UEA Turismo Lago Agrio
PrePrint UEA

Sección Turismo "Lago Agrio"
Vol. LTUREL2324. ep10–183

|Recibido: 15/03/2024|
|Aceptado: 23/04/2024|
|Publicado: 18/11/2026|

Evaluación de la calidad de servicio de alojamiento en el Hostal Cuyabeno Life, Sucumbíos - Ecuador

Evaluation of accommodation service quality at Cuyabeno Life Hostel, Sucumbíos, Ecuador

Jhon AnsheloConya Alcocer[1], María JoséAlvarado Samaniego[1]

https://doi.org/10.59410/PREPRINT-UEA-vLTUREL2324ep10-183 Crossref

Resumen

El artículo científico aborda la importancia del turismo en la región, destacando el surgimiento del turismo comunitario en Cuyabeno, de igual manera la calidad del servicio que se brinda por parte de los alojamientos turísticos en el hostal vista desde un aspecto y perspectiva de satisfacción del cliente (huésped usuario), en la cual busca satisfacer al cliente sea en la adquisición de un producto o servicio turístico. Hostal Cuyabeno Life se destaca por cumplir con los requisitos de calidad y crear una imagen positiva en este entorno. Ante las crecientes exigencias de los consumidores, la calidad del servicio hotelero se vuelve vital. El objetivo principal de este artículo es evaluar la calidad de los alojamientos turísticos del albergue. Para ello, empleamos una metodología descriptiva cualitativa junto con el modelo SERVPERF, que identifica las deficiencias del servicio que el albergue puede aprovechar para mejorar su servicio y elevar sus estándares.

Palabras clave

estándares, disposición, prestación, hospedaje, turístico, carencias.

Abstract

The scientific article addresses the importance of tourism in the region, highlighting the emergence of community tourism in Cuyabeno. The quality of the service provided by the tourist accommodations in the hostel seen from an aspect and perspective of customer satisfaction (user guest), in which it seeks to satisfy the customer either in the acquisition of a tourist product or service. Hostal Cuyabeno Life stands out for meeting the quality requirements and creating a positive image in this environment. Given the increasing demands of consumers, the quality of hotel service becomes vital. The main objective of this article is to evaluate the quality of the tourist accommodations of the hostel. To do this, we use a qualitative descriptive methodology along with the SERVPERF model, which identifies the deficiencies of the service that the hostel can take advantage of to improve its service and raise its standards.

Keywords

standards, disposition, provision, accommodation, tourism, shortcomings

Direcciones [1]Universidad Estatal Amazónica. Sucumbios, Ecuador. Email: ja.conyaa@uea.edu.ec, mj.alvarados@uea.edu.ec,

Autor para la correspondencia Jhon AnsheloConya Alcocer. Universidad Estatal Amazónica. Sucumbios, Ecuador. Email: ja.conyaa@uea.edu.ec

Cómo citar CONYA ALCOCER, Jhon Anshelo, ALVARADO SAMANIEGO, María José and , 2026. Evaluación de la calidad de servicio de alojamiento en el Hostal Cuyabeno Life, Sucumbíos - Ecuador. PrePrint UEA. Vol. LTUREL2324. p. ep10–183. https://doi.org/10.59410/PREPRINT-UEA-vLTUREL2324ep10-183

Editores Académicos Jorge Lenin León Arcos

Editorial Editorial de la Universidad Estatal Amazónica 2026

Copyright Derechos de autor 2026| PrePrint UEA.
Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución 4.0.
Los autores del artículo autorizan a la RACYT a que este artículo sea compartido bajo las condiciones de la Licencia Creative Commons 4.0 (CC-BY 4.0).

1. Introducción

Por su aporte a la economía global, el sector hotelero en América Latina en su conjunto es hoy significativo a nivel nacional e internacional. La necesidad de que los proveedores buscaran la lealtad de sus clientes surgió del crecimiento y la uniformidad del mercado de servicios de alojamiento. Las empresas comenzaron a especializarse y lanzar nuevos productos al darse cuenta de la variedad de segmentos de viajeros que existían y de la variedad de necesidades que tenía cada uno de ellos y que ninguna empresa podía satisfacer. Los sistemas de evaluación de la calidad nacen de la estandarización de procedimientos, servicios e instalaciones. Se basan en el cumplimiento de requisitos específicos en un conjunto de ofertas que se consideran requisitos previos para niveles particulares del negocio hotelero.

Actualmente, la calidad de servicio de alojamiento al cliente ha tomado una fuerte importancia en el mundo de los hostales por lo que actualmente la estrategia principal en los hostales es la calidad en el servicio, que se ha convertido en un elemento diferenciador entre las organizaciones que compiten constantemente en el sector que se encuentra inmerso en un cambio, haciendo que la calidad dentro de un hostal, sea un elemento que, tanto cliente y/o huéspedes que se instalan, como los trabajadores que brindan los servicios de calidad de alojamiento, ya que para alcanzar la satisfacción de las múltiples necesidades de un cliente actual, es necesario la coordinación de las personas partícipes, de manera directa o indirecta, en prestar el servicio a una persona cuyas expectativas exigen más.

En consonancia, la calidad del servicio tiene una importancia categórica para la gestión, las tendencias más actuales de la misma enfatizan en su carácter diferenciador, como valor añadido muy respetado por el cliente. Sin embargo, el incremento de la subjetividad de la categoría calidad, la universalización de su significado, la influencia decisiva del entorno y las características propias de las empresas de servicio; han propiciado incertidumbre para el desarrollo

articulado y ordenado de dichas empresas. Debido a la inserción de las entidades turísticas cubanas en el mercado internacional y a los pedidos cada vez más elevados y exquisitos de los clientes, estas se han visto en la obligación de implementar un sistema de gestión de calidad certificado por las normas ISO 90001 y 90012.

