

**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**



**CENTRO DE POSTGRADOS**

**MAESTRÍA EN TURISMO: MENCIÓN GESTIÓN DEL  
TURISMO**

Proyecto de innovación presentado para obtener el título de  
Magister en Turismo

TEMA DE INVESTIGACIÓN: INVERSIÓN EN EL SERVICIO  
DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN EL CANTÓN TENA.  
AMAZONÍA – ECUADOR

AUTOR: ING. JAIMAR ANDREA CIFUENTES CAIZA

DIRECTOR DEL PROYECTO: EDISON SEGURA CHÁVEZ  
PH.D.

CO-DIRECTOR DEL PROYECTO: MSc. EDUARDO RUIZ

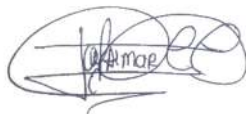
Puyo - Ecuador

2020

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, Jaimar Andrea Cifuentes Caiza con cedula de identidad 1500869969, declaro ante las autoridades educativas de la Universidad Estatal Amazónica, que el contenido del Proyecto de Innovación titulado: “INVERSIÓN EN EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN EL CANTÓN TENA. AMAZONÍA – ECUADOR.”, es absolutamente original, autentico y personal.

En tal virtud y según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente, certifico libremente que los criterios y opiniones que constan en el Proyecto de Investigación y Desarrollo son de exclusiva responsabilidad de la autora; y que los resultados expuestos pertenecen a la Universidad Estatal Amazónica.



Jaimar Andrea Cifuentes Caiza

**C.I. 1500869969**

**AUTORA**

## CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

El tribunal de sustentación del proyecto de innovación certifica que:

El presente trabajo de investigación titulado: “INVERSIÓN EN EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN EL CANTÓN TENA. AMAZONÍA – ECUADOR.”, bajo la responsabilidad de la señora Jaimar Andrea Cifuentes Caiza, ha sido meticulosamente revisado, autorizando su presentación.

### MIEMBROS DEL TRIBUNAL



---

DR. LUIS ARMIÑO AUQUILLA BELEMA  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



---

DRA. YOLANDA LORENA PAREDES ANDRADE  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL 1



---

DRA. CAROLINA BAÑOL PÉREZ  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL 2

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, deseo expresar mi agradecimiento a la Universidad Estatal Amazónica y a sus catedráticos de la Maestría en Turismo, por la dedicación y apoyo que ha brindado a este trabajo, por el respeto a mis sugerencias e ideas y por la dirección y el rigor que ha facilitado a las mismas. Gracias por la confianza ofrecida desde que llegué a este programa de postgrado.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Jaimar Cifuentes Caiza

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de titulación se lo dedico únicamente a mi pequeña Mayré, quien a pesar de su corta edad e inconscientemente ha sido quien me ha apoyado e inspirado a continuar con mis estudios superiores. El tiempo limitado y mis ausencias temporales por estudios han valido la pena.

Jaimar Cifuentes Caiza

## RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES

Esta investigación se llevó a cabo en el cantón Tena, provincia de Napo, para analizar la inversión en el servicio de alojamiento turístico con un método de investigación de medición. Se realizó un análisis estadístico multivariado de 92 establecimientos que ofertan este servicio con 30 variables, que permitieron caracterizar la oferta y la demanda. Se identificó la formalidad existente en los establecimientos turísticos dentro del cantón; se analizó la demanda de alojamiento y a través de regresiones lineales se pudo estimar las posibles inversiones en este sector.

A través del análisis de componentes se logró agrupar y reducir variables para su interpretación. Se establecieron 6 componentes principales: el componente uno explicó el 22,83% de la varianza del sistema; el componente dos representó el 9,04% de la varianza; el componente tres equivale al 8,16% de la varianza; el componente cuatro explicó el 6,11; el componente cinco representó el 5,66% de la varianza del sistema; finalmente el ultimo componente con el 5,22% del componente. Dando como resultado un sistema estadístico explicado con el 57,03% de la varianza total.

La relación entre las variables año e inversión resultó ser directamente proporcional. Dato relevante para identificar futuros escenarios por los prestadores de servicio de alojamiento turístico. Se recomienda la revisión y utilización de esta herramienta que aporta a la gestión del turismo para alcanzar objetivos definidos por la planta hotelera.

**PALABRAS CLAVES:** análisis de componentes, inversión, alojamiento turístico

## ABSTRACT

This research was carried out in the Tena canton, Napo province, to analyze the investment in the tourist accommodation service with a measurement research method. A multivariate statistical analysis of 92 establishments that offer this service and 30 variables was carried out, which allowed characterizing supply and demand. The existing formality in tourist establishments within the canton was identified; The demand for accommodation was analyzed and possible investments in this sector could be estimated through linear regressions.

Through component analysis it was possible to group and reduce variables for their interpretation. Six main components were established: component one explained 22.83% of the variance of the system; Component two represented 9.04% of the variance; component three is equivalent to 8.16% of the variance; Component four explained 6.11; component five represented 5.66% of the variance of the system; finally, the last component with 5.22% of the component. Resulting in a statistical system explained with 57.03% of the total variance.

The relationship between the year and investment variables turned out to be directly proportional. Relevant data to identify future scenarios for tourist accommodation service providers. The review and use of this tool that contributes to the management of tourism is recommended to achieve objectives defined by the hotel plant.

**KEY WORDS:** component analysis, investment, tourist accommodation

## TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I .....	1
1.1 INTRODUCCIÓN .....	1
1.2 PROBLEMA CIENTÍFICO .....	2
1.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.4 OBJETIVOS .....	3
Objetivo General: .....	3
Objetivos Específicos: .....	3
CAPÍTULO II.....	4
2. MARCO TEÓRICO .....	4
2.1. Turismo .....	4
2.2. Caracterización de servicios de alojamiento turístico.....	4
2.3. Funciones del estado para el desarrollo turístico .....	7
2.4. Sistema turístico.....	8
2.5. Validación del instrumento .....	8
2.6. Prueba de Bartlet y el análisis de suficiencia general .....	9
2.7. Análisis multivariado .....	10
2.8. Regresión lineal simple.....	11
CAPÍTULO III.....	12
3.1. Localización.....	12
3.2. Tipo de investigación.....	12
3.3. Métodos de Investigación .....	13
3.4. Tratamiento de datos.....	13
□ Población y tamaño de la muestra.....	13
□ Análisis de datos.....	14
CAPÍTULO IV .....	16
4.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	16
□ Caracterización Del Servicio De Alojamiento Turístico.....	25
□ Determinación de la Demanda de Alojamiento Turístico.....	34
□ Escenarios Posibles de los Establecimientos de Alojamiento turístico .....	39
4.2. DISCUSIÓN .....	43
4.4. RECOMENDACIONES.....	48
BIBLIOGRAFÍA .....	49



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Clasificación de Los Establecimientos de Alojamiento Turístico.....	5
<b>Tabla 2</b>	Categorización de Los Establecimientos de Alojamiento Turístico.....	7
<b>Tabla 3</b>	Interpretación del Coeficiente de Confiabilidad de un Instrumento.....	9
<b>Tabla 4</b>	Clasificación de Actividades Turísticas Registradas en el Catastro Turístico del Ministerio de Turismo. ....	13
<b>Tabla 5</b>	Varianza de los ítems.....	14
<b>Tabla 6</b>	Establecimientos de alojamiento turísticos registrados en el catastro del Ministerio de Turismo.....	16
<b>Tabla 7</b>	Variables con Nivel de Significancia Representativo para el Estudio .....	19
<b>Tabla 8</b>	Varianza de las Variables Explicadas.....	21
<b>Tabla 9</b>	Varianza de Componentes .....	23
<b>Tabla 10</b>	Componentes Relacionados al Comportamiento de la Demanda.....	34
<b>Tabla 12</b>	Lista de Establecimientos de Alojamiento Turístico con sus Respetivos Coeficientes Numéricos.....	39

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b>	Grafica de Sedimentación del Sistema Estadístico .....	23
<b>Figura 2</b>	Grado de Escolaridad de los Empresarios.....	25
<b>Figura 3</b>	Conocimiento del Sistema Turístico.....	26
<b>Figura 4</b>	Tipos de Establecimientos de Alojamiento Turístico. ....	26
<b>Figura 5</b>	Categoría de establecimientos de alojamiento turístico.....	27
<b>Figura 6</b>	<i>Ventas anuales de los establecimientos de alojamiento turístico.</i> .....	27
<b>Figura 7</b>	Número de Empleados de los Establecimientos Turísticos que Ofertan el Servicio de Alojamiento. ....	28
<b>Figura 8</b>	Manejo de Contabilidad en los Establecimientos de Alojamiento Turístico. ....	29
<b>Figura 9</b>	Capital Invertido en la Empresa.....	29
<b>Figura 10</b>	Inversión Realizada a través de Crédito.....	30
<b>Figura 11</b>	Mejoras al establecimiento al momento de reinvertir.....	30
<b>Figura 12</b>	Tiempo de Espera de Resultados .....	31

<b>Figura 13</b> Rango de Edad del Cliente.....	31
<b>Figura 14</b> Porcentaje de Huéspedes que Asisten por Medio de Agencias de Viaje. ....	32
<b>Figura 15</b> Tipo de Habitación que Solicita el Cliente Solicita Frecuentemente.....	32
<b>Figura 16</b> Profesión del empresario.....	33
<b>Figura 17</b> Edad del Empresario .....	33
<b>Figura 18</b> Procedencia del Empresario.....	34
<b>Figura 19</b> .Disposición de utilidades .....	35
<b>Figura 20</b> Modalidad de viaje de los clientes .....	35
<b>Figura 21</b> Plaza de Establecimientos.....	36
<b>Figura 22</b> Porcentaje de huéspedes que asisten por medio de Agencias de viaje. ....	36
<b>Figura 23</b> Género del empresario .....	37
<b>Figura 24</b> Etapa de la Empresa.....	37
<b>Figura 25</b> Procedencia del Cliente.....	38
<b>Figura 26</b> Motivación de Viaje.....	38
<b>Figura 27</b> Factores para Toma de Decisiones.....	43
<b>Figura 28</b> Razón Social de los Establecimientos de Alojamiento Turístico .....	45

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1</b> Componentes del Sistema Turístico según la OMT (2017).....	8
<b>Ilustración 2.</b> Macro y Micro Localización del Cantón Tena .....	12

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1.</b> Matriz de ISHIKAWA.....	2
<b>Anexo 2.</b> Árbol de problemas.....	3
<b>Anexo 3.</b> Encuesta para recopilación de información.....	4

# CAPÍTULO I

## 1.1 INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en un fenómeno social que contribuye a elevar el perfil de un determinado lugar, mostrando al mundo todo lo que se tiene para ofertar. Esta actividad depende de algunos sectores de la economía que lo abastecen de bienes y servicios. Los componentes que intervienen en el desarrollo turístico generalmente están confrontados por intereses de agentes sociales, por eso es importante generar modelos de identificación adecuada de variables y componentes para una gestión sostenible (Ledhesma, 2016).

Esta actividad aporta significativamente a la consecución de los objetivos de desarrollo ya que se ha consolidado como el tercer mayor sector de comercio internacional, con el 10.4% del producto interno bruto (PIB) y responsable de la generación de 313 millones fuentes de trabajo a nivel mundial. (Organización Mundial del Turismo, 2018).

Según el Ministerio del Turismo, Ecuador reporta en el año 2018 un ingreso de 2,4 millones de personas, es decir 51% más que el año anterior. En ese mismo año la balanza turística creció con relación al año anterior y reflejó un saldo positivo de los ingresos frente a los egresos por 1.332,2 millones de dólares, según los datos obtenidos de la balanza de Pagos del Banco Central del Ecuador. (Ministerio de Turismo, 2019).

En el año 2018, el Ministerio de turismo viabilizó la posibilidad de contar con un portafolio de potenciales inversores en el área de alojamiento, logrando consolidar datos relevantes de 37 proyectos plenamente identificados que facilitan información a los potenciales inversionistas. Para el ente rector de la actividad turística la aplicación y desarrollo de estrategias de promoción de forma interna y externa significó al país una inversión 150 millones de dólares (Ministerio de Turismo, 2018).

Así mismo, se encuentra entre los países con mejor desempeño económico de Latinoamérica gracias al apoyo para la inversión productiva privada que permite la generación de empleo de calidad y la reducción en la desigualdad de ingresos. Ecuador reporta un 0,27% de tasa de inflación al mes de diciembre 2018, registrándose como la menor de los países Suramericanos según datos del Banco Central de este país. Además, el índice de Gini que mide

la desigualdad en los ingresos ha permitido determinar que la misma se ha reducido pasando de 0.551 en 2007 a 0.452 en 2018. El sector turístico genera un impacto positivo cuando propicia la creación de microempresas que a la vez se convierten en generadores de diversificando la economía local (PRO ECUADOR, 2019).

Según el portal Turismo en Cifras del Ministerio de Turismo en el año 2018, la llegada de extranjeros al país fue de 2 427.600, existió una contribución directa del 2% del turismo al PIB del Ecuador, el ingreso de divisas estimadas por turismo receptor resultó ser de \$1.043,4. Se registró 134.774 fuentes de empleo en el sector turístico según el catastro nacional provisional (Ministerio de Turismo, 2018). La Ministra de Turismo, en una rueda de prensa manifestó que de enero a julio 2019 la llegada de visitantes creció en un 7,6% en comparación al igual periodo del año anterior (Prado de Holguin, 2019).

La presente investigación analizó la inversión en el servicio de alojamiento turístico en el cantón Tena con la finalidad de contribuir en la futura toma de decisiones de acuerdo a la realidad del cantón en un contexto socio-económico, debido a que actualmente no cuentan con un documento que permita tener una visión más acertada.

Los beneficiarios directos de la investigación son los actuales y potenciales inversionistas, así como también las diferentes autoridades que elaboran políticas públicas en el ámbito turístico, mientras que los beneficiarios indirectos de la investigación serán la población en general y los turistas que visiten el cantón Tena.

## **1.2 PROBLEMA CIENTÍFICO**

Al referirse del turismo como una actividad económica que ayuda a diversificar la oferta de diferentes lugares generando mejores ingresos económicos que aportan a mejorar la calidad de vida, proyectamos una visión subjetiva y poco realista, ya que acarrearán varios factores para que se logre en plenitud dentro de la praxis. La problemática de esta investigación fue identificada mediante dos matrices, las cuales podemos evidenciar en el **Anexo 1 y Anexo 2**.

La escasa información para la toma de decisiones en el ámbito turístico promueve la ejecución de programas y proyectos aislados de la realidad local, por ello se evidencia que no se han determinado de una manera formal los factores que inciden en la toma de

decisiones de los actores públicos y privados en el momento de invertir en el servicio de alojamiento de la ciudad de Tena. El desconocimiento de la existencia de un sistema turístico por parte de los empresarios turísticos ha generado el incremento de la informalidad de los factores en los servicios que ofrecen los establecimientos dedicados a esta actividad.

### **1.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

El análisis de la realidad de la inversión en el servicio de alojamiento turístico en el cantón Tena y su adecuada socialización a los actores permitirá una adecuada toma de decisiones al momento de invertir.

