotografías de Salidas de campo.	Rebeca Guachi
		Analizar el grado de satisfacción de los huéspedes a partir de su experiencia en dichos establecimientos.			Encuesta	Cuestionario	Recopilar información mediante encuestas a turistas que se hospedan en los hoteles 3 estrellas de Puerto Ayora, Santa Cruz y sistematizar y analizar los datos obtenidos.			
		Proponer estrategias de mejora para fortalecer la calidad del servicio hotelero y aumentar la competitividad del destino.			Análisis documental.	Matriz FODA, matriz Causa-Efecto, matriz TOWS.	Análisis comparativo y formulación de estrategias de mejora.			

Nota. Información breve del estudio realizado

Anexo 15. Matriz para trabajar el marco de antecedentes y el marco científico.

Objetivo General	Objetivos específicos	Postura Antecedentes	Marco Científico
<p>Evaluar la relación entre la calidad del servicio en los hoteles de 3 estrellas de Puerto Ayora, la satisfacción del huésped y la competitividad del destino Galápagos durante el año 2025.</p>	<p>Identificar los niveles actuales de calidad de servicio implementados en los hoteles de tres estrellas de Puerto Ayora.</p> <p>Analizar el grado de satisfacción de los huéspedes a partir de su experiencia en dichos</p> <p>Proponer estrategias de mejora para fortalecer la calidad del servicio hotelero y aumentar la competitividad del destino.</p>	<p>Estudios previos en hoteles de tres estrellas evidencian que la calidad del servicio hotelero influye directamente en la satisfacción del huésped y en la competitividad del destino turístico (Infante & López, 2023; Rivas et al., 2022).</p>	<p>El estudio se fundamenta en la teoría del turismo y la hospitalidad, que reconoce al turismo como un motor económico que requiere planificación estratégica para fortalecer la competitividad del destino (Escamilla & Segovia 2024). Asimismo, El estudio se fundamenta en la gestión del talento humano, la cual señala que la calidad del servicio hotelero depende del desempeño y la capacitación del personal que interactúa con el huésped (Flores, 2019).</p>

Nota. Resumen breve del apartado de antecedentes y marco científico

Anexo 16.

Matriz 3. Para trabajar el análisis y discusión de resultados

No de Pregunta	Hallazgos de los Objetivos específicos	Tesis citada o artículo para contrastar mis objetivos	Autores	Año	Aporte y discusión a mis objetivos	Análisis
1 a 5 (Infraestructura física, apariencia del personal, equipos modernos y limpieza.)	OE1: Los hoteles muestran buen estado físico, pero fallas en la estandarización de procesos.	Gestión de calidad en hoteles del cantón Salinas.	López Pazmiño	2021	El autor coincide en que la falta de protocolos de control genera una brecha negativa entre expectativa y realidad.	Coincide en que la infraestructura no basta; sin procesos claros, la percepción de calidad cae.
6 a 10 Rapidez en el servicio, cumplimiento de promesas, amabilidad y resolución de quejas.	OE2: El huésped valora más la atención personalizada y la empatía que el lujo material.	Calidad de servicios y satisfacción en Novotel Lima.	Infante & López	2023	Refuerza que la dimensión de "Empatía" y "Fiabilidad" del SERVPERF son las que más impactan en la lealtad.	Refuerza que las dimensiones "blandas" (talento humano) son las que generan satisfacción real.
11 a 15 Relación calidad-precio, intención de recomendar el	OE3: La competitividad de Puerto Ayora depende de que los hoteles de 3 estrellas suban su estándar.	Importancia del turismo en el crecimiento de Galápagos.	Pilla	2020	El estudio aporta que el alojamiento es el sector que más influye en el Valor	Sostiene que las certificaciones y el tamaño organizacional influyen en la competitividad global.

destino y comparación con otros hoteles.					Agregado Bruto (VAB) de la provincia.	
16 a 20 (Estrategias)	OE4 (Propuesta): Existe una necesidad urgente de capacitación en hospitalidad y talento humano.	Gestión del talento humano y rentabilidad empresarial.	Flores-Quispe	2019	Discute que el rendimiento organizacional depende más de la gestión del personal que de bienes materiales.	Discute que el rendimiento depende más de la gestión del personal que de los recursos económicos.

Nota. Autores tomados en cuenta en el Segmento de la discusión de resultados


**LIC. VERÓNICA MARIBEL ARCOS BÓSQUEZ EN CALIDAD DE
DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR,**

CERTIFICA

Que el trabajo de integración curricular denominado **“Servicio en los hoteles de 3 estrellas de Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, y su relación con la satisfacción del huésped como factor de competitividad del destino Galápagos, año 2025”**, presentado por Rebeca Jacqueline Guachi Bimbosa de la **carrea de Turismo y Hotelería** ha sido analizado por el sistema **COMPILATIO**, reflejado como resultado un 5% de coincidencia no intencional como se puede evidenciar en el documento adjunto.

Guaranda, 30 de enero del 2026

Atentamente,



Lic. Verónica Maribel Arcos Bósquez

Directora

Tesis Rebeca Guachi 2026

5%
Textos sospechosos

- < 1% Similitudes**
< 1 w. similitudes entre comillas
< 1 w. entre las fuentes mencionadas
- 2w Idiomas no reconocidos (ignorado)**
- 5w Textos potencialmente generados por la IA**

Nombre del documento: Tesis Rebeca Guachi 2026.docx
ID del documento: e32e57cba9810debb8d91f0bfc7c61bf999153
Tamaño del documento original: 817,4 kB

Depositante: VERONICA MARIBEL ARCOS BOSQUEZ
Fecha de depósito: 30/1/2026
Tipo de carga: Interface
fecha de fin de análisis: 30/1/2026

Número de palabras: 26.479
Número de caracteres: 195.395

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	dspace.udla.edu.ec Plan de negocio para la implementación de un hostal familiar... http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/110058/1/1.DGA-EC-TIC-2019-27.pdf 26 fuentes similares	4%		Palabras idénticas: 4% (1028 palabras)
2	www.lexis.com.ec Constitución de la República del Ecuador Descargar PDF Co... https://www.lexis.com.ec/biblioteca/constitucion-republica-ecuador 20 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (708 palabras)
3	www.gob.ec https://www.gob.ec/sistema/default/files/regulacion/2024-07/REGlamento_GENERAL_DE_APLI... 15 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (550 palabras)
4	www.lexis.com.ec Ley de Turismo Descargar PDF Ley de Turismo Actualizad... https://www.lexis.com.ec/biblioteca/LeyTurismo 15 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (302 palabras)
5	Documento de otro usuario ed6539f ● Viene de de otro grupo 7 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (115 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.goconqr.com Transforma la forma en la que aprendes. Mapa Mental https://www.goconqr.com/res/mapa-mental/270384850-ufuca-via-aviso-1-cuacion-de-la-republ...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)
2	dspace.espochn.edu.ec Implementación de una Operadora de Turismo y Agenci... http://dspace.espochn.edu.ec/bitstream/1123456789/2190/0/2319379.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (29 palabras)
3	Documento de otro usuario ed6539f ● Viene de de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)
4	Documento de otro usuario ed6539f ● Viene de de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
5	dilemascontemporaneoseducacionpoliticyvalores.com https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticyvalores.com/index.php/dilemas/articulo/de...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- 1 [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(13\)](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(13))
- 2 <https://doi.org/10.3390/su16093536>
- 3 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3754126>
- 4 <https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/3578>
- 5 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5983197>