Calidad de servicio es un término que engloba dos conceptos con múltiples significados, por lo que a continuación se abordará por separado diversas acepciones de dichos términos, y más adelante, en su concepto global. En la actualidad, el término calidad es utilizado de forma masiva en cualquier ámbito, siendo su significado un concepto complejo y multidimensional. Tal como indican "La calidad es difícil de definir y medir, aunque fácil de reconocer". Es por ello que en este apartado se trabajará dicho concepto desde dos puntos de vista, uno histórico y otro conceptual.

El base a (Candela A 2012) detalla las principales características del sector alojamiento turístico entre las cuales se destacan la intangibilidad misma que se da cuando el producto que el cliente compra no lo puede experimentar ya que aún no lo posee y esto provoca inseguridad y sobre todo dificultan en las empresas al momento de la compra. Muchos hoteles tratan de hacer tangibles sus productos mediante folletos, páginas web, donde otros usuarios que hayan estado en sus instalaciones puedan hacer comentarios y además se ofrezca toda la información del hotel. Otra de sus características es la inseparabilidad misma que se da cuando la producción y el consumo se hacen muchas veces en el mismo lugar y en el mismo momento, son simultáneas.

Según (Fonseca P 2014) menciona que la Hostelería es la oferta de servicios destinados a proporcionar alojamiento y alimentación. Es una prestación importante cuyos orígenes se remontan a los tiempos de la antigua Roma, cuando las tabernas y las posadas satisfacían las necesidades elementales de los viajeros, señala que los Hostales surgen de la necesidad del hombre de viajar, de hecho, el hombre ha viajado desde miles de años atrás y en sus viajes ha necesitado alojamiento y alimentos. La palabra hostal incluye el concepto de hospitalidad, el cual es muy antiguo, se remonta a Roma y Grecia, incluso a los tiempos bíblicos.

Para definen a las ofertas turísticas como la cantidad de bienes y de servicios que una empresa (o conjunto de empresas) está apta para producir y colocar en el mercado a determinado precio, con determinada calidad, en determinado lugar y por determinado período de tiempo así mismo indica que la oferta turística es el conjunto de productos y servicios turísticos con que cuenta un destino, basados en sus recursos e infraestructuras.

Por su parte, (Muller A 2015) considera a un hostal de alta calidad, cuando supera expectativas de clientes, personal y huéspedes, por lo que, un hostal opera con calidad, ofrecerá a sus clientes el mejor servicio, teniendo como resultado altos ingresos y una mayor satisfacción de sus integrantes, actualmente la calidad es un asunto importante para cualquier empresa que aspire a ser competitiva. No obstante, se trata de un concepto difícil de definir de modo universal, puesto que, puede tener significado distinto para diferentes personas. Dicho de otra forma, la calidad es algo cualitativo y subjetivo. En cuanto al servicio se define como la actividad y consecuencia de servir, es dar una condición o la disposición de brindar la posibilidad o prestación de algo intangible, a nivel económico y en el ámbito del marketing.

En este mismo contexto, (Paredes F 2016) el modelo SERVPERF se usa para la medida y evaluación de la calidad del servicio. Este modelo utiliza la percepción como la principal aproximación a la satisfacción del cliente, que se define como el nivel del estado de ánimo de una persona y que resulta de comparar el rendimiento percibido con sus expectativas. La escala SERVQUAL valorando únicamente la puntuación de las percepciones para medir la percepción sobre la calidad del servicio. Esto significa que la percepción es el único factor determinante para la evaluación de la calidad. El modelo SERVPERF, está fundamentado únicamente en las percepciones, eliminando las expectativas del servicio, debido a que estas últimas se presenta para problemas de interpretación, es decir, no permiten que la evaluación de calidad sea eficiente y más bien entorpecen dicho proceso.

La evaluación a menudo comienza con la recopilación de información sobre los resultados para sacar conclusiones que conduzcan a la mejora de la organización. Evaluar la conformidad con los programas de acción actuales, planificar el futuro del servicio en cuestión y proporcionar el máximo de servicios a los usuarios de manera eficaz y eficiente son los tres objetivos principales de la evaluación en las unidades de información. Por otra parte enumera varias técnicas, que se describen a continuación, para evaluar la gestión de la calidad.

Las actividades realizadas en los establecimientos hoteleros son de naturaleza heterogénea. La empresa hotelera está caracterizada por un conjunto de prestaciones de servicios claramente diferenciados que están principalmente dedicados a las actividades de alojamiento y restauración que participan individualmente en la rentabilidad de la empresa. Los servicios de hotelería pueden fijarse, en general, dentro del marco siguiente: empresas dedicadas, de modo profesional o habitual al alojamiento de las personas con, o sin, otros servicios de carácter complementario. (Candela A 2012)

El servicio de alojamiento sugiere que una de las experiencias de viaje más impactantes es el alojamiento o la ubicación del mismo. Se dividen en dos categorías: servicios de alojamiento, que incluyen el alquiler de habitaciones y casas de huéspedes donde los visitantes pueden obtener comidas, bebidas y otras comodidades. Los alquileres vacacionales son residencias donde los huéspedes se encargan de su propia limpieza y alimentación. Las viviendas rurales se clasifican mediante un sistema de categorías que tiene en cuenta las comodidades y servicios que ofrece cada tipo de alojamiento.