### **1.4 OBJETIVOS**

#### **Objetivo General:**

- Analizar la inversión en el servicio de alojamiento turístico en el cantón Tena para mejorar la toma de decisiones en el sector.

#### **Objetivos Específicos:**

- Caracterizar al servicio de alojamiento de los establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo-Oficina Napo en el año 2019.
- Determinar la demanda de alojamiento en la ciudad de Tena desde la perspectiva del empresario de alojamiento turístico.
- Determinar posibles escenarios de inversión de los establecimientos de alojamiento turístico.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Turismo**

El turismo ha generado impactos positivos y negativos a través del tiempo. Históricamente esta actividad se ha ido transformando según la época, misma que empezó por movimientos migratorios, guerra, religión, comercio, moda, etc.

El turismo son actividades que realizan las personas, además sostiene que para la ejecución de las mismas se requiere de un desplazamiento a un lugar distinto al de su entorno habitual, por menos de un determinado tiempo y por un motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar donde: a) la noción de “entorno habitual” excluye como turísticos los desplazamientos dentro del lugar de residencia habitual y los que tienen carácter rutinario; b) la noción de duración por menos de un determinado tiempo implica que se excluyen las migraciones a largo plazo; c) la noción de “motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado” implica que se excluyan los movimientos migratorios de carácter laboral. (2015)

Es una de las actividades económicas dinámicas que ha ido creciendo y provocando un gran impacto social y económico. Al tener características empresariales y de transversalidad se puede evidenciar su complejidad al momento de definir estudios macroeconómicos.

Este sector no es solo un motor económico para los países “subdesarrollados”, sino que al momento de ejecutar acciones relacionadas al ámbito turístico se convierte en una actividad de generación y redistribución de riquezas.

#### **2.2. Caracterización de servicios de alojamiento turístico**

La caracterización desde el punto de vista investigativo es un tipo de descripción cualitativa construida a partir de datos cuantitativos, con la finalidad de detallar el conocimiento sobre

algo. Es una fase cuyo objetivo principal es identificar procesos, actores, componentes y acontecimientos (Sánchez Upegui, 2010).

El servicio de alojamiento turístico es ofertado por empresas que ofertan hospedaje y se encuentran registrados en el catastro del ente rector denominado Ministerio de Turismo. Estas empresas poseen diferentes tipologías y categorías según los requisitos obligatorios, es importante manifestar que se entiende como alojamiento turístico al conjunto de bienes utilizados para ofertar el servicio de hospedaje temporal, tomando en consideración que puede variar los servicios complementarios según la necesidad del cliente. (Ministerio de Turismo, 2016)

**Tabla 1**

*Clasificación de Los Establecimientos de Alojamiento Turístico*

CLASIFICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO		
Denominación	Siglas	Definición
Hotel	H	Es aquel establecimiento que posee instalaciones para prestar servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado. Debe contar con un mínimo de 5 habitaciones. Proporciona servicios complementarios según su categoría.
Hostal	HS	Es aquel establecimiento con características similares a una casa habitación, brinda servicios de alojamiento turístico y alimentación. Estos establecimientos se pueden denominar como residenciales.
Hostería	HT	Es aquel establecimiento turístico que cuenta con instalaciones para prestar servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas. Debe contar con un mínimo de 5 habitaciones, además de contar con áreas verdes, zonas de recreación y deportes, etc.
Hacienda Turística	HA	Es aquel establecimiento que oferta el servicio de hospedaje pero que sus instalaciones se encuentran

---

CLASIFICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO  
TURÍSTICO

---

Denominación	Siglas	Definición
		localizadas dentro de parajes naturales o zonas cercanas a los poblados. Su edificación puede tener valores históricos con actividades complementarias que permitan el contacto y disfrute con la naturaleza.
Lodge	L	Es aquel establecimiento donde se oferta el servicio de alojamiento ubicado en entornos naturales para mantener la armonía con el medio ambiente. Sirve como enclave para realizar actividades turísticas naturales y culturales.
Resort	RS	Es un complejo turístico cuyas instalaciones han sido implementadas con la final de satisfacer las necesidades de recreación, diversión, deportivas y/o descanso, posee variedad de servicios y los presta en entornos naturales.
Refugio	RF	Este tipo de establecimientos para alojamiento se encuentran generalmente ubicados en montañas o en áreas naturales protegidas.
Campamento turístico	CT	Es aquel establecimiento de alojamiento turístico cuya instalación mínima son de cuartos de baño y aseo compartidos, sus terrenos están debidamente delimitados y adaptados para prestar servicios de recreación y descanso al aire libre.
Casa de Huéspedes	CH	Es aquella vivienda donde su residente ofrece como establecimiento de alojamiento turístico para prestar el servicio de alojamiento en habitaciones privadas donde puede hacer uso de otros servicios complementarios legalmente autorizados.

---

**Fuente:** Elaborado propia a partir de datos obtenidos del (Ministerio de Turismo, 2016)



**Tabla 2***Categorización de Los Establecimientos de Alojamiento Turístico*

CATEGORIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO		
Denominación	Siglas	Categorías Asignadas
Hotel	H	2 estrellas a 5 estrellas
Hostal	HS	1 a 3 estrellas
Hostería	HT	3 estrellas a 5 estrellas
Hacienda Turística	HA	3 estrellas a 5 estrellas
Lodge	L	3 estrellas a 5 estrellas
Resort	RS	4 estrellas a 5 estrellas
Refugio	RF	Categoría única
Campamento turístico	CT	Categoría única
Casa de Huéspedes	CH	Categoría única

**Fuente:** Elaborado propia a partir de datos obtenidos del (Ministerio de Turismo, 2016)

### **2.3. Funciones del estado para el desarrollo turístico**

El Estado es el encargado para garantizar el cumplimiento de los objetivos de desarrollo. Durante la última década, el sector turístico ha sido pilar fundamental en el desarrollo económico del país.

Para fomentar los negocios turísticos el estado debe plantear estrategias que permitan el desarrollo de proyectos de gestión mediante regulaciones, promoción del negocio para mejorar los estándares de calidad, promoviendo una cultura de inversión dentro de un margen de sostenibilidad.

La forma de intervención del mismo para el fomento del crecimiento económico a través de la práctica del turismo y de las inversiones que se dan para esta actividad no es directa, sino a través de la entrega de un marco gerencial económico y de facilidades que se les otorga a los interesados removiendo restricciones y dando facilidades a través de la planificación y la coordinación. (Schulte, 2003)

## 2.4. Sistema turístico

Para abordar el estudio de turismo como actividad económica es necesario hacerlo desde la óptica sistemática. El sistema turístico es la interrelación entre diferentes factores que evolucionan dinámicamente, conformándose en un conjunto de recursos que interactúan entre sí para cumplir un objeto en común. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) el sistema turístico está conformado por: oferta demanda, operadores de mercado y espacio geográfico (Abarca Zaquinaula, s/f).



*Ilustración 1* Componentes del Sistema Turístico según la OMT (2017)

## 2.5. Validación del instrumento

En particular para este estudio se utilizó el método de homogeneidad de las preguntas en su técnica de coeficiente de Alfa de Cronbach, mientras menor sea la variabilidad de respuesta el Alpha será mayor.

**Tabla 3**

Interpretación del Coeficiente de Confiabilidad de un Instrumento

INTERPRETACIÓN DEL COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD DE UN INSTRUMENTO	
Rango	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

**Nota:** Fuente: (Corral, 2009)

Para Lara, E. (2011), la validación es la capacidad del diseño del instrumento de la encuesta, en cuanto al poder medir de manera significativa los resultados que se obtengan y que esta nos lleve a la toma de decisiones correctas. El uso del SPSS, permite realizar una validación cuantitativa, mediante el análisis de fiabilidad utilizando las escalas del instrumento, el grado de confiabilidad está representado por el valor que se determinará en la aplicación del instrumento para demostrar el grado de relación entre los ítems de las preguntas.

La medición de la consistencia interna entre los ítems se lo realizó mediante el procedimiento del alfa de Cronbach, el cual analiza mediante una escala de 0 a 1 siendo los valores aceptables aquellos comprendidos entre 0,7 0,9 mostrando un alto grado de confiabilidad del instrumento.

## 2.6. Prueba de Bartlet y el análisis de suficiencia general

La prueba de Bartlet es probablemente la técnica más utilizada para poner a prueba la homogeneidad de las varianzas, esta técnica es una modificación del test de Neyman y Pearson con la finalidad de “corregir el sesgo”. Se la utiliza para determinar si existe correlación o no entre las variables. Se identifica como dato valido cuando presenta un valor mayor a 0,5 (Montoya Suárez, 2007)

El índice de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) es un análisis que sirve para comparar la magnitud de los coeficientes correlación. Si la medida es igual o superior a 0,5, se procede al análisis

de componentes principales. En el caso de presentar valores inferiores señala que el análisis no debe llevarse a cabo con los datos propuestos para el estudio (Fernandez, 2011).

## **2.7. Análisis multivariado**

Para Arroyo y Borja (2018) el análisis estadístico “se refiere a aquellas técnicas estadísticas que permiten estudiar más de una respuesta de interés. Las variables que conforman esta respuesta múltiple pueden estar correlacionadas entre ellas, tomándose en cuenta tales dependencias cuando se analizan los datos.”

La complejidad de algunas variables y su diversidad hace que el análisis estadístico multivariado sea esencial para encontrar los componentes principales que influyan al momento de la toma de decisiones para invertir dentro de la actividad turística, generando directrices para proponer estrategias.

El método de medición (análisis estadístico multivariado) es la manera más objetiva para encontrar nuevas variables (componentes) y verificar su incidencia ya sea negativa o positiva en las inversiones turísticas.

El análisis estadístico multivariado facilita la posibilidad de explicar las relaciones entre las variables seleccionadas que describen el contexto de la actividad turística en la región de estudio. Esta relación es de causa-efecto utilizando un método causal y explicativo, mismo que se podrá precisar, cuantificar y modelizar.

Una de las técnicas del análisis estadístico multivariado es el de componentes principales que según Uriel & Aldas (2017) es una técnica que analizan la interdependencia de diferentes variables mediante la formulación de nuevas, pero en este caso determinados como componentes, combinaciones lineales de las variables originales. La fusión de estas dos técnicas permite tanto explicar la interrelación entre factores y a su vez describir la parte de mayor vulnerabilidad de un grupo de variables con el menor número posible de componentes.

La actividad turística y la competitividad en el cantón Tena es limitada a pesar de poseer varios recursos y atractivos turísticos, muchas de las inversiones generadas en el lugar de estudio han sido ejecutados empíricamente lo que dificulta que la toma de decisiones sea más adecuada.

## 2.8. Regresión lineal simple

La regresión lineal es una herramienta de uso frecuente estadísticamente. Este análisis permite investigar las relaciones entre dos variables cuantitativas, una dependiente y otra independiente. Estudia la existencia, fuerza y forma de una asociación basada en la aplicación de un modelo para la relación que permite predecir el valor de una variable a partir de otra (Orellana, 2008).

La regresión lineal hace uso de un modelo estadístico lineal de la forma “ $y = a+bx$ ”, donde se utiliza un coeficiente de regresión numérico y una constante. El coeficiente nos proporciona información sobre el comportamiento de la variable “y” en relación a la variable “x”. (Sánchez, 2020)

Para (Carollo Limeres, 2012) las propiedades del coeficiente de correlación son:

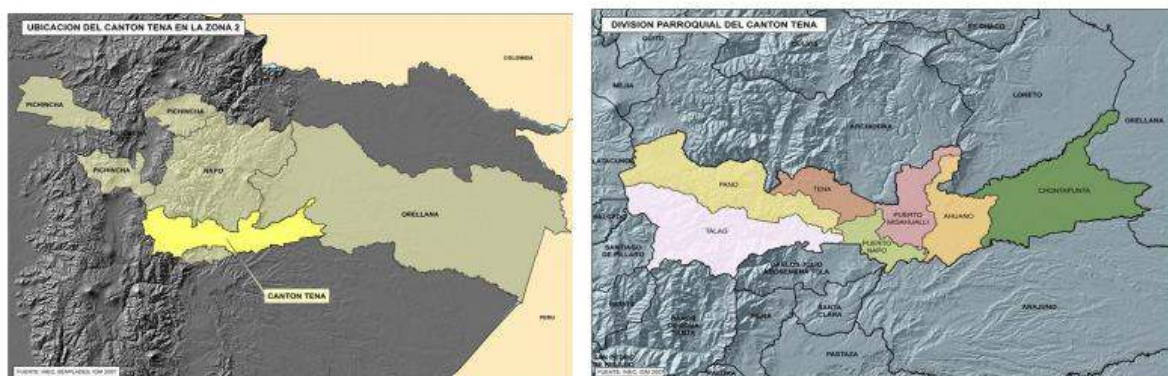
No posee dimensión, sus valores siempre están representados por valores en -1 y 1.

- Si las variables se definen como independientes, se puede decir que  $r=0$ , por lo tanto, “r” valdría 1 siendo así una relación directa ó -1 una relación inversa.
- Si r es mayor a 0, indica que existe una relación directa entre las variables, es decir, que si aumenta la variable X aumentará la variable Y.
- Mientras que, si r es menor a 0, la correlación entre las dos variables es inversa, por lo tanto, si la una variable aumenta la otra disminuirá.

## CAPÍTULO III

### 3.1. Localización

El presente estudio investigativo se realizó en el cantón Tena, capital de la provincia de Napo, ubicado en el centro occidente de la Región Amazónica ecuatoriana. Limita al norte con el cantón Archidona y Loreto; al sur con el cantón Carlos Julio Arosemena Tola, con la provincia de Pastaza y Tungurahua. Representa el 31.3% del territorio de la provincia de Napo, esto equivale a una extensión territorial de 3897.41 km<sup>2</sup>. Ver Ilustración 2. Está conformado por siete parroquias: seis rurales (Ahuano, Puerto Misahuallí, Puerto Napo, Chontapunta, Pano, Tálaga) y una urbana (Tena). Tiene una superficie de 3909,36km<sup>2</sup> (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal de Tena, 2014).



*Ilustración 2.* Macro y Micro Localización del Cantón Tena

Fuente: (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, (SENPLADES), 2011)

### 3.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación fue de forma descriptiva y correlacional; tomando como variables a aquellas que intervienen en el servicio turístico de alojamiento.

### 3.3. Métodos de Investigación

Se aplicó un método de medición mixto (cualitativo y cuantitativo).

Se recopiló información primaria por medio de la aplicación de una encuesta estructurada con preguntas cerradas, aplicadas a los empresarios turísticos y validada por el Alpha de Cronbach.

La información secundaria fue estructurada de la base de datos sobre los pagos del 1 por mil a partir del año 2015 hasta el 2019 de los archivos que reposan en el Ministerio de Turismo – Coordinación zonal 2 – Oficina Napo.

### 3.4. Tratamiento de datos

- **Población y tamaño de la muestra**

El trabajo investigativo se realizó con los administradores y/o propietarios de los 92 establecimientos turísticos evidenciados en la **Tabla 2** del cantón Tena con fecha corte octubre 2019.