En el Ecuador el turismo se ha convertido en una actividad productiva que facilita la interacción de diversos grupos sociales y empresariales; según , el turismo comunitario en Ecuador ha sido el foco de numerosos proyectos de investigación que han examinado sus efectos en las economías, sociedades y entornos de las comunidades locales. Se ha demostrado que este tipo de turismo puede impactar positivamente el desarrollo sostenible de las comunidades, fomentando la conservación del medio ambiente, la valorización de la cultura local y la creación de dinero para las familias locales, aunque aún quedan obstáculos por resolver.

Sucumbíos tiene un gran potencial turístico, pero no ha podido aprovecharlo debido al mal manejo de los recursos turísticos naturales y culturales (costumbres y tradiciones) de la región. Al impulsar la economía, el sector podría luchar contra la pobreza. La industria presenta en particular las siguientes deficiencias, entre ellas se encuentra el depender únicamente de los recursos petroleros, evitando cualquier esfuerzo que pudiera mejorar el nivel de vida del público en general. La población de Sucumbíos vive en la pobreza producto de las deficiencias profesionales y la ausencia de garantías para el emprendimiento empresarial en la zona.

El sector hotelero en la ciudad de Lago Agrio, específicamente en el Hostal Cuyabeno Life, se basa en el servicio de alojamiento turístico tanto nacional como internacional, la diversidad de lugares de gran riqueza natural ha logrado que el Hostal se encuentre entre una de las más visitadas a nivel nacional, logrando ser reconocida por miles de turistas y visitantes como un lugar maravilloso lleno de cultura y tradición lo cual contribuye al crecimiento económico de la región de Sucumbíos.

El Hostal Cuyabeno Life, cuenta con una imagen ante los clientes formada a partir del cumplimiento de los estándares de calidad, potenciando la satisfacción del cliente y el cumplimiento de sus expectativas y requerimientos. Todas las acciones realizadas en la entidad en función de la calidad han generado por una parte un producto con elevados estándares físicos dirigidos a los elementos vitales que garantizan la satisfacción del cliente y por otra parte un sistema de ideas y percepciones sobre lo que es en este momento y lo que pretende lograr en un futuro.

El establecimiento cuenta con habitaciones de distintos tamaños, con restaurante que ofrecen una gastronomía variada, servicio de recepción, publicidad, infraestructura, comodidad, que cumplen las rigurosas exigencias del cliente. Según en su tesis titulada "Diseño del Hostal "MONTAÑITA", mediante la elaboración del plan de negocios para fortalecer el turismo en la Parroquia Tarapoa, Cantón Cuyabeno, Provincia de Sucumbíos" afirma que por lo general llegan a ocupar las habitaciones entre uno hasta tres personas, son pocos los grupos que llegan, pero diario atiende un promedio de 10 personas, dando un total de 3.650 huéspedes al año, se menciona que la mayoría de los huéspedes, indican que la atención al cliente es buena, sin embargo existen ciertos inconvenientes que causan incomodidad e insatisfacción como es controles de tv en mal estado, problemas de señal por cable, deterioro y averías en aires acondicionados; cabe indicar que existen problemas que son relevantes como la presentación y amabilidad de los trabajadores, la atención al cliente en general, no cumplimiento de lo ofertado, la capacidad de respuesta ante el servicio brindado entre otro. Por ello la investigación se cuestiona en *¿Cómo se podrá mejorar la calidad de los servicios alojamiento para la satisfacción de los clientes que ofrece Hostal Cuyabeno Life?*

En cuanto a los objetivos se menciona que el objetivo general es evaluar la calidad de servicio de alojamiento del Hostal Cuyabeno Life y como objetivos específicos se busca analizar la situación actual del Hostal Cuyabeno Life e identificar los principales aspectos a mejorar en cuanto a la calidad del servicio de alojamiento brindada dentro del establecimiento.

2. Metodología

2.1. Localización

La presente investigación se realizó en el Hostal Cuyabeno Life, cantón Cuyabeno, provincia de Sucumbíos, se ubica al sur del cantón Cuyabeno con coordenadas 0° 7' 8"sur y 76° 20' 49.ºeste, ubicado en Sector La 'Y' y Barrio el Paraíso. Su población es de 7.133 habitantes, tiene una superficie de 3.875 km^2. Tiene un clima tropical húmedo por encontrarse en la Amazonía ecuatoriana como se muestra en la **Figura 1**. Los límites del cantón Cuyabeno;

Al norte con los cantones Lago Agrio y Putumayo.

Al sur los cantones Shushufindi y Aguarico de la provincia de Orellana los cuales les separa el Río Aguarico.

Al este con la frontera de Perú.

Al oeste con los cantones de Shushufindi y Lago Agrio.



Figura 1 | Ubicación del Hostal Cuyabeno Life. Delimitación del área de estudio elaborado por Jhon Conya, 2024

2.2. Tipo y nivel de investigación

2.2.1. La investigación descriptiva cualitativa

Es una metodología de investigación que consiste en recopilar, analizar e integrar tanto investigación cuantitativa como cualitativa. Este enfoque se utiliza cuando se requiere una mejor comprensión del problema de investigación, y que no se podría dar cada uno de estos métodos por separado. Los datos cuantitativos incluyen información cerrada como la que se utiliza para medir actitudes, por ejemplo, escalas de puntuación. (Ortega O, 2021).

El análisis de este tipo de datos consiste en analizar estadísticamente las puntuaciones recopiladas, a través de encuestas, para responder a las preguntas de investigación o probar las hipótesis. Los datos cualitativos son información abierta que el investigador suele recopilar mediante entrevistas, grupos de discusión y observaciones. El análisis de los datos cualitativos (palabras, textos o comportamientos) suele consistir en separarlos por categorías para conocer

la diversidad de ideas reunidas durante la recopilación de datos. (Ortega O, 2021)

El nivel de la investigación es descriptivo, donde (Hernández S. , 2016) nos menciona que este tipo de investigación puntualiza lo fundamental de lo examinado, como las características y perfiles de los clientes, reuniendo información independiente o también de manera conjunta. De acuerdo a esto, en la investigación se describió las características y comportamientos resaltantes de los clientes frente al servicio recibido.

2.3. Diseño de investigación

La presente investigación hace énfasis en la investigación descriptiva, donde (Hernández S. , 2016) menciona que este tipo de investigación puntualiza lo fundamental de lo examinado, como las características y perfiles de los clientes, reuniendo información independiente o también de manera conjunta. De acuerdo a esto, en la investigación se describió las características y comportamientos resaltantes de los clientes frente al servicio recibido.

Aplicando la metodología descriptiva para este proyecto permitió una exploración minuciosa de los detalles asociados con el servicio en cuestión. Al optar por la metodología ServPerf, se diseñó un cuestionario específico que capturó las percepciones del cliente una vez que hubiera concluido su interacción con el servicio. La utilización de la escala Likert, con sus cinco puntos que abarcan desde "totalmente en desacuerdo"hasta "totalmente de acuerdo", ofrece una gama de respuestas que va más allá de una simple categorización, permitiendo a los participantes expresar matices en sus experiencias.

Se aplicó una encuesta a 58 huéspedes escogidos aleatoriamente, ya que por la temporada en que se aplicó la encuesta no era la más segura por el conflicto armado con la inseguridad que vive el país y por la seguridad del establecimiento del Hostal Cuyabeno Life, el encargado mencionó cuantas personas permitiría ser encuestada para que tengan datos factibles en su trabajo de investigación los cuales se escogió aleatoriamente en cuanto al sexo de cada huéspedes, de igual manera se lo realizo con un protocolo muy seguro con el equipo higiene (mascarilla y guantes).

El instrumento a aplicarse es la encuesta que constó de 5 preguntas estructuradas de carácter cualitativa y cuantitativa, con la diferencia que se dividió en algunas directrices que son; Calidad de servicio de alojamiento, fiabilidad, empatía, seguridad y los elementos Tangibles dando como resultado se obtuvo una disposición positiva de los empleados para ayudar, excelente calidad de hospedaje y buena atención al cliente, con un sólido más de la mitad estuvo de acuerdo, contribuye significativamente a la satisfacción del cliente.

La inclusión de la escala Likert se encuentra alineada con enfoques ampliamente conocidos como ServQual y ServPerf, los cuales buscan no solo cuantificar la calidad del servicio, sino también capturar las variaciones y sutilezas en la percepción del cliente. Esta estrategia no solo es una herramienta eficaz para evaluar el rendimiento, sino que también proporciona una base rica para análisis posteriores y áreas de mejora identificadas directamente por la retroalimentación del cliente (Matas, 2018) **Tabla 1**.

Tabla 1 | Escala de Likert y su puntuación

Puntaje	Escala
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Neutro
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

En resumen, la combinación de la metodología descriptiva y cualitativa brinda una perspectiva holística del servicio, desde la evaluación cuantitativa hasta la comprensión enriquecida de las experiencias de los usuarios. Este enfoque integral no solo arroja luz sobre el rendimiento general, sino que también sugiere áreas específicas de mejora y proporciona una base sólida para decisiones informadas y estrategias futuras.

2.4. Operacionalización de variables Modelo SERVPERF

La operacionalización de variables consiste en un conjunto de técnicas y métodos que permiten medir la variable en una investigación, es un proceso de separación y análisis de la variable en sus componentes que permiten medirla. La operacionalización de variables es equivalente a su definición operacional, para manejar el concepto a nivel empírico, encontrando elementos concretos, indicadores o las operaciones que permitan medir el concepto en cuestión (Grajales G, 1999). Es establecer un puente entre los conceptos y las observaciones y actitudes reales. Para (Kerlinger E, 2014) consiste en la transformación de conceptos y proposiciones teóricas en variables concretas.

Este instrumento de medición ha de permitir recoger información relevante para dar respuesta a las preguntas formuladas en el problema de investigación de modo que se puedan probar las hipótesis. Igualmente, esta actividad además de conducir a la elaboración del instrumento, también permite hallar las condiciones para determinar el nivel de medición de las variables y las técnicas estadísticas apropiadas para el análisis de los datos y la prueba de las hipótesis (Sabino P, 2014) **Tabla 2**.

Tabla 2 | Calidad de servicio alojamiento (Modelo Servperf)

Calidad de servicio de alojamiento (Modelo SERVPERF)
Fiabilidad
Servicio y ayuda en el tiempo prometido.
Ayuda atenta a requerimientos y necesidades del cliente.
Buen servicio la primera vez.
Proporcionar sus servicios en el momento que promete hacerlo.
Preocupación por un servicio exento de errores
Capacidad de respuesta
Información acerca de los servicios y la ejecución de estos.
Servicio rápido.
Disposición rápida del trabajador.
El trabajador nunca demasiado ocupado para atender a los clientes.
Empatía
Atención personalizada.
Horarios convenientes para todos los clientes.
Preocupación de la empresa por sus mejores intereses.
Comprensión de las necesidades específicas de los clientes.
Calidad y seguridad
Seguridad y tranquilidad dentro y fuera del hostal.
Seguridad en trámites del hostal
Transmisión de confianza por parte del trabajador.
Integridad del trabajador.
Elementos tangibles
Equipamiento moderno.
Estructura visualmente atractiva.
Apariencia pulcra por parte de los trabajadores.
Folletos y similares visualmente atractivos.