#### **Tabla 4**

*Clasificación de Actividades Turísticas Registradas en el Catastro Turístico del Ministerio de Turismo.*

CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS REGISTRADAS EN EL CATASTRO TURÍSTICO DEL MINISTERIO DE TURISMO	
Número	Actividades Turísticas
116	Alimentos y bebidas
92	Alojamiento
6	Centros de turismo comunitario
37	Operación e intermediación
1	Parques y atracciones estables
2	Transporte turístico

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos obtenidos mediante el Ministerio de Turismo (2019).

- **Análisis de datos**

El instrumento **Anexo 3** se estructuró en tres partes: datos personales, datos del establecimiento y datos de la variable de inversión. Esta información permitió caracterizar el servicio de alojamiento existente en el cantón Tena y determinar la demanda actual identificada por parte de los administradores y/o propietarios de los establecimientos de la actividad turística en estudio. El instrumento de recopilación fue validado mediante el método de Alpha de Cronbach a través del uso del procesador estadísticos computacional, IBM SPSS Statistics 22. Algoritmos Chicago: IBM SPSS Inc. Dando como resultado que el instrumento tiene un alto grado de fiabilidad del 0,873, según el análisis de todos los ítems.

Para esta investigación se realizó un análisis estadístico multivariado tomando en cuenta a los 92 prestadores de servicio con 30 variables, de las cuales 3 de ellas no presentaron variabilidad porque su representación fue 0. En la Tabla 5, se enlista las variables definidas para establecer la correlación.

**Tabla 5**

*Varianza de los ítems*

VARIANZA DE LOS ÍTEMS			
	VARIABLES	N	VARIANZA
VAR1	Grado de Escolaridad del empresario	92	0,492
VAR2	Profesión del empresario	92	0,373
VAR3	Edad del empresario	92	0,062
VAR4	Género del empresario	92	0,252
VAR5	Procedencia del empresario	92	0,802
VAR6	Conocimiento del Sistema turístico	92	0,200
VAR7	Tipo de establecimiento	92	0,928
VAR8	Etapas de la empresa	92	0,287
VAR9	Plaza del establecimiento	92	0,843
VAR10	Precio de la habitación	92	0,000
VAR11	Categoría del establecimiento	92	1,292
VAR12	Ventas anuales del establecimiento	92	0,145
VAR13	Número de empleados	92	0,146
VAR14	Razón social	92	0,130



VAR15	Manejo de contabilidad	92	0,501
VAR16	Cómo dispone de las utilidades	92	0,098
VAR17	Porcentaje de huéspedes que llegan por medio de Agencias de viajes	92	0,865
VAR18	Capital invertido en la empresa	92	0,670
VAR19	Actualmente, posee capacidad de inversión	92	0,000
VAR20	Acudió a un crédito el empresario	92	0,172
VAR21	Tipo de crédito	92	0,000
VAR22	Qué mejoraría	92	1,145
VAR23	Tiempo de resultados que espera en la empresa	92	0,426
VAR24	Factor para toma de decisiones	92	0,796
VAR25	Rango de edad del cliente	92	0,702
VAR26	Procedencia del cliente	92	0,226
VAR27	Número de retorno de cliente	92	0,428
VAR28	Modalidad de viaje del cliente	92	0,325
VAR29	Tipo de habitación que solicita el cliente frecuentemente	92	0,847
VAR30	Motivación de viaje del cliente	92	0,128
	N válido (por lista)	92	

**Fuente:** Elaboración propio con datos obtenidos con el procesador estadístico computacional, IBM SPSS Statistics 22. Algoritmos Chicago: IBM SPSS Inc.

En este caso se realizó un análisis descriptivo para encontrar la media, la desviación estándar, y el coeficiente de variación y así poder comparar la representatividad de la media de todas las variables consideradas.

Con la organización de la información en la base de datos se procedió a realizar la prueba de Bartlett para evidenciar la correlación entre las variables. Para localizar el sistema estadístico se calculó correlaciones bivariadas entre par de variables y formar una matriz con todas las relaciones. El análisis de suficiencia general o Kaiser – Meyer – Olkin resultó ser de 0,71, dando continuidad al análisis de 6 componentes principales.

## CAPÍTULO IV

### 4.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se trabajó con una base de datos conformada por 92 sujetos de estudio y 30 variables.

**Tabla 6**

Establecimientos de alojamiento turísticos registrados en el catastro del Ministerio de Turismo

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICOS REGISTRADOS EN EL CATASTRO DEL MINISTERIO DE TURISMO			
Número	Establecimiento de Alojamiento Turístico	Clasificación	Categoría
1	Las dalias	Hostal	3 estrellas
2	Albergue Español	Hostal	1 estrella
3	Jardín Alemán	Lodge	2 estrellas
4	Juan Manuel	Hostal	3 estrellas
5	Hotel bolívar	Hostal	1 estrellas
6	La guayusa	Hotel	2 estrellas
7	Cafetería Bito Onko	Hostal	3 estrellas
8	Cambahuasi	Hostal	1 estrellas
9	Erika	Hostal	1 estrellas
10	Laurita	Hostal	1 estrellas
11	La Colina	Hostal	1 estrellas
12	Jireh	Hostal	3 estrellas
13	Perla del Oriente	Hostal	1 estrellas
14	Los Lirios	Hotel	2 estrellas
15	Sirenis Amazonia	Hostal	1 estrellas
16	D'angelo	Hostal	1 estrellas
17	Oro Azul	Hostal	1 estrellas
18	Shaw	Hostal	1 estrellas
19	Cabañas France Amazonia	Hostal	1 estrellas
20	Hostería Rio Napo	Hostería	3 estrellas
21	La Posada	Hostal	1 estrellas
22	Cabañas Restaurant Victoria	Hostería	3 estrellas

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICOS REGISTRADOS EN EL  
CATASTRO DEL MINISTERIO DE TURISMO

Número	Establecimiento de Alojamiento Turístico	Clasificación	Categoría
23	Centro de Recreación Ecológico Misahualli	Hostería	1 estrellas
24	Dulce Daniela	Casa de huéspedes	Única
25	A Welcome Break Hostal	Hostal	1 estrellas
26	Hostal Brisas del Rio	Hostal	2 estrellas
27	Christian Resort	Hotel	1 estrellas
28	Hostería Tena Ñauí	Hostal	1 estrellas
29	Pakay	Hostal	1 estrellas
30	Pension Diamante Oriental	Hostal	1 estrellas
31	Magdalena de Bravo's	Hostal	1 estrellas
32	Itamandi Eco Lodge	Hostería	3 estrellas
33	Joya de la Selva	Hotel	3 estrellas
34	Español	Hostal	1 estrellas
35	Cabañas Pimpilala	Hostería	3 estrellas
36	Cabañas Liana Lodge	Hostería	3 estrellas
37	Rancho Isla Canela	Hostería	3 estrellas
38	Hamadryade	Hostería	4 estrellas
39	Yacumaecolodge	Hostería	3 estrellas
40	Kindy Wasy & Restaurante	Lodge	3 estrellas
41	Cabañas Suchi Pakari	Hostería	3 estrellas
42	La Casa del Suizo	Hostería	4 estrellas
43	Napusamai Pasourcu Lodge-Tena	Hostería	3 estrellas
44	Jungle Roots	Campamento turístico	Única
45	Samana Wasi	Hostería	3 estrellas
46	River Spot	Hostería	3 estrellas
47	Banana Cabañas	Hostal	2 estrellas
48	Cabañas Chuquitos	Hostería	4 estrellas
49	Tucán Real	Hostal	2 estrellas
50	Canela	Hostal	3 estrellas
51	Tropical House	Hostal	1 estrellas
52	"Araza"	Hostal	1 estrellas
53	Los Angeles	Hostal	3 estrellas
54	Gran Sumaco	Hostal	2 estrellas

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICOS REGISTRADOS EN EL  
CATASTRO DEL MINISTERIO DE TURISMO

Número	Establecimiento de Alojamiento Turístico	Clasificación	Categoría
55	Los Yutzos	Hotel	2 estrellas
56	Austria	Hostal	1 estrellas
57	Piedra Dorada	Hostería	3 estrellas
58	Sumak Sisa	Hostal	1 estrellas
59	Terra Luna	Hostería	4 estrellas
60	Hotel-Caribe	Hotel	2 estrellas
61	Rio Tena	Hostal	1 estrellas
62	Los Helechos	Hostería	1 estrellas
63	Yana Watsaru	Hostal	1 estrellas
64	Cabañas Valle Encantado	Hostería	3 estrellas
65	Arahuana Jungle	Resort	5 estrellas
66	Hotel Cruscaspi	Hotel	3 estrellas
67	Yasuní	Hostal	1 estrella
68	Refugio en la Selva	Hostal	1 estrellas
69	Loren's	Hostal	2 estrellas
70	Bambú	Hostal	1 estrellas
71	Complejo Turístico las Heliconias	Hostería	3 estrellas
72	El Paisano	Hostal	1 estrellas
73	Arajuno Jungle	Hostería	3 estrellas
74	Residencial Limon-Cocha	Hostal	1 estrellas
75	Salamandras	Hotel	3 estrellas
76	Hotel Pumarosa	Hostal	1 estrellas
77	Anaconda Ecuador	Hostería	5 estrellas
78	Kayak Hostal Ecuador	Hostal	1 estrellas
79	Ally Kawsay	Hostal	1 estrellas
80	Cleelkars	Hostal	3 estrellas
81	Villa Belén	Hostal	1 estrellas
82	La Casa del Abuelo	Hostal	2 estrellas
83	Indiyana	Hostal	1 estrellas
84	Cristhian's Palace	Hotel	2 estrellas
85	El Encanto de Pimpilala	Lodge	3 estrellas
86	Flor de Canela	Hotel	3 estrellas
87	Los Anturios	Hostal	1 estrellas

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICOS REGISTRADOS EN EL  
CATASTRO DEL MINISTERIO DE TURISMO

Número	Establecimiento de Alojamiento Turístico	Clasificación	Categoría
88	Gold	Hostal	1 estrellas
89	La Casa de Madera	Casa de huéspedes	Única
90	Hostal Lemans	Hostal	1 estrellas
91	Selina Tena	Hostal	2 estrellas
92	Hotel Amazon Green	Hotel	2 estrellas

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del Ministerio de Turismo (2019).

El análisis estadístico multivariado permitió reducir la dimensión de las 30 variables originando otras que están interrelacionadas a través de componentes principales. Para establecer los componentes principales debe existir variabilidad, como se visualiza en la **Tabla 5**, es por ello que una vez obtenida la base de datos sobre los estadísticos descriptivos se estableció que tres variables tenían desviación estándar de cero, mismas que fueron omitidas para el estudio.

**Tabla 7**

Variables con Nivel de Significancia Representativo para el Estudio

Variables	VARIABLES CON NIVEL DE SIGNIFICANCIA REPRESENTATIVO PARA EL ESTUDIO		
	Media	Desviación Estándar	N De Análisis
Grado de Escolaridad del empresario	2,2391	0,70117	92
Profesional del empresario	2,0217	0,61086	92
Edad del empresario	2,9348	0,24826	92
Género del empresario	1,5326	0,50167	92
Procedencia del empresario	2,9891	0,89559	92
Conoce del Sistema turístico	1,7283	0,44729	92
Tipo de establecimiento	3,5761	0,96344	92
Etapa de la empresa	2,9022	0,53575	92
Plaza del establecimiento	1,7609	0,91831	92
Categoría del establecimiento	4,0652	1,13684	92
Ventas anuales del establecimiento	1,1739	0,38111	92
Número de empleados	1,087	0,38236	92

VARIABLES CON NIVEL DE SIGNIFICANCIA REPRESENTATIVO PARA EL  
ESTUDIO

Variables	Media	Desviación Estándar	N De Análisis
Razón social del establecimiento	1,1522	0,36116	92
Manejo de contabilidad	2,0652	0,70795	92
Cómo dispone de las utilidades	2,0326	0,31277	92
Porcentaje de huéspedes que llegan por medio de Agencias de viajes	1,5543	0,93013	92
Capital invertido en la empresa	2,5109	0,81866	92
Acudió a un crédito	1,7826	0,41473	92
Qué mejoraría al reinvertir	2,2283	1,07011	92
Tiempo de resultados que espera en la empresa	1,9457	0,65237	92
Factor para toma de decisiones	2,0761	0,89238	92
Rango de edad del cliente	4,6087	0,83806	92
Procedencia del cliente	1,337	0,47526	92
Número de retorno de cliente	1,9891	0,65456	92
Modalidad de viaje del cliente	2,9348	0,57041	92
Tipo de habitación que solicita el cliente frecuentemente	2,7935	0,92032	92
Motivación de viaje del cliente	1,1196	0,35834	92

**Fuente:** Elaboración propio con datos obtenidos con el procesador estadístico computacional, IBM SPSS Statistics 22. Algoritmos Chicago: IBM SPSS Inc.

En la Tabla 7, se estima que con el 57,03% de varianza el sistema puede ser explicado, por lo tanto, para el presente estudio se establece 6 componentes principales.

**Tabla 8**

Varianza de las Variables Explicadas

VARIANZA DE LAS VARIABLES EXPLICADAS									
Componente	Autovalores Iniciales			Sumas de Extracción de Cargas al Cuadrado			Sumas de Rotación de Cargas al Cuadrado		
	<u>Total</u>	<u>% de</u>	<u>%</u>	<u>Total</u>	<u>% de</u>	<u>%</u>	<u>Total</u>	<u>% de</u>	<u>%</u>
		<u>Varianza</u>	<u>Acumulado</u>		<u>Varianz</u>	<u>Acumul</u>		<u>Varianz</u>	<u>Acumula</u>
				<u>a</u>	<u>ado</u>		<u>a</u>	<u>do</u>	
1	6,163	22,826	22,826	6,163	22,826	22,826	5,330	19,743	19,743
2	2,439	9,035	31,861	2,439	9,035	31,861	2,456	9,097	28,840
3	2,204	8,164	40,025	2,204	8,164	40,025	2,273	8,417	37,257
4	1,650	6,113	46,138	1,650	6,113	46,138	1,895	7,017	44,274
5	1,528	5,660	51,798	1,528	5,660	51,798	1,823	6,754	51,027
6	1,411	5,227	<b>57,025</b>	1,411	5,227	57,025	1,619	5,997	57,025
7	1,270	4,703	61,728						
8	1,118	4,140	65,867						
9	1,082	4,008	69,875						
10	0,929	3,440	73,316						
11	0,821	3,041	76,356						
12	0,786	2,911	79,268						
13	0,660	2,444	81,711						
14	0,636	2,356	84,068						
15	0,574	2,127	86,195						

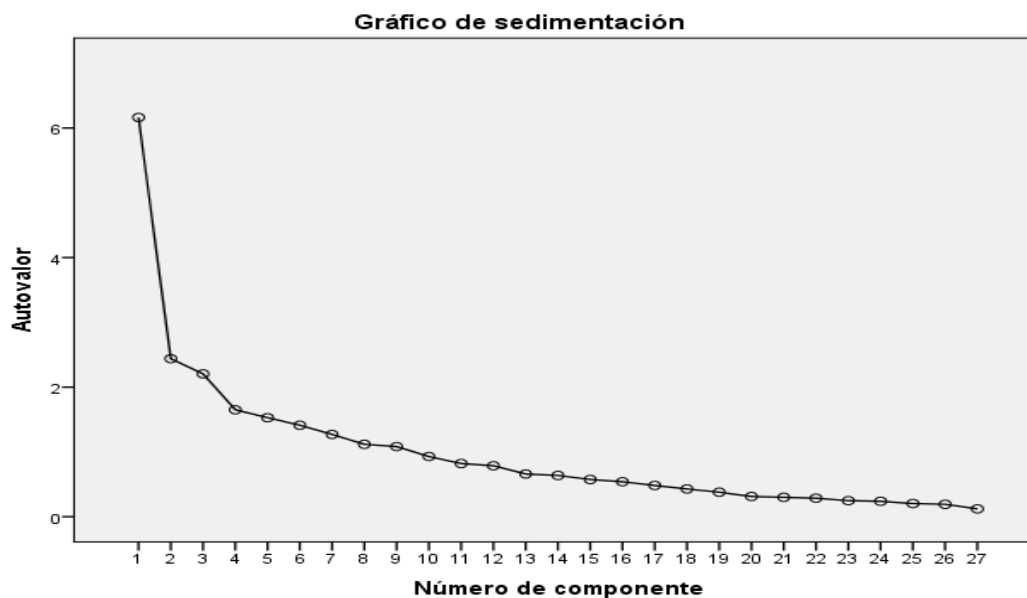
## VARIANZA DE LAS VARIABLES EXPLICADAS

Componente	Autovalores Iniciales			Sumas de Extracción de Cargas al Cuadrado			Sumas de Rotación de Cargas al Cuadrado		
	Total	% de	%	Total	% de	%	Total	% de	%
		Varianza	Acumulado		Varianza	Acumulado		Varianza	Acumulado
16	0,540	2,001	88,196						
17	0,483	1,787	89,983						
18	0,428	1,585	91,568						
19	0,378	1,399	92,967						
20	0,312	1,156	94,123						
21	0,299	1,109	95,232						
22	0,286	1,061	96,293						
23	0,248	0,917	97,209						
24	0,238	0,882	98,091						
25	0,203	0,753	98,844						
26	0,191	0,709	99,553						
27	0,121	0,447	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Posteriormente, se procede a presentar la gráfica de sedimentación donde evidentemente se observa los 6 componentes que conforman el sistema estadístico a analizar.





**Figura 1.** Grafica de Sedimentación del Sistema Estadístico

En la Figura 1, se evidencia que a partir del componente 7 el nivel de significancia empieza a disminuir presentando una leve varianza. Por lo tanto, se valida el análisis mediante los 6 componentes propuestos en la **Tabla 7**.

**Tabla 9**

Varianza de Componentes

VARIANZA DE COMPONENTES						
VARIABLES	COMPONENTES					
	1	2	3	4	5	6
Grado de Escolaridad	<b>0,520</b>	0,257	0,424	-0,188	0,122	0,004
Profesional	-0,303	0,041	0,192	-0,071	<b>0,573</b>	0,002
Edad	-0,057	0,017	0,074	0,314	<b>0,440</b>	0,257
Género	0,128	0,180	<b>-0,425</b>	0,329	0,039	-0,039
Procedencia	0,046	<b>0,464</b>	-0,200	0,118	0,543	-0,057
Sistema turístico	<b>-0,781</b>	-0,071	0,130	-0,009	0,186	-0,183
Tipo de establecimiento	<b>0,527</b>	-0,179	-0,102	0,127	0,284	-0,351
Etapas de la empresa	-0,102	0,243	<b>0,598</b>	-0,055	0,316	0,179
Plaza del establecimiento	0,338	<b>-0,367</b>	0,354	0,044	0,154	-0,247
Categoría del establecimiento	<b>-0,568</b>	0,042	-0,027	-0,380	-0,225	0,323
Ventas anuales del establecimiento	<b>0,674</b>	-0,043	0,023	0,275	-0,004	0,226

Número de empleados	<b>0,469</b>	-0,300	0,120	0,096	-0,070	-0,209
Razón social	0,383	-0,114	0,205	0,150	-0,221	<b>0,481</b>
Manejo de contabilidad	<b>-0,794</b>	-0,082	0,028	0,080	0,084	-0,006
Cómo dispone de las utilidades	0,001	<b>0,590</b>	0,464	-0,024	-0,210	-0,348
Porcentaje de huéspedes que llegan por medio de Agencias de viajes	0,462	<b>0,470</b>	0,361	0,148	-0,180	-0,079
Capital invertido en la empresa	<b>0,709</b>	-0,238	0,014	0,020	0,321	0,123
Acudió a un crédito	<b>-0,609</b>	0,192	-0,167	0,143	0,000	-0,093
Qué mejoraría	<b>0,581</b>	0,455	0,002	-0,116	-0,175	-0,150
Tiempo de resultados que espera en la empresa	<b>0,765</b>	-0,137	0,049	-0,120	0,177	0,147
Factor para toma de decisiones	0,006	0,176	0,046	-0,503	0,147	<b>0,518</b>
Rango de edad del cliente	<b>0,679</b>	-0,147	0,008	-0,197	-0,132	0,124
Procedencia del cliente	0,130	0,487	<b>-0,607</b>	0,156	-0,005	0,212
Número de retorno de cliente	<b>0,577</b>	0,243	-0,306	0,224	-0,050	-0,011
Modalidad de viaje del cliente	-0,163	<b>-0,666</b>	0,088	0,397	-0,116	0,147
Tipo de habitación que solicita el cliente frecuentemente	0,270	-0,299	-0,156	<b>-0,553</b>	0,007	-0,327
Motivación de viaje del cliente	-0,267	0,111	<b>0,567</b>	0,456	-0,220	0,091

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Según la Tabla 9, se presentan las variables que tuvieron valores de pesos superiores a 0,5, suficiente para identificar variables en cada componente seleccionada. según (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2016).

En la Tabla 8 se explica que el sistema estadístico para esta investigación se confirma por 6 componentes, cada uno conformado por un grupo de variables, como se detalla a continuación:

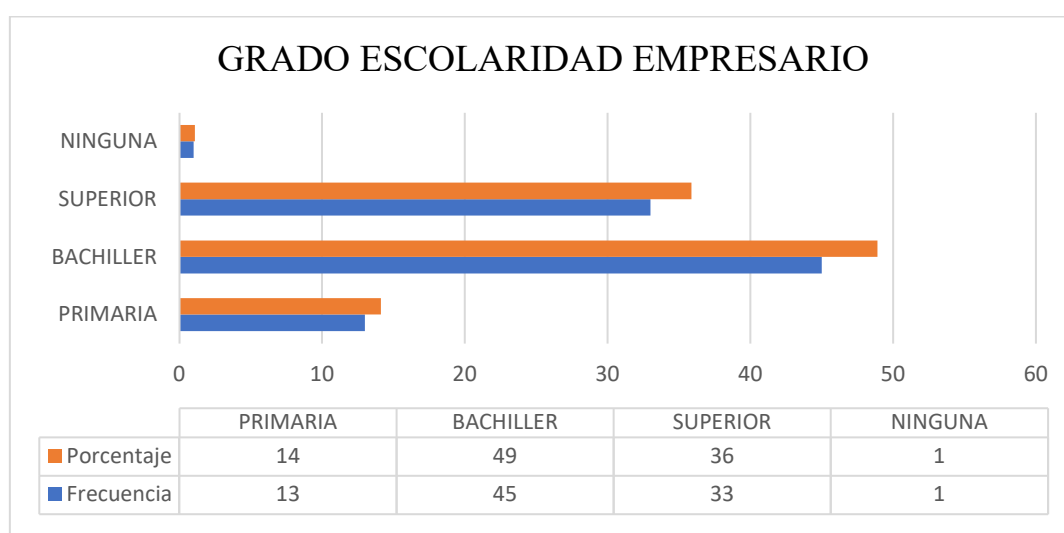
1. Componente 1: Grado de Escolaridad del empresario, Desconocimiento del Sistema turístico, Tipo de establecimiento, Categoría del establecimiento, Ventas anuales del establecimiento, Número de empleados, Manejo de contabilidad, Capital invertido en la empresa, Acudió a un crédito para invertir, Qué mejoraría al momento de reinvertir, Tiempo de resultados que espera en la empresa, Rango de edad del cliente, Número de retorno de cliente

2. Componente 2: Procedencia del empresario, Cómo dispone de las utilidades el empresario, Modalidad de viaje del cliente, Plaza del establecimiento (camas), Porcentaje de huéspedes que llegan por medio de Agencias de viajes
3. Componente 3: Género del empresario, Etapa de la empresa, Procedencia del cliente, Motivación de viaje del cliente
4. Componente 4: Tipo de habitación que solicita el cliente frecuentemente
5. Componente 5: Profesión del empresario, Edad del empresario
6. Componente 6: Razón social de la empresa, Factor para toma de decisiones

### • Caracterización Del Servicio De Alojamiento Turístico

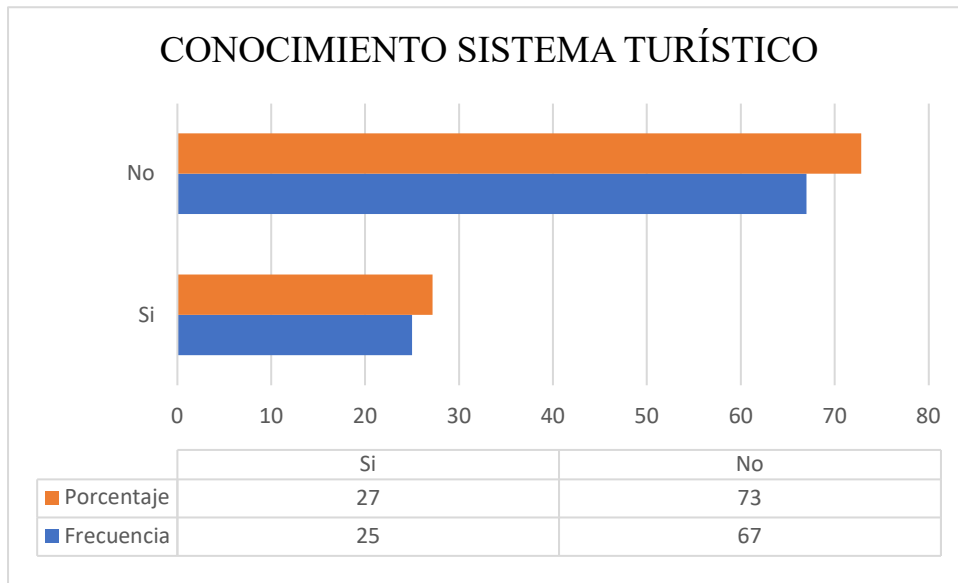
Para la caracterización del servicio de alojamiento se correlacionó las variables utilizando el método de medición procediendo al análisis multivariado donde se estableció según el sistema tres componentes: 1, 4 y 5. El estudio de investigación se enfocó en los establecimientos registrados legalmente dentro del cantón Tena, tomando en consideración los ubicados tanto en la zona urbana como rural.

Según los datos obtenidos del Ministerio de Turismo – Oficina Napo en la actividad de alojamiento turístico en el cantón Tena existen 92 establecimientos registrados en el catastro con fecha corte octubre 2019. Evidenciándose así un total de 1641 habitaciones y 4032 plazas.



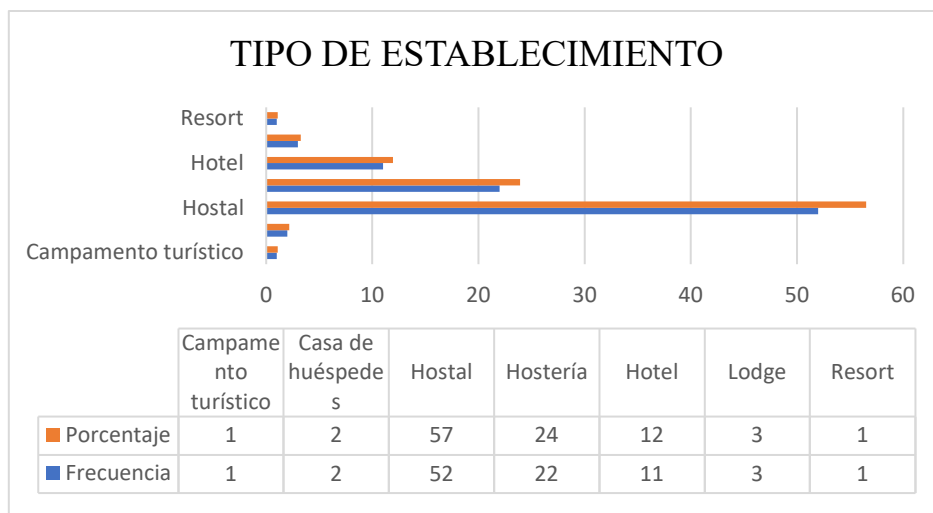
**Figura 2** Grado de Escolaridad de los Empresarios

Según los datos obtenidos, se puede evidenciar en la Figura 2, que entre los grados de instrucción Bachiller y Superior poseen una diferencia del 13% siendo los de mayor ponderación. Mientras que el 14% de los inversionistas poseen un nivel de instrucción primaria y finalmente el 1% corresponde a los que no han tenido acceso alguno a la educación formal.



**Figura 3** Conocimiento del Sistema Turístico.

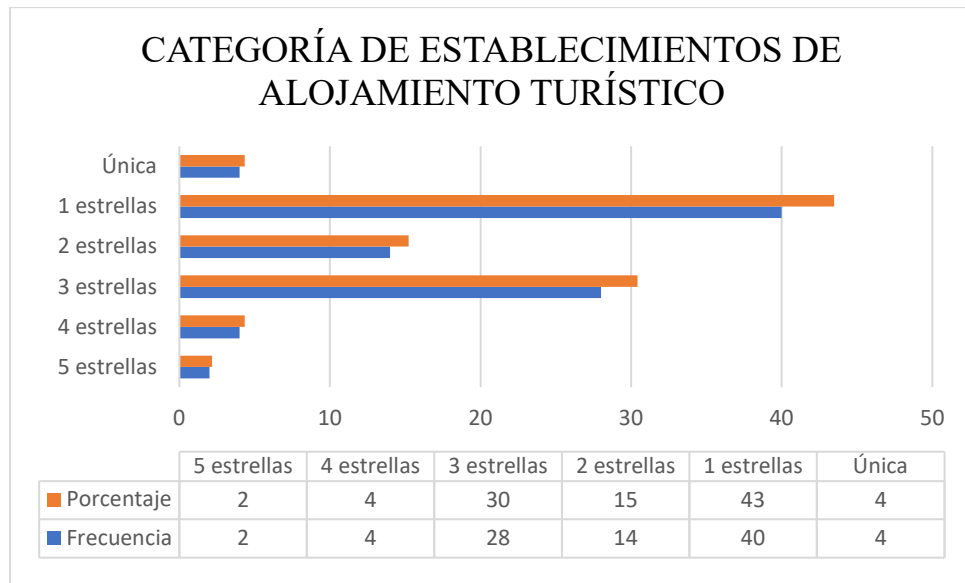
El sistema turístico es tema esencial para la gestión del turismo, pero se evidencia que en el cantón Tena el 73% desconoce sobre la existencia y el 27% está informado sobre este tema.