3. Resultados y discusión

3.1. Resultados

El turismo en la actualidad en el Hostal Cuyabeno Life, se ha convertido en una fuente muy importante del ingreso de divisas ya sea por turistas nacionales o extranjeros, ya que Cuyabeno se lo conoce por ser la puerta norte de la Amazonía, en razón de que pocos lugares en el mundo cuentan con una gran riqueza natural y una biodiversidad extraordinaria merecedora de conocerla. Es así que, el Hostal es considerado como territorio intangible ya que se encuentra en un área natural, teniendo innumerables lugares de gran potencial turístico, por ser un lugar turístico de mayor relevancia se hace necesario contar con infraestructura para ofertar un servicio de calidad a los turistas.

El hostal cuenta posee 25 habitaciones, con capacidad para 30 personas, que la mayoría de las habitaciones son familiares, habitaciones individuales, habitaciones de parejas, un área verde en cada parte de del hostal, en cada habitación cuenta con un tv, controles, aire acondicionado, línea de teléfono y wifi. Los cual a diario atiende un promedio de 10 personas, dando un total de 3.650 huéspedes al año. Cuenta con un personal de servicio de 30 personas e las cuales son; esta la del servicio al cliente, administraciones, área de menú, guia de turismo y guardia.

A través de una encuesta detallada, compuesta por 20 preguntas, se llevó a cabo siguiendo la estructura previamente establecida por la herramienta ServPerf. En un enfoque meticuloso, se dividió el cuestionario en cinco dimensiones fundamentales: Elementos tangibles, Empatía, Seguridad, Capacidad de respuesta y Fiabilidad, asignando cuatro preguntas específicas a cada una de estas áreas. La utilización de la escala Likert desempeñó un papel clave en la medición de estas dimensiones, permitiendo a los participantes asignar calificaciones numéricas que abarcaban desde 1 (indicando una percepción muy negativa) hasta 5 (reflejando una percepción muy positiva).

Este enfoque meticuloso no solo facilitó la evaluación cuantitativa de la calidad del servicio, sino que también permitió desglosar y examinar detalladamente diferentes aspectos a través de las diversas dimensiones. Al asignar categorías específicas a cada pregunta, se garantizó una cobertura completa de los elementos críticos del servicio.

Además, la metodología aplicada en este proyecto se caracteriza por su naturaleza mixta. No se limita únicamente a la investigación descriptiva, sino que también incorpora elementos cualitativos y numéricos. La inclusión de aspectos cualitativos se refleja en el análisis detallado de las respuestas, permitiendo una comprensión más profunda de las percepciones y experiencias subjetivas de los participantes. Por otro lado, la recopilación de datos numéricos a través de la escala Likert proporciona una base cuantitativa sólida para el análisis estadístico y la identificación de tendencias y patrones significativos.

Esta metodología integral, al combinar enfoques cualitativos y cuantitativos, ofrece una visión completa y robusta del desempeño del servicio, proporcionando así una base sólida para la toma de decisiones informadas y la formulación de estrategias de mejora.

3.1.1. Resultados por dimensión

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en base cada uno de los objetivos planteados al final de la introducción, cada una de las dimensiones responde a cada objetivo.

3.1.1.1. Elementos tangibles

Los porcentajes obtenidos y las preguntas realizadas en este segmento se detallan a profundidad en la **Tabla 3**, las cuales se realizó en Excel.

Tabla 3 | Resultados Elementos tangibles

Dimensión	Pregunta	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Elementos tangibles	¿Los equipos del hotel tienen la apariencia de ser modernos?				20%	80%
	¿Las instalaciones físicas del hotel son visualmente atractivas?			20%	30%	50%
	¿Los empleados del hotel tienen apariencia prolija?		10%	20%	40%	30%
	¿La apariencia de las instalaciones del hotel está acorde con el servicio ofertado?			10%	30%	60%

El análisis de los datos revela información valiosa sobre la percepción de los encuestados con respecto a diversos aspectos visuales del hotel. En relación con la pregunta sobre si los equipos del hotel tienen la apariencia de ser modernos, un significativo 80% de los encuestados indicó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo. Esta alta proporción sugiere que la percepción de modernidad en los equipos es una fortaleza para el establecimiento.

En cuanto a la estética de las instalaciones físicas del hotel, la distribución de respuestas muestra una diversidad de opiniones. Aunque el 50% está de acuerdo con que son visualmente atractivas, un 30% muestra desacuerdo. Esta variabilidad podría indicar que hay cierta subjetividad en la apreciación de la estética, lo que podría ser explorado más a fondo en futuras investigaciones o análisis cualitativos.

El aspecto de la apariencia personal de los empleados del hotel también se evaluó en la encuesta. Un 40% de los encuestados está de acuerdo en que los empleados tienen una apariencia prolija, mientras que un 30% se muestra en desacuerdo. Este hallazgo sugiere que hay margen para mejorar la percepción de la apariencia del personal, posiblemente mediante iniciativas de uniformidad, presentación personal.

Finalmente, al considerar si la apariencia de las instalaciones del hotel está acorde con el servicio ofertado, un sólido 60% está de acuerdo. Sin embargo, un 30% muestra desacuerdo, señalando una oportunidad para alinear aún más la apariencia física del hotel con las expectativas del servicio.