**Figura 4** Tipos de Establecimientos de Alojamiento Turístico.

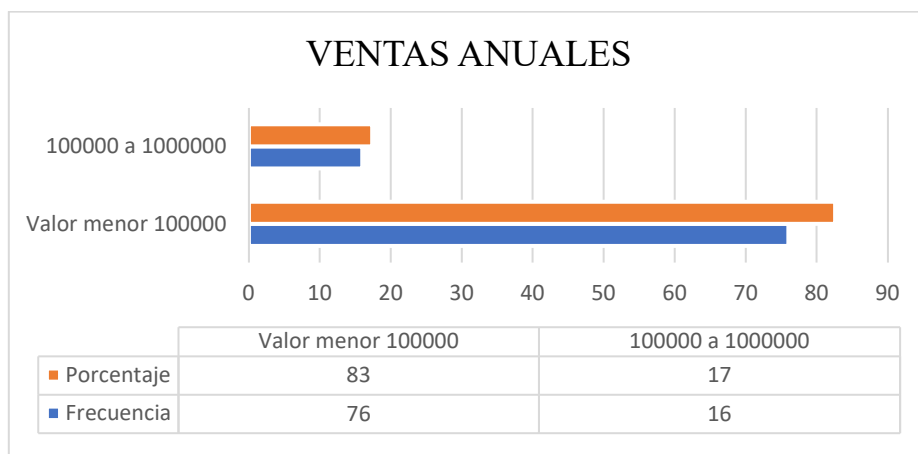
Según la información representada en la Figura 4, el 57% de establecimientos turísticos que ofertan el servicio de alojamiento son Hostales, el 24% son hosterías, el 12% hoteles y 7%

entre lodge, casa de huéspedes, resort y campamento turístico. Por la característica de la zona de estudio es más evidente que los inversionistas prefieren implementar sus edificaciones en lugares que permita mayor contacto con la naturaleza.



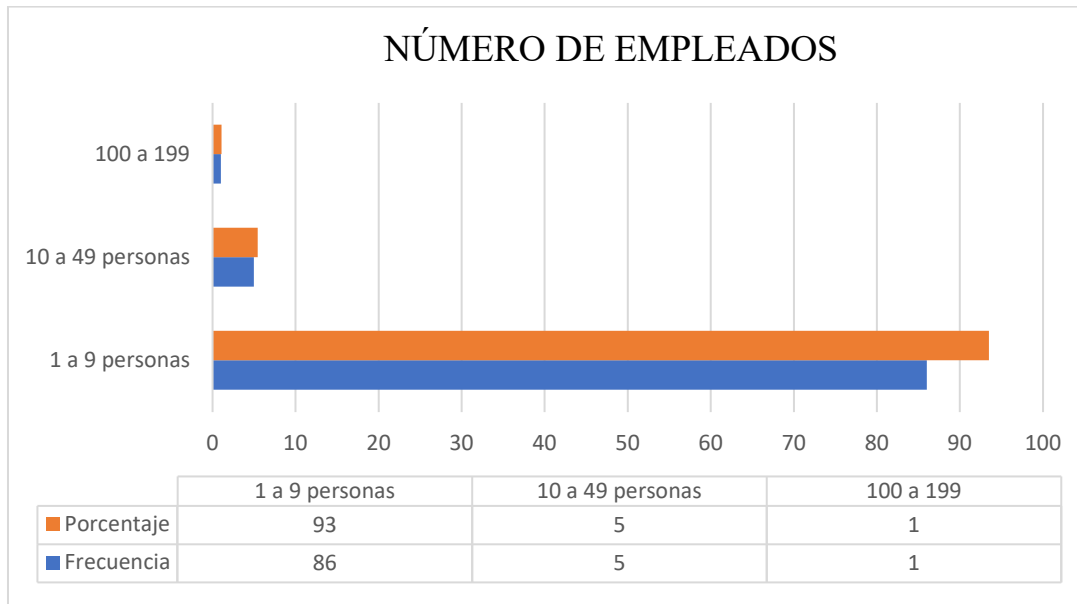
**Figura 5** Categoría de establecimientos de alojamiento turístico

En la Figura 5, la categoría de los establecimientos de alojamiento turística con mayor ponderación es de 3 estrellas, quiere decir, que el servicio de alojamiento cumple con un número considerable de requisitos obligatorios exigidos por el ente rector plasmado en la documentación pública (*Ministerio De Turismo, 2016*). La categoría varía según la tipología del establecimiento. El 4% de establecimiento tiene categoría Única a la cual pertenecen los campamentos turísticos y casa de huéspedes existentes en el cantón.



**Figura 6** Ventas anuales de los establecimientos de alojamiento turístico.

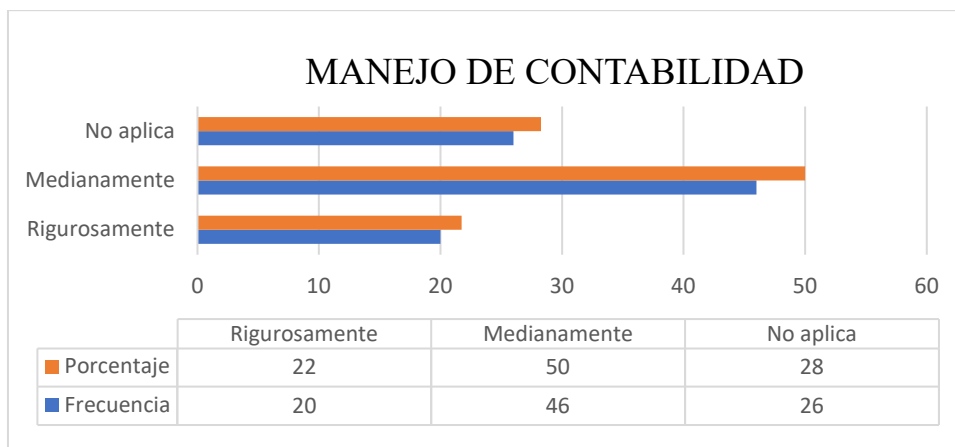
Los datos reflejados en la Figura 6, permitió determinar el tipo de empresa según su tamaño por el volumen de ventas anuales, siendo el 83% pequeñas empresas y el 16% microempresas.



**Figura 7** Número de Empleados de los Establecimientos Turísticos que Ofertan el Servicio de Alojamiento.

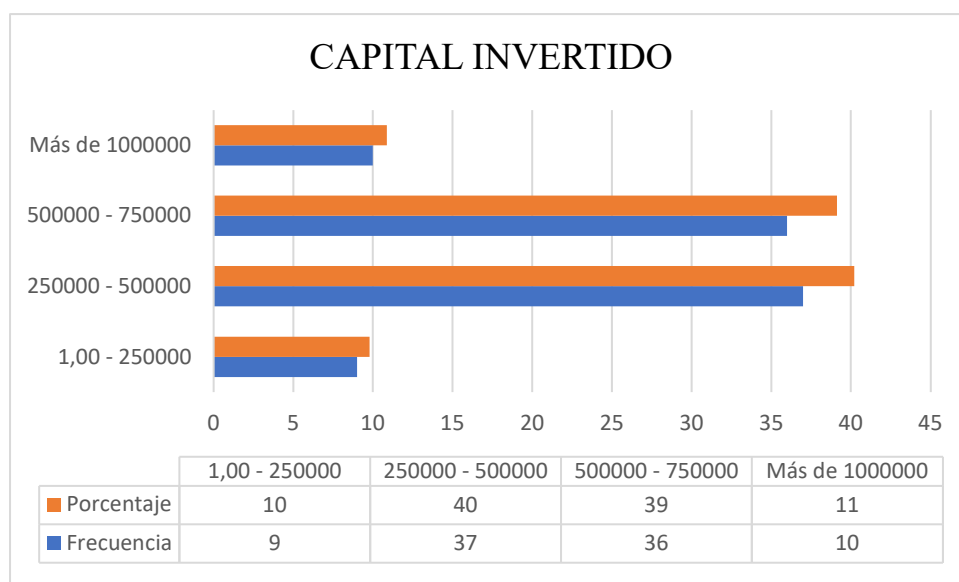
La variable número de empleados tiene relación con la variable ventas anuales, permite validar la confiabilidad de la respuesta para determinar el tamaño de la empresa, pero al determinar que el 93% de las empresas tienen de 1 a 9 personas, según la Superintendencia de compañías, este número es para microempresas siendo el mayor porcentaje en la Figura 6 las pequeñas empresas, el 5% prácticamente reflejan pertenecer a pequeñas empresas según su número y el 1% a medianas empresas tipo B.

Estos datos son muy interesantes ya que refleja la realidad local, tomando en cuenta que muchos de los empresarios que invierten en alojamiento turístico trabaja con un número pequeño de integrantes y/o empleados siendo muchos de ellos familiares, como muchos de ellos manifestaron como argumentación a su respuesta extraoficialmente.



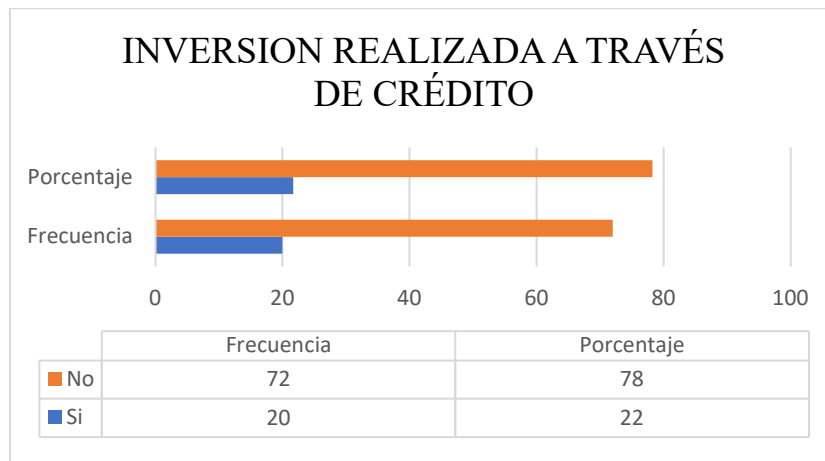
**Figura 8** Manejo de Contabilidad en los Establecimientos de Alojamiento Turístico.

En cuanto al manejo de contabilidad en las empresas de alojamiento turístico, según datos proporcionados por los inversionistas el 50% de los involucrados manejan medianamente temas de contabilidad en sus establecimientos, el 28% ha decidido por no aplicar estrategias de contabilidad por falta de tiempo y de interés, mientras que el 22% lo realiza rigurosamente para garantizar un control de ingresos y egresos, este último resultado se puede evidenciar en la Figura 24, donde el 71% ha logrado llegar a la etapa de madurez por un manejo contable dentro de sus administraciones.



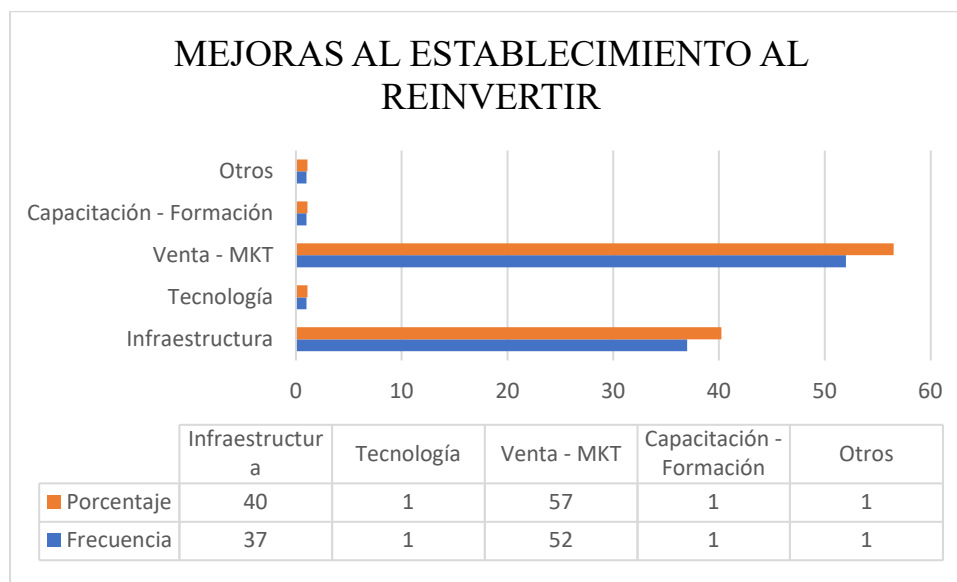
**Figura 9** Capital Invertido en la Empresa

Según la Figura 9, el 40% de los empresarios ha invertido entre 250000 a 500000 dólares americanos, el 39% ha optado por \$500000 a 750000, el 11% ha empezado con sus negocios con más de \$1000000, y el valor más bajo de inversión equivale al 10%.



**Figura 10** Inversión Realizada a través de Crédito

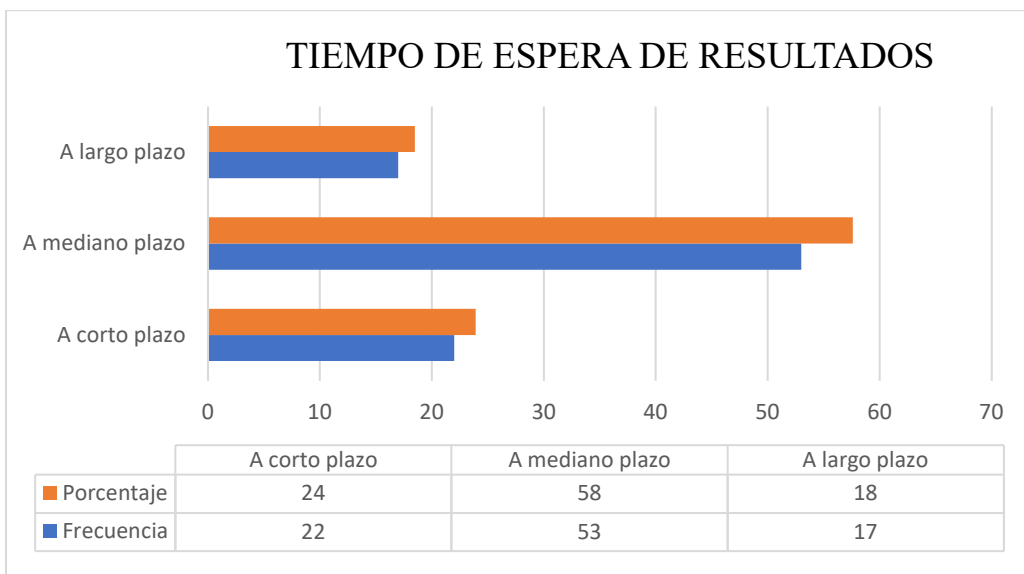
El 78% de los inversionistas han accedido a créditos para poder crear sus empresas que actualmente prestan el servicio de alojamiento turístico, mientras que el 22% han realizado por otros medios.



**Figura 11** Mejoras al establecimiento al momento de reinvertir

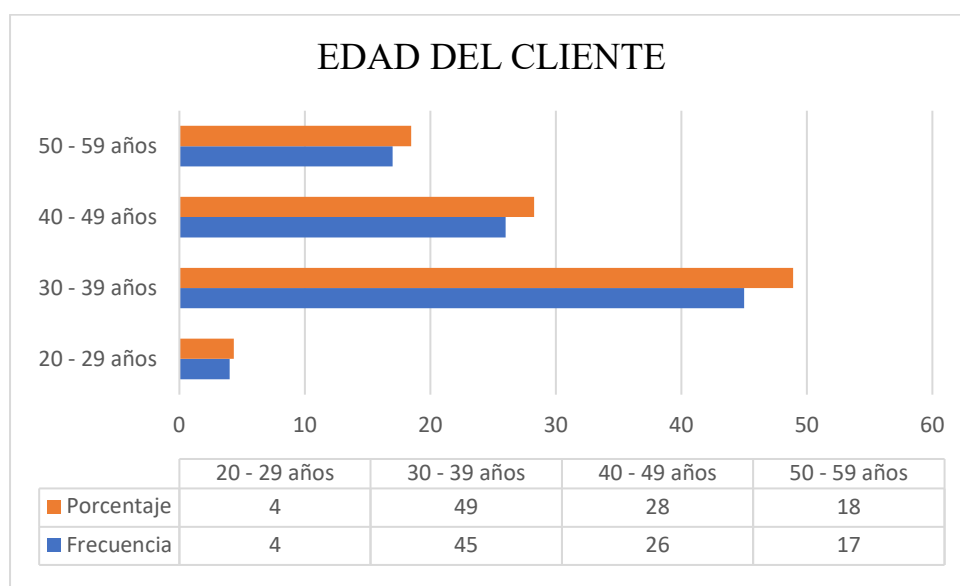
En la Figura 11, es fácil evidenciar que los dos componentes de prioridad para los empresarios al momento de reinvertir es la Venta – MKT y la infraestructura siendo estos el 57% y 37% de la totalidad. Mientras que los componentes de menor prioridad son: tecnología, capacitación-formación y otros, resultado un equivalente individual del 1% cada uno.





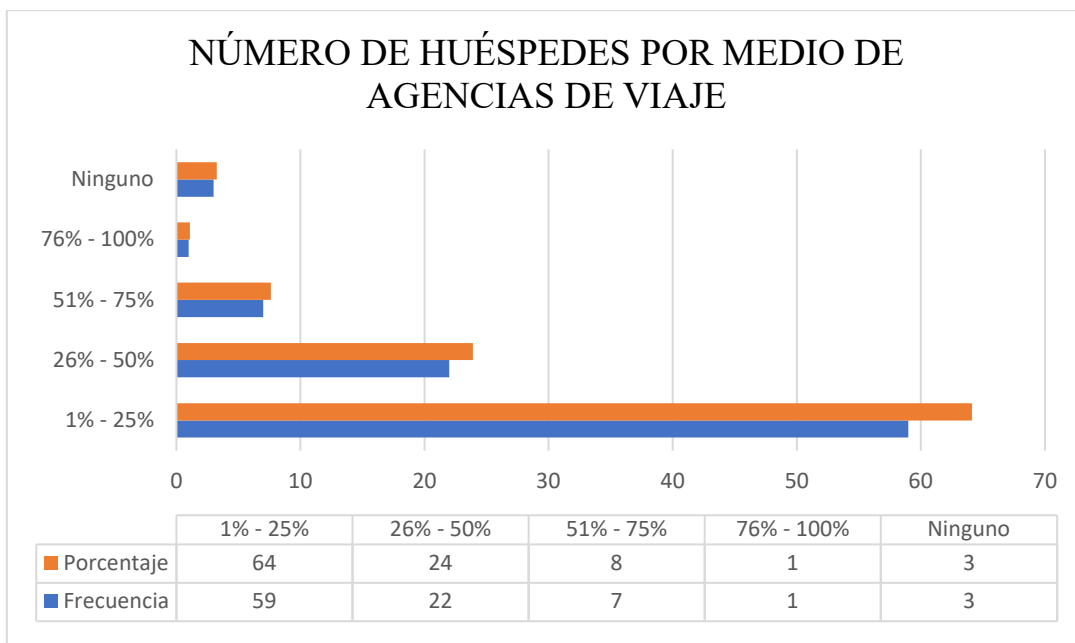
**Figura 12** Tiempo de Espera de Resultados

El 58% de los inversionistas cuando invierten esperan que los resultados se evidencien a mediano plazo, mientras que el 24% desea que sea a corto plazo y el 18% a largo plazo.



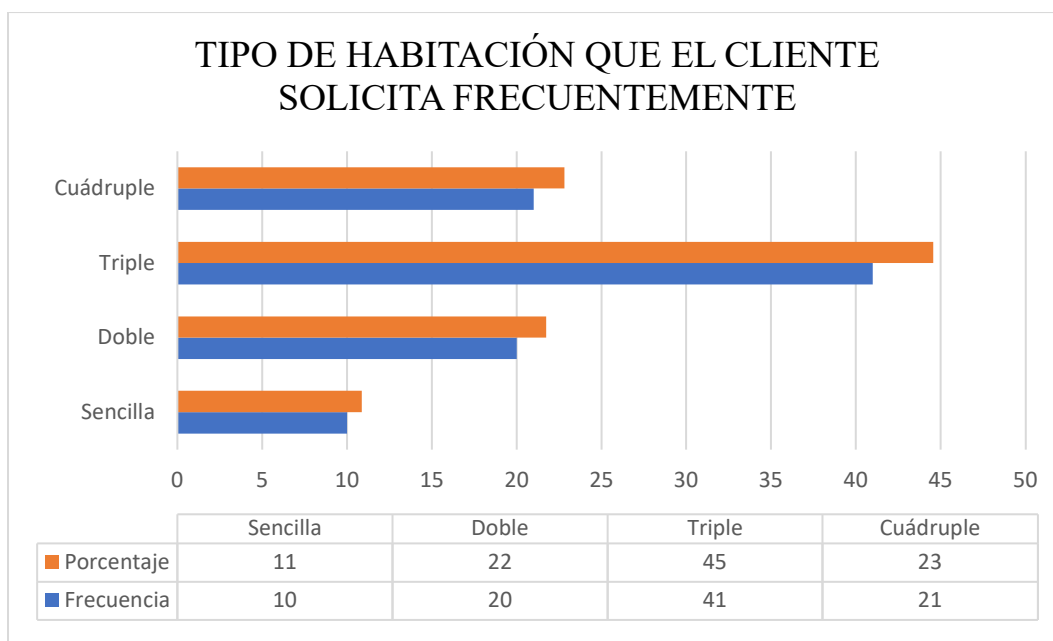
**Figura 13** Rango de Edad del Cliente

En la Figura 13, se evidencia que el 49% de los huéspedes se encuentran en un rango de 30 a 39 años de edad, el 28% son de 40 a 49 años, el 18% tienen de 50 a 59 años y finalmente el rango de menor edad es de 20 a 29 años.



**Figura 14** Porcentaje de Huéspedes que Asisten por Medio de Agencias de Viaje.

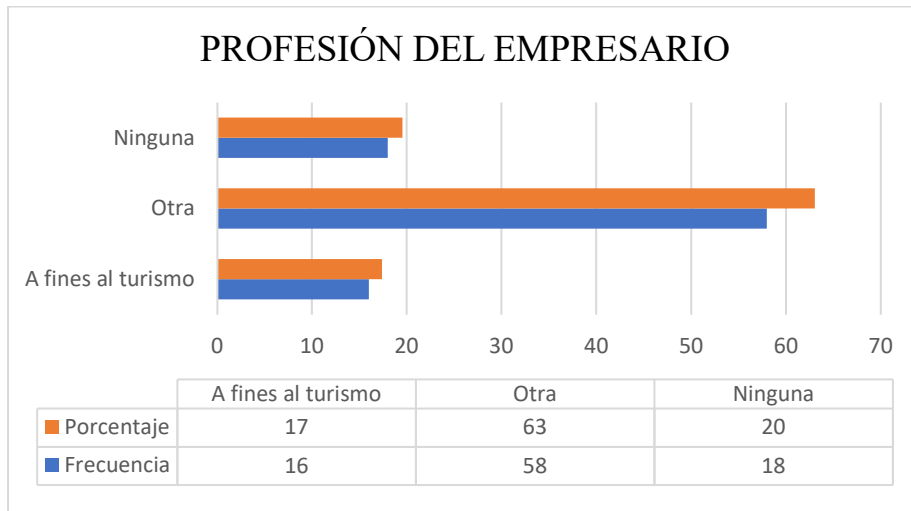
En cuanto a alianzas con agencias de viaje se evidencia en la Figura 13 que 59 sujetos de estudio tienen un rango mínimo de huéspedes por medio de agencias de viaje, 24 inversionistas han recibido huéspedes un número representativo de clientes.



**Figura 15** Tipo de Habitación que Solicita el Cliente Solicita Frecuentemente

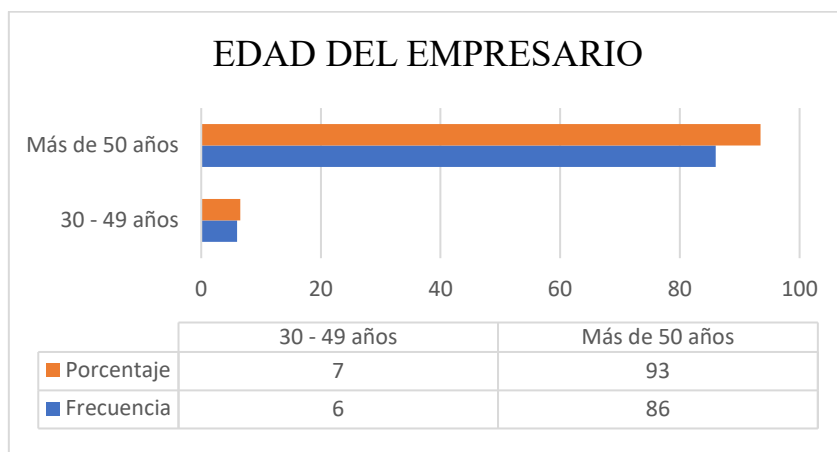
Según los empresarios turísticos el tipo de habitación que frecuentemente solicita el cliente es la triple representado con un 45%. Las habitaciones dobles y cuádruples en un 22% y 23% respectivamente. Los datos de la Figura 15 tiene relación con la Figura 14 ya que por

viajar con grupos grandes de integrantes la necesidad del cliente es el confort y la comodidad al llegar a su destino de viaje.



**Figura 16** Profesión del empresario

En el presente grafico se puede apreciar que el 63% de empresarios poseen una formación académica diferente al ámbito turístico, mientras que el 17% ha optado por especializarse en ramas a fines al turismo. Finalmente, se concluye que el 20% a pesar de no poseer profesión se dedican a la prestación de servicios turísticos.



**Figura 17** Edad del Empresario

El 93% de los empresarios turísticos se encuentran en un rango mayor a 50 años de edad. Mientras que el 7% se encuentran en un rango de edad entre los 30 a 49 años.

- **Determinación de la Demanda de Alojamiento Turístico**

Para determinar la demanda de alojamiento en la ciudad de Tena se tomó en cuenta los componentes 2 y 3.

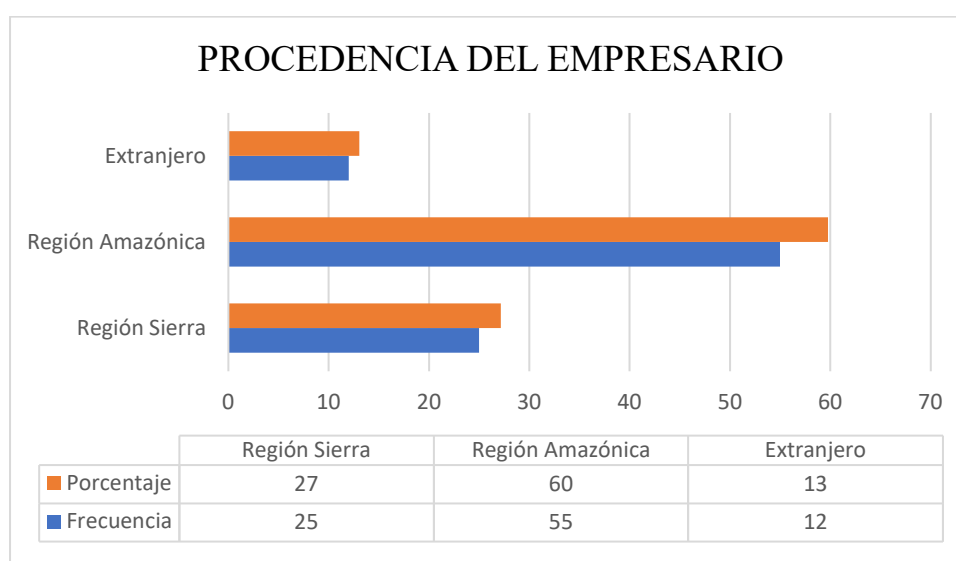
Se procede a dar a conocer el detalle de cada variable según los inversionistas, mismas que se reflejan en las gráficas. Para lo cual se describe el comportamiento del cliente de la siguiente manera:

**Tabla 10**

*Componentes Relacionados al Comportamiento de la Demanda*

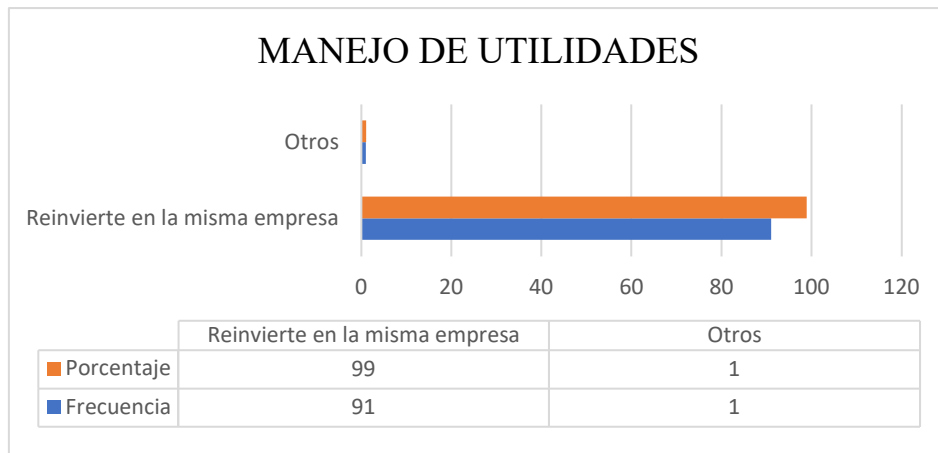
COMPONENTES RELACIONADOS AL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA	
Componente 2	Componente 3
Procedencia del empresario	Género del empresario
Cómo dispone de las utilidades el empresario	Etapa de la empresa
Modalidad de viaje del cliente	Procedencia del cliente
Plaza del establecimiento (camas)	Motivación de viaje del cliente
Porcentaje de huéspedes que llegan por medio de Agencias de viajes	

Fuente: elaboración propia



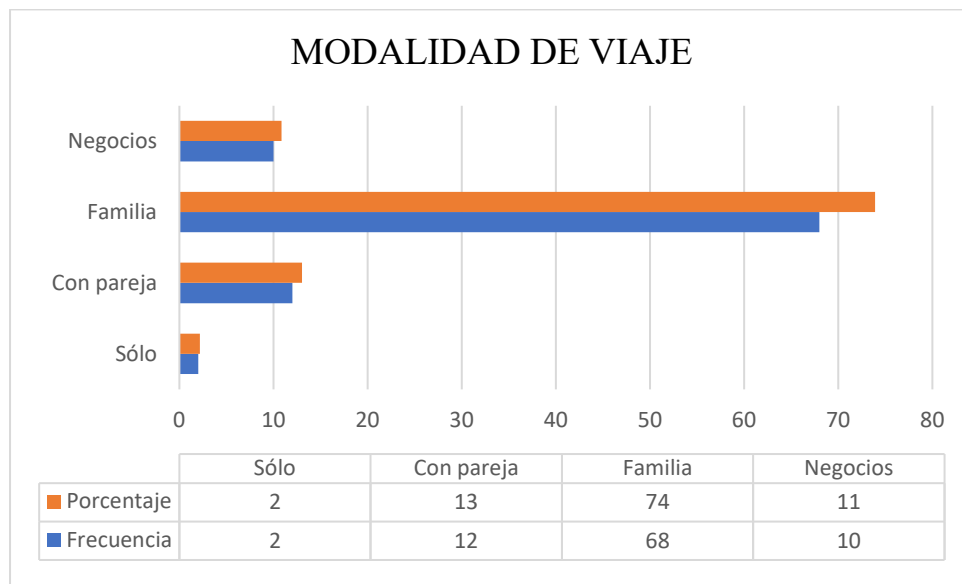
**Figura 18** Procedencia del Empresario

Los empresarios nacionales en un 60% son de procedencia amazónica y 27% de la región sierra. En el cantón Tena el 13% de los inversionistas son extranjeros.