En conjunto, estos resultados indican áreas específicas de fortaleza y oportunidades de mejora en la dimensión visual del servicio hotelero, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y la implementación de mejoras concretas.

3.1.1.2. Fiabilidad

Los porcentajes obtenidos y las preguntas realizadas en este segmento se detallan a profundidad en la **Tabla 4**, las cuales se realizó en Excel.

Tabla 4 | Resultados Fiabilidad

Dimensión	Pregunta	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Fiabilidad	¿Cuándo en el hotel prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen?			10%	40%	50%
	¿Cuándo usted tiene un problema en el hotel muestran un sincero interés en solucionarlo?				10%	70%
	¿El hotel le parece confiable?		10%	10%	40%	40%
	¿El hotel provee un servicio oportuno?			20%	30%	50%

La dimensión de Fiabilidad, evaluada a través de cuatro preguntas específicas, ofrece una visión detallada sobre la confiabilidad percibida en el servicio proporcionado por el hotel.

En la primera pregunta, que indaga sobre si el hotel cumple con los plazos prometidos, observamos que el 50% de los encuestados está de acuerdo, mientras que un 40% se encuentra en desacuerdo. Este hallazgo podría sugerir posibles desafíos en la gestión de tiempos y plazos comprometidos por parte del hotel, lo cual podría ser un área de mejora a considerar.

En la segunda pregunta, relacionada con la muestra de interés sincero en la resolución de problemas por parte del hotel, se destaca un significativo 70% de acuerdo. Este resultado positivo sugiere que el hotel demuestra un compromiso genuino en abordar y resolver las inquietudes de los huéspedes, fortaleciendo la percepción de fiabilidad.

En la tercera pregunta, que busca evaluar la confiabilidad general del hotel, el 40% de los encuestados está de acuerdo, mientras que un 40% se muestra en desacuerdo. Esta variabilidad en las respuestas indica una percepción mixta sobre la fiabilidad general del hotel, señalando la importancia de investigar más a fondo las razones detrás de estas percepciones divergentes.

La cuarta pregunta, enfocada en la prestación oportuna de servicios por parte del hotel, refleja que el 50% está de acuerdo. Sin embargo, es crucial destacar que un 30% muestra desacuerdo. Esto sugiere que, aunque hay una percepción general de servicio oportuno, existe un porcentaje considerable de encuestados que no comparten esta visión, lo que podría requerir una mayor atención y análisis.

3.1.1.5. Capacidad de respuesta

Los porcentajes obtenidos y las preguntas realizadas en este segmento se detallan a profundidad en la **Tabla 5**, las cuales se realizó en Excel.

La evaluación de la dimensión relacionada con el desempeño de los empleados del hotel arroja información valiosa sobre aspectos clave del servicio al cliente. En la primera pregunta, centrada en la precisión de la información proporcionada por los empleados sobre la duración de cada servicio, se observa un 80% de acuerdo. Este resultado sugiere una fortaleza en la comunicación precisa de los empleados respecto a los tiempos de servicio, lo que contribuye positivamente a la experiencia del cliente.

Tabla 5 | Resultados Capacidad de Respuesta

Dimensión	Pregunta	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Capacidad de respuesta	¿Los empleados del hotel informan con precisión a los clientes cuando concluirá cada servicio?				20%	80%
	¿Los empleados del hotel le sirven con rapidez?		20%	10%	30%	40%
	¿Los empleados del hotel siempre se muestran dispuestos a ayudarle?				40%	60%
	¿Los empleados del hotel suelen estar desocupados para atender sus preguntas?		20%	20%	30%	30%

La segunda pregunta, que indaga sobre la rapidez en el servicio proporcionado por los empleados, revela que el 40% de los encuestados está de acuerdo. Sin embargo, es crucial señalar que un 30% muestra neutralidad, lo que podría indicar que hay una percepción variada sobre la velocidad de atención. Este hallazgo destaca la importancia de explorar más a fondo las expectativas de los clientes en términos de velocidad de servicio.

En la tercera pregunta, relacionada con la disposición de los empleados para ayudar, se destaca un sólido 60% de acuerdo. Este resultado sugiere un aspecto positivo en el servicio, ya que la disposición para ayudar contribuye significativamente a la satisfacción del cliente.

La cuarta pregunta, que evalúa la disponibilidad de los empleados para atender preguntas, muestra un 30% de acuerdo. Sin embargo, también existe un 30% de desacuerdo, lo que indica cierta variabilidad en la percepción de la disponibilidad de los empleados para responder preguntas. Este hallazgo podría señalar áreas específicas que requieren atención, ya que la disponibilidad del personal es esencial para abordar las necesidades y preguntas de los clientes.

3.1.1.6. Seguridad

Los porcentajes obtenidos y las preguntas realizadas en este segmento se detallan a profundidad en la **Tabla 6**, las cuales se realizó en Excel.

Tabla 6 | Resultados de Seguridad

Dimensión	Pregunta	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Seguridad	¿El comportamiento de los empleados del hotel le transmite confianza?		10%		30%	60%
	¿Usted se siente seguro en sus transacciones con los empleados del hotel?		10%	10%	20%	60%
	¿Los empleados del hotel son siempre amables con usted?			20%	30%	50%
	¿Los empleados reciben el adecuado apoyo para realizar bien su trabajo?		10%	20%	30%	40%

La evaluación de la dimensión de Seguridad proporciona una visión integral de la percepción de los encuestados sobre la confianza y la seguridad en sus interacciones con los empleados del hotel. En la primera pregunta, enfocada en si el comportamiento de los empleados transmite confianza, observamos que el 60% de los encuestados está de acuerdo, lo que indica que la mayoría percibe una actitud que genera confianza. Sin embargo, un 30% muestra desacuerdo, señalando una proporción significativa que podría tener preocupaciones sobre el comportamiento del personal. Esto sugiere una oportunidad para investigar más a fondo las razones detrás de estas percepciones divergentes y abordar posibles áreas de mejora.