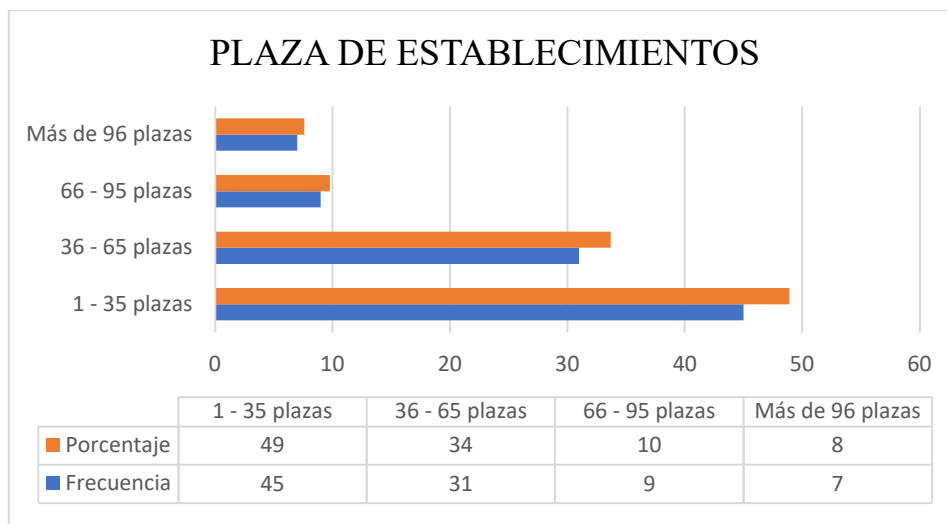
**Figura 19.** Disposición de utilidades

En la Figura 19, se evidencia que el 99% de los inversionistas reinvierten en la misma empresa mientras que el 1% decide invertir en otros temas no relacionados a su lugar de trabajo.



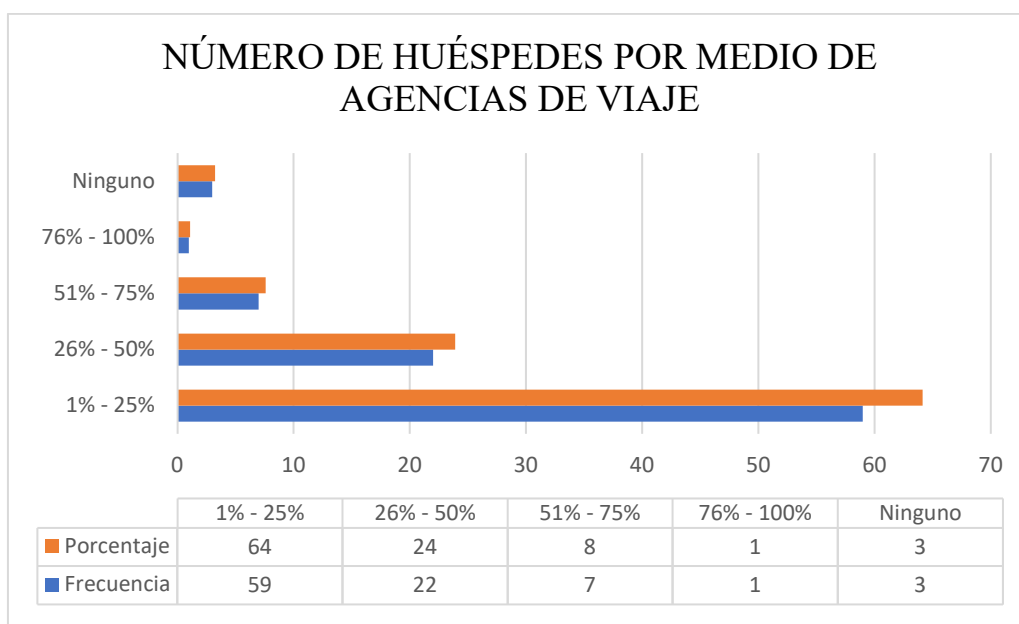
**Figura 20** Modalidad de viaje de los clientes

Para los prestadores de servicio de alojamiento turístico el 74% de los clientes llegan a sus establecimientos en familia, mientras que el 13% en pareja, el 11% de negocios y el 2% solos.



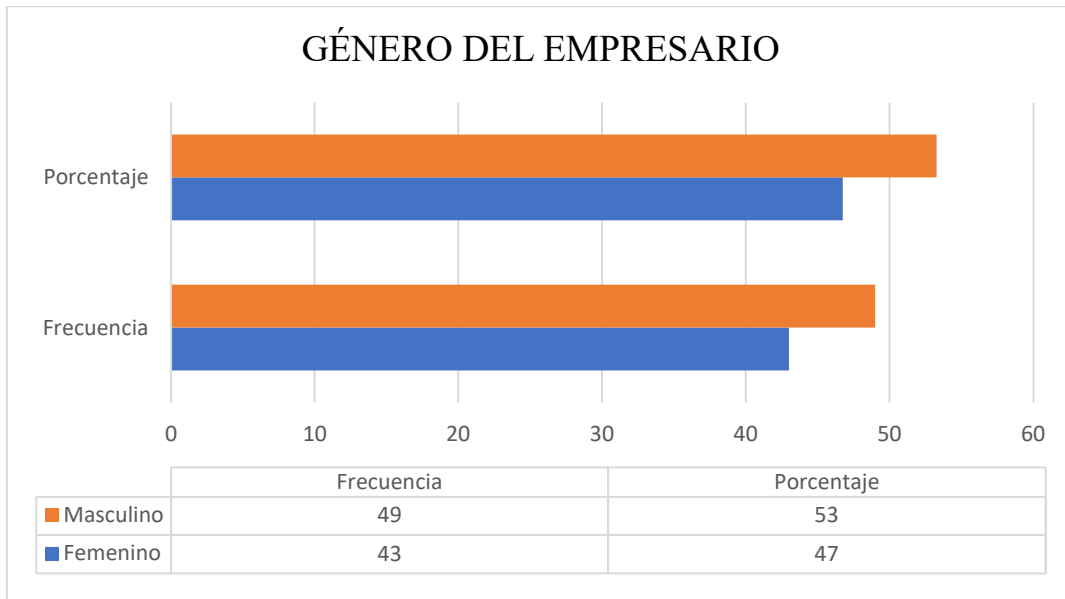
**Figura 21** Plaza de Establecimientos

En la Figura 21, se representa el rango de plazas que tienen los establecimientos de alojamiento siendo el de mayor porcentaje de 1 a 35 plazas mismo que tiene relación con el tipo de establecimientos que se encuentran en la Figura 1. El 34% poseen un número de plazas entre 36 a 65 plazas, un 10% manifiestan que tienen un rango de 66 a 95 plazas y el 8% manifiesta que tiene más de 96 plazas.



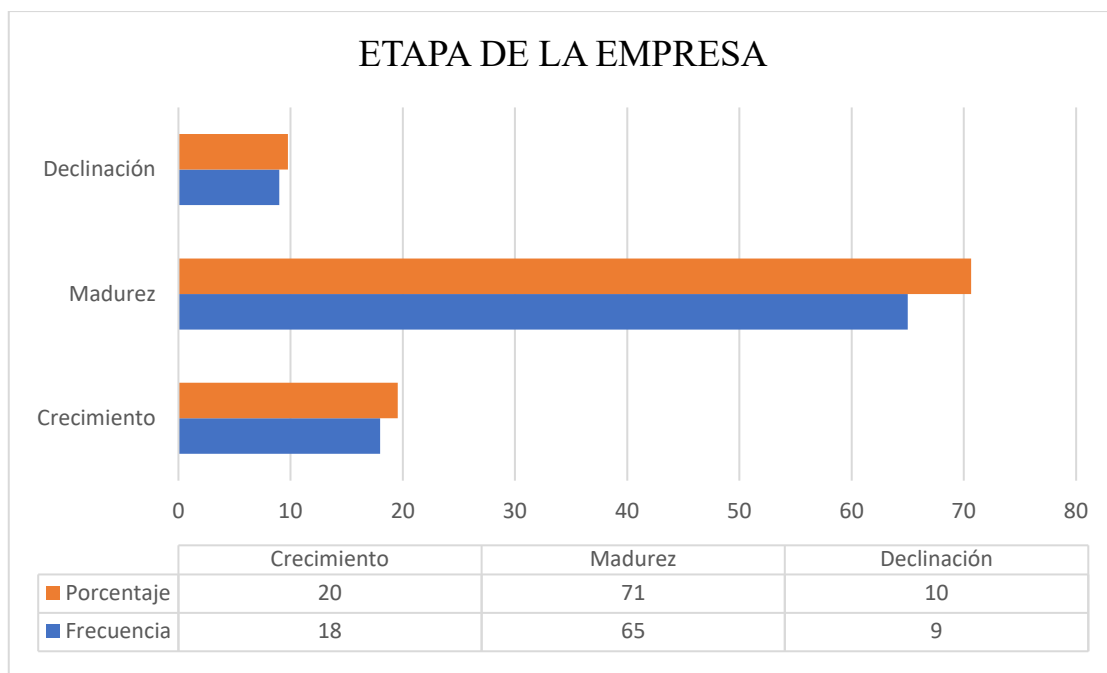
**Figura 22** Porcentaje de huéspedes que asisten por medio de Agencias de viaje.

En cuanto a alianzas con agencias de viaje se evidencia en la Figura 22 que 59 sujetos de estudio tienen un rango mínimo de huéspedes por medio de agencias de viaje, 24 inversionistas han recibido huéspedes un número representativo de clientes.



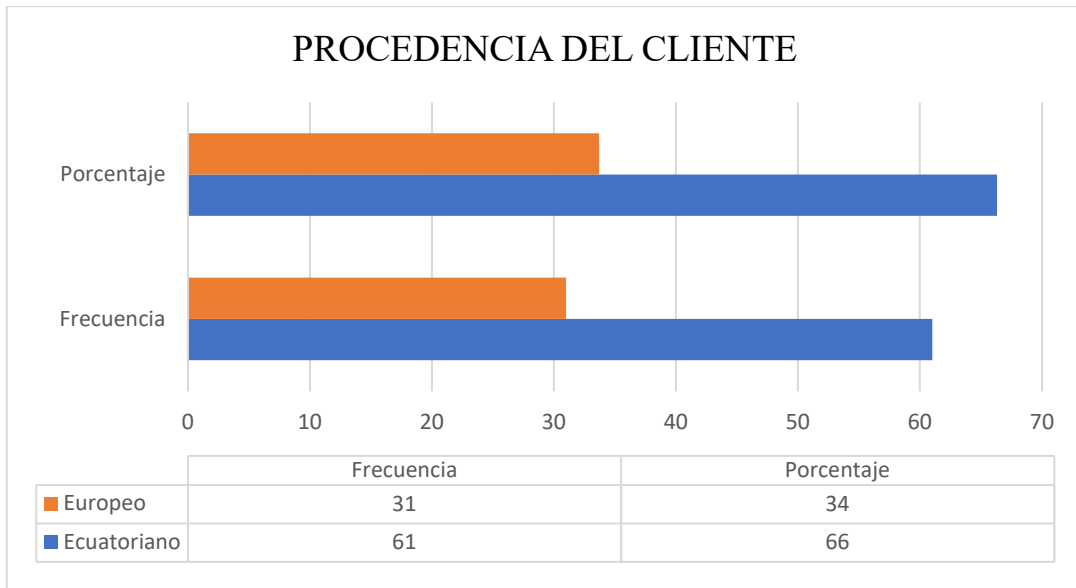
**Figura 23** Género del empresario

Se puede evidenciar que el 53% de empresarios son de género masculino y el 47% femenino. Se muestra claramente que esta variable no mantiene relevancia alguna entre rangos.



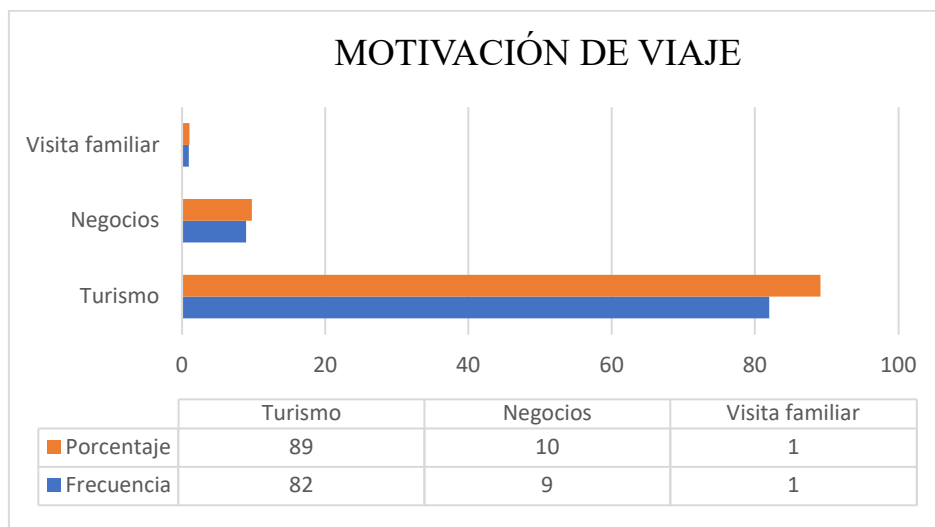
**Figura 24** Etapa de la Empresa

En la Figura 24, se evidencia que el 71% de las empresas de alojamiento turísticos se encuentran en la etapa de madurez, el 20% están en crecimiento ya que se han registrado en los últimos tres años y el 10% en declinación debido a lo cual están presentando los documentos para darse de baja en la entidad reguladora.