La segunda pregunta, que aborda la sensación de seguridad en las transacciones con los empleados, destaca un sólido 60% de acuerdo. Este resultado sugiere que la mayoría de los encuestados se siente seguro en sus interacciones financieras con el personal del hotel, lo cual es un aspecto positivo en la dimensión de seguridad.

La tercera pregunta, relacionada con la amabilidad de los empleados, revela que el 50% de los encuestados está de acuerdo. Aunque este es un porcentaje significativo, también se observa un 30% en desacuerdo. Este hallazgo sugiere una variabilidad en la percepción de la amabilidad del personal, lo que podría requerir una evaluación más profunda para comprender las razones detrás de estas percepciones.

En la cuarta pregunta, que se centra en si los empleados reciben el adecuado apoyo para realizar bien su trabajo, se destaca un 40% de acuerdo. Aunque esto indica una proporción significativa que percibe un respaldo adecuado, también se observa un 30% en desacuerdo. Este resultado podría señalar áreas específicas en las que se podría mejorar el respaldo y apoyo al personal.

3.1.1.7. Empatía

Los porcentajes obtenidos y las preguntas realizadas en este segmento se detallan a profundidad en la **Tabla 7**, las cuales se realizó en Excel.

Tabla 7 | Resultados Empatía

Dimensión	Pregunta	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Empatía	¿Los empleados del hotel le dan una atención personalizada?	10%	10%	30%	20%	30%
	¿Los empleados del hotel comprenden sus necesidades?	10%	10%	20%	30%	40%
	¿En el hotel se preocupan por mejorar sus servicios?			20%	40%	40%
	¿El Hotel tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes?		10%		30%	60%

La evaluación de la dimensión de Empatía ofrece una visión detallada de la percepción de los encuestados sobre la atención personalizada, comprensión de necesidades, interés en mejorar servicios y la conveniencia de los horarios de trabajo del hotel. En la primera pregunta, que se enfoca en si los empleados del hotel brindan una atención personalizada, se observa una distribución equitativa de respuestas. Un 30% de los encuestados está de acuerdo, otro 30% en desacuerdo y un 30% se muestran neutral. Este resultado indica cierta variabilidad en la percepción de la atención personalizada, lo que podría requerir una mayor investigación para entender las razones detrás de estas respuestas divergentes.

La segunda pregunta, relacionada con la comprensión de las necesidades por parte de los empleados, revela que el 40% de los encuestados está de acuerdo. Sin embargo, también se observa un 30% en desacuerdo, indicando una percepción mixta en cuanto a la comprensión de las necesidades por parte del personal del hotel. Este hallazgo destaca la importancia de abordar y mejorar la comunicación y empatía con los clientes.

La tercera pregunta, centrada en si en el hotel se preocupan por mejorar sus servicios, muestra un 40% de acuerdo, señalando una conciencia positiva sobre la disposición del hotel para mejorar. Sin embargo, la presencia de un 20% en desacuerdo indica una oportunidad para comunicar y demostrar de manera más efectiva los esfuerzos del hotel en la mejora continua de sus servicios.

En la cuarta pregunta, que evalúa si el hotel tiene horarios de trabajo convenientes, se destaca un 60% de acuerdo. Este resultado sugiere una percepción general positiva en cuanto a la conveniencia de los horarios del hotel, lo cual es un punto fuerte en la dimensión de empatía.Principio del formulario

3.2. Discusión

Se menciona que en el Hostal Cuyabeno Life destaca por cumplir con estándares de calidad, generando una imagen positiva, se aplicó el modelo SERVPERF en conjunto con la escala Likert, se diseñó un cuestionario específico que capturó las percepciones del cliente una vez que hubiera concluido su interacción con el servicio, mediante el cual se revela carencias en el servicio del Hostal. Por consiguiente, se puede aprovechar para transformar los puntos débiles en oportunidades para elevar sus estándares y ofrecer un servicio de excelencia. A través de los datos cuantitativos se obtiene información cerrada como la que se utiliza para medir actitudes.

En cambio, se puede mencionar que esta investigación se centra en hostales del cantón Cuyabeno, como comparación se tomó en cuenta el Hostal Nicky Amazon Lodge Ecuador, la cual para la metodología en evaluar la calidad del servicio que estos brindan a sus clientes a través de la escala de medición Likert, con una evaluación de 3 extensiones (instalaciones, personal y organización), con el fin de ayudar y brindar un buen servicio de alojamiento con esta metodología se realizará mejora en la expansión del hostal haciéndoles saber sobre sus logros y errores. Los hallazgos indican que, en términos generales, la calidad de los servicios prestados por el hostal el Hostal Nicky Amazon Lodge cumple con el nivel de satisfacción del cliente. Sin embargo, tres aspectos del estudio demostraron debilidades: medir la efectividad de la resolución de problemas, medir la velocidad de los servicios y utilizar una base de datos para acortar los tiempos de registro.

Todas ellas se realizaron mediante un método cuantitativo que empleó la escala Likert y se llevó a cabo de forma

presencial. En cuanto a la investigación se utilizó métodos estadísticos al igual que en la investigación de hostal CUYABENO LIFE con la diferencia que en esta investigación el objetivo principal es el fortalecimiento de la actividad turística en el Hostal Nicky Amazon Lodge, aplicando una fórmula de medición de evaluación a través de una entrevista con el dueño. En cambio, al hostal CUYABENO LIFE, se realizó una investigación la cual se recogió los datos a través de una encuesta con los 58 huéspedes, dando como resultado que la disposición positiva de los empleados para ayudar, evidenciada por un sólido 60 % de acuerdo, contribuye significativamente a la satisfacción del cliente. A pesar de esto, la variabilidad en la percepción de la disponibilidad para responder preguntas destaca la necesidad de abordar y mejorar específicamente este aspecto crucial del servicio al cliente. En los dos hostales que pertenecen en el cantón Cuyabeno se mencionó el mismo método de evaluación a través de la escala de Likert que van desde excelente, muy bueno, bueno, regular y pésimo.

4. Conclusiones

El Hostal Cuyabeno Life, oferta el servicio de hospedaje, con baño privado, cuenta de igual manera servicio de desayuno, internet, TV-Cable, en donde el turista encontrara confort y comodidad, de igual manera se determina que pese a tener algunas habitaciones, las mismas no son cubiertas en su totalidad en algunas temporadas, en razón de que el diseño de las habitaciones está para grupos de personas y no necesariamente los turistas, sino también llegan a visitar colegios o universidades y además cuentan con todos los servicios que requieren para que los huéspedes que lleguen realice un tour con el guia de turistas y conozcan el Hostal.

El servicio que se oferta en el Hostal es de un servicio personalizado, con la finalidad de que el cliente se sienta satisfecho, brinda el servicio de hospedaje agregándole al mismo el desayuno a turistas nacionales y extranjeros, cubriendo de esa forma las expectativas de los mismos durante su estadía, satisfaciendo de esa forma las exigencias ofertando un servicio de calidad y a precios accesibles. La alta precisión en la información proporcionada sobre la duración de los servicios refleja una comunicación efectiva por parte del personal, fortaleciendo la percepción positiva del cliente, la diversidad de opiniones en cuanto a la estética de las instalaciones y la percepción de la apariencia personal de los empleados señalan áreas específicas que podrían beneficiarse de iniciativas de mejora ya que la subjetividad en la apreciación estética sugiere la importancia de comprender las preferencias individuales de los clientes.

En cuanto al Hostal Cuyabeno Life se tendría que dar un mantenimiento en forma general para actualizar y modernizar la estética del hostal con modelos de ahora, pero sin que se pierda el encanto que tiene el hostal que son las áreas verdes, de igual manera es importante implementar más equipo de trabajo para que la carga de los trabajadores sea menos y la atención al cliente sea más de calidad otro punto más importante es que se realice una buena campaña de publicidad para atraer a los turistas nacionales y extranjeros, buscar los mejores proveedores, con la finalidad de obtener materiales de calidad y tener una infraestructura de acuerdo a las exigencias de los clientes, con todas estas pautas la estructura interna y externas se modernizara para lo cual incrementaría el promedio diario de los huéspedes que llegan al Hostal Cuyabeno Life.

Contribuciones de los autores

Jhon AnsheloConya Alcocer: Adquisición y análisis de los datos; redactó el manuscrito, aprobó la versión enviada y la versión sustancialmente editada

María JoséAlvarado Samaniego: Concepción del trabbajo; aprobó la versión enviada y la versión sustancialmente editada

Todos los autores aporbaron la version enviada y editada.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

5. Referencias

Andrade P. La actividad hotelera de la cuidad de Manta. Manta: Latina, 2011.

Arruda Q, Araujo T y Castelo W. Sitios donde alojarse con la mejor relación calidad-precio en Sucumbios. Lago Agrio, 2012.

Candela A. Las principales características del sector alojamiento turístico en Ambato. Ambato: Hispana, 2012.

Fonseca P. Hostelerias. Sucumbios: Vol.2, 2014.

Grajales G. Operacionalización de conceptos/variables. Barcelona, España,: Commons Reconocimiento 4.0 Internacional., 1999.

Hernández S. . Calidad de servicios hoteleros . Ambato: Latina, 2016.

Hernández, Fernández y Baptista. Las escalas tipo Likert. Ecuador: Latina, 27 octubre, 2020.

Jorge V. Evaluación de calidad de servicio en el Hotel El Golf. Chiclayo: Titulación, 2019.

Kerlinger E. Operacionalización de conceptos/variables. Barcelona, España,: Commons Reconocimiento 4.0 Internacional., 2014.

Kitchenham P. La calidad es difícil de definir y medir. Ambato, 2016.

Leiva P. los servicios hoteleros deben acompañarse de alojamientos, alimentos, bebidas, eventos, oficinas y locales comerciales y los servicios complementarios que el establecimiento ofrezca. Por consiguiente, en el reglamento de alojamiento turístico MINTUR (2016. Oro, 2016.

Muller, A. La calidad turística en lasatisfacción del cliente en los hoteles del cantón Salinas. Ibarra: Hispana, 2015.

Ortega O. Investigación de mercado. Questionpro. Ecuador: Questionpro, 2021.

Paredes, F. “Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales. Piura: 3ra.ed, 2016.

Rensis Likert. Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. Universidad de Málaga: Edmondson, 2018.

Sabino P. Operacionalización u operativización de conceptos o variables. España: Núñez Flores, 2014.

Sampieri R. Metodología para la investigación en Ciencia Política. MacGraw: Unidad IV, 2019.