**Figura 25** Procedencia del Cliente

En la Figura 25, se detalla la frecuencia y porcentaje de las opciones con respuesta según el punto de vista del inversionista. El cliente según los encuestados en un 61% es nacional mientras que el 34% de origen extranjero, específicamente europeos.



**Figura 26** Motivación de Viaje

En la Figura 26, el 89% de los clientes han llegado a los establecimientos de alojamiento turístico por turismo, el 10% por motivos de negocios y finalmente el 1% para visitar a sus familiares.



## • Escenarios Posibles de los Establecimientos de Alojamiento Turístico

Para la regresión lineal se determinó la ecuación y el coeficiente numérico que permitirá proyectar el comportamiento de inversión. Este análisis se lo realizó con datos de establecimientos registrados a partir del 2015 debido a la situación actual del país por la emergencia sanitaria por el COVID-19.

**Tabla 11**

*Lista de Establecimientos de Alojamiento Turístico con sus Respectivos Coeficientes Numéricos*

LISTA DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO CON SUS RESPECTIVOS COEFICIENTES NUMÉRICOS			
Número	Establecimiento de Alojamiento Turístico	Función Lineal	Coefficiente de Pearson
1	Las dalias	$y = 4847,7x - 9678425,175$	0,99958395
2	Albergue Español	$y = 11650x - 23324570,360$	0,99920089
3	Jardín Alemán	$y = 7217,9x - 14374307,057$	0,99973103
4	Juan Manuel	$y = 3925,3x - 7817086,408$	0,99973103
5	Hotel bolívar	$y = 10853x - 21749748,327$	0,9989668
6	La guayusa	$y = 6247,8x - 12494402,390$	0,99940692
7	Cafetería Bito Onko	$y = 17388x - 34888443,000$	0,9984181
8	Cambahuasi	$y = 4118,4x - 8201736,200$	0,99973103
9	Erika	$y = 5925x - 11829186,325$	0,99958395
10	Laurita	$y = 8962,4x - 17944369,482$	0,99920089
11	La colina	$y = 18059x - 36189415,261$	0,9989668
12	Jireh	$y = 4967,6x - 9892905,437$	0,99973103
13	Perla del Oriente	$y = 2972,1x - 5918832,317$	0,99973103
14	Los Lirios	$y = 5134,3x - 10250527,661$	0,99958395
15	Sirenis Amazonia	$y = 3300,6x - 6545592,670$	0,99984717
16	D'angelo	$y = 1751,6x - 3444538,208$	0,99993139
17	Oro Azul	$y = 12389x - 24733753,225$	0,99958395
18	Shaw	$y = 3396,6x - 6764379,791$	0,99973103
19	Cabañas France Amazonia	$y = 2374,1x - 4708222,411$	0,99984717
20	Hostería Rio Napo	$y = 29902x - 60096981,200$	0,99661755
21	La Posada	$y = 377,05x - 752766,403$	0,99958395
22	Cabañas Restaurant Victoria	$y = 3953,9x - 7874160,851$	0,99973103

LISTA DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO CON SUS RESPECTIVOS  
COEFICIENTES NUMÉRICOS

Número	Establecimiento de Alojamiento Turístico	Función Lineal	Coefficiente de Pearson
	Centro de Recreación Ecológico	$y = 15800x - 31597739,531$	0,99940692
23	Misahualli		
24	Dulce Daniela	Base de datos limitada	
25	A Welcome Break Hostel	$y = 7561,1x - 15095547,278$	0,99958395
26	Hostal Brisas del Rio	$y = 7307,7x - 14589688,256$	0,99958395
27	Christian Resort	$y = 40531x - 81223126,502$	0,9989668
28	Hostería Tena Ñauí	$y = 4882,7x - 9723795,950$	0,99973103
29	Pakay	$y = 12698x - 25423781,678$	0,99920089
30	Pension Diamante Oriental	$y = 3021,4x - 5991830,556$	0,99984717
31	Magdalena de Bravo's	$y = 5994,6x - 11994166,400$	0,99985864
32	Itamandi Eco Lodge	$y = 53088x - 106573738,667$	0,99962229
33	Joya de la Selva	$y = 27021x - 54148751,002$	0,9989668
34	Español	$y = 5670,9x - 11317322,477$	0,99794612
35	Cabañas Pimpilala	$y = 9936,7x - 19937582,226$	0,9984181
36	Cabañas Liana Lodge	$y = 27241x - 54658560,700$	0,9984181
37	Rancho Isla Canela	$y = 15750x - 31618000,000$	0,99962229
38	Hamadryade	$y = 46368x - 93035848,000$	0,9984181
39	Yacumaecolodge	$y = 13979x - 27989484,432$	0,99920089
40	Kindy Wasy & Restaurante	$y = 7540x - 15140320,000$	1
41	Cabañas Suchi Pakari	$y = 41152x - 82569315,100$	0,9984181
42	La Casa del Suizo	$y = 83490x - 167520347,909$	0,9984181
	Napusamai Pasourcu Lodge-	$y = 6090x - 12202620,000$	
43	Tena		1
44	Jungle Roots	$y = 8500x - 17068000,000$	1
45	Samana Wasi	$y = 5067,8x - 10120281,763$	0,99976216
46	River Spot	$y = 5031,8x - 9978917,795$	0,99984717
47	Banana Cabañas	$y = 12779x - 25640214,530$	0,9984181
48	Cabañas Chuquitos	$y = 34842x - 69909462,083$	0,9984181
49	Tucán Real	$y = 15466x - 30930024,583$	0,99940692
50	Canela	$y = 5693,4x - 11366772,668$	0,99958395
51	Tropical House	$y = 5026,2x - 9967718,139$	0,99984717
52	"Araza"	$y = 7430,2x - 14797080,794$	0,99973103
53	Los Angeles	$y = 8921,7x - 17767489,060$	0,99973103
54	Gran Sumaco	$y = 28423x - 56908841,711$	0,99920089
55	Los Yutzos	$y = 36584x - 73405284,072$	0,9984181
56	Austria	$y = 9229,5x - 18457267,209$	0,99940692

LISTA DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO CON SUS RESPECTIVOS  
COEFICIENTES NUMÉRICOS

Número	Establecimiento de Alojamiento Turístico	Función Lineal	Coefficiente de Pearson
57	Piedra Dorada	$y = 9722,4x - 19410619,369$	0,99958395
58	Sumak Sisa	$y = 7131,6x - 14238038,813$	0,99958395
59	Terra Luna	$y = 73566x - 147953943,333$	0,99479018
60	Hotel-Caribe	$y = 24844x - 49786166,622$	0,9989668
61	Rio Tena	$y = 16094x - 32131296,195$	0,99958395
62	Los Helechos	$y = 9474,4x - 18915406,611$	0,99958395
63	Yana Watsaru	$y = 3618,7x - 7206601,121$	0,99973103
64	Cabañas Valle Encantado	$y = 3701,6x - 7340770,195$	0,99984717
65	Arahuana Jungle	$y = 900000x - 1807200000,000$	1
66	Hotel Cruscaspi	$y = 45267x - 90826246,610$	0,9984181
67	Yasuní	$y = 11048x - 22002836,377$	0,99973103
68	Refugio en la Selva	$y = 7981,5x - 15895024,180$	0,99973103
69	Loren's	$y = 14143x - 28282777,607$	0,99940692
70	Bambú	$y = 7467,1x - 14915551,833$	0,99990087
	Complejo Turístico las	$y = 29771x - 59733666,208$	0,9984181
71	Heliconias		
72	El Paisano	$y = 11992x - 24061396,189$	0,9984181
73	Arajuno Jungle	$y = 25516x - 51196464,206$	0,9984181
74	Residencial Limon-Cocha	$y = 8629x - 17227596,832$	0,99958395
75	Salamandras	$y = 17903x - 35939126,667$	0,99962229
76	Hotel Pumarosa	$y = 20892x - 41918464,265$	0,9984181
77	Anaconda Ecuador	$y = 26714x - 53600277,929$	0,9984181
78	Kayak Hostal Ecuador	$y = 4050,6x - 8086861,924$	0,99958395
79	Ally Kawsay	$y = 8933,2x - 17790318,842$	0,99973103
80	Cleelkars	$y = 5538,7x - 11030166,817$	0,99973103
81	Villa Belén	$y = 8561,6x - 17093174,235$	0,99958395
82	La Casa del Abuelo	$y = 17110x - 34288794,072$	0,9989668
83	Indiyana	$y = 7567,9x - 15109097,069$	0,99958395
84	Cristhian's Palace	$y = 11069x - 10216161,819$	0,99958395
85	El Encanto de Pimpilala	$y = 5102,5x - 10216161,819$	0,99920089
86	Flor de Canela	$y = 4691,6x - 9343299,595$	0,99973103
87	Los Anturios	$y = 13638x - -27305297,052$	0,99920089
88	Gold	$y = 7950,3x - 15872617,287$	0,99958395
89	La Casa de Madera	$y = 7417,8x - 14855607,299$	0,999543
90	Hostal Lemans	$y = 13778x - 27506729,601$	0,99958395
91	Selina Tena	Base de datos limitada	

LISTA DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO CON SUS RESPECTIVOS  
COEFICIENTES NUMÉRICOS

Número	Establecimiento de Alojamiento Turístico	Función Lineal	Coefficiente de Pearson
92	Hotel Amazon Green	Base de datos limitada	

Elaborado por Jaimar Cifuentes, 2020.

• **Interpretación**

De los 92 establecimientos de estudio se realizó su respectivo análisis estadístico para lo cual se estableció un modelo de regresión lineal donde se evidenció que la relación entre variables es directamente proporcional. Las variables cuantitativas utilizadas son dos: año e inversión anual. La relación entre las variables X e Y permitirá hacer predicciones sobre los valores representados por la variable Y.

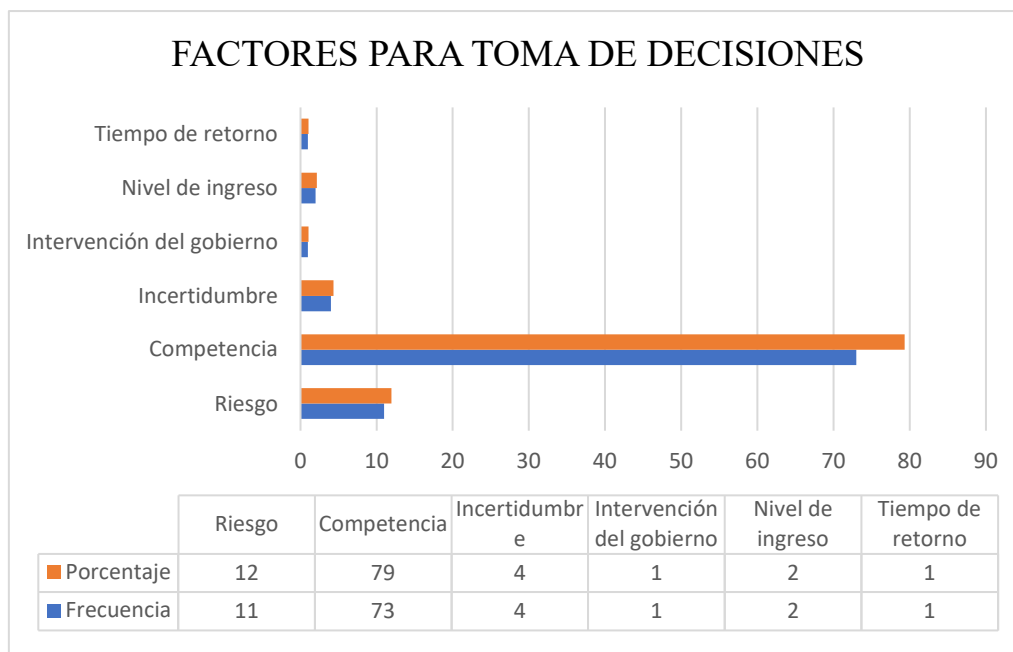
La recta está definida con la ecuación  $y = a+bx$ , donde la variable dependiente es representada por “y” y la variable independiente por “x”. Para definir la recta en esta regresión se determinaron los parámetros “a” y “b” para cada uno de los establecimientos de alojamiento turísticos. Definiendo al parámetro “a” como el coeficiente de relación y el parámetro “b” como la constante. De los 92 sujetos de estudio, 3 de ellos no tienen definido los parámetros ya que son establecimientos registrados en el año 2019 y carecen de datos suficientes para llevar a cabo el análisis. Para graficar, el eje vertical muestra los valores de inversión y el eje horizontal los años transcurridos desde el 2015 hasta el 2019.

Como análisis, se interpreta de la Tabla 12 al establecimiento número uno, registrado en el catastro turístico como Las Dalias. El coeficiente para el año de estudio es 4847,738. Este coeficiente indica que por cada año que transcurra la inversión tendrá un incremento promedio de 4847,738. La constante es negativa para este análisis de regresión lineal es de -19937582,226, este valor es conocido también como la intersección con el eje Y.

Al identificar que los valores obtenidos mediante el programa SPSS para los 89 establecimientos de alojamiento turístico que registraron datos suficientes para el análisis, se define que para el parámetro “a” sus datos numéricos son positivos superiores a 0 y los para el parámetro “b” negativos. Para lo cual la interpretación del párrafo anterior puede ser utilizado tomando en consideración que para cada establecimiento existe un coeficiente de regresión y una constante.

## 4.2. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los prestadores de servicio turístico y/o administradores de los establecimientos turísticos permitió identificar los factores que influyen en la toma de decisión para inversiones en el servicio de alojamiento turístico en el Cantón Tena, de la provincia de Napo. Siendo los factores predominantes los siguientes:



**Figura 27** Factores para Toma de Decisiones

En la Figura 27 se representa los factores según la perspectiva de los empresarios turísticos, donde se evidencia que el 79% considera que el factor más importante es la competencia al momento de la toma de decisiones. El 12% atribuye su decisión de inversión al riesgo sobre todo el relacionado al mercado y la competencia, el 4% considera a la incertidumbre y en menores porcentajes la intervención del gobierno, nivel de ingresos y el tiempo de retorno.

En la investigación realizada por Valencia, L. (2018) denominada “Principales Factores Que Determinan La Decisión De Inversión En La Industria Hotelera En La Provincia De Huamanga – Centro Histórico – Año 2017”, se considera como factor más relevante a los beneficios que reciben los prestadores del servicio de hotelería al momento de la toma de decisiones. Se denomina también como factor al riesgo y la incertidumbre. Además, toma en consideración al riesgo es dos aspectos: de carácter socioeconómico e institucional.

La realidad en cada zona de estudio puede ser similar pero no igual, el comportamiento de los inversionistas varía según las oportunidades locales, las facilidades financieras y las políticas que el estado establece a favor del desarrollo y crecimiento económico. Es evidente la incidencia de la política pública y financiera que engloba al sector turístico en el cantón Tena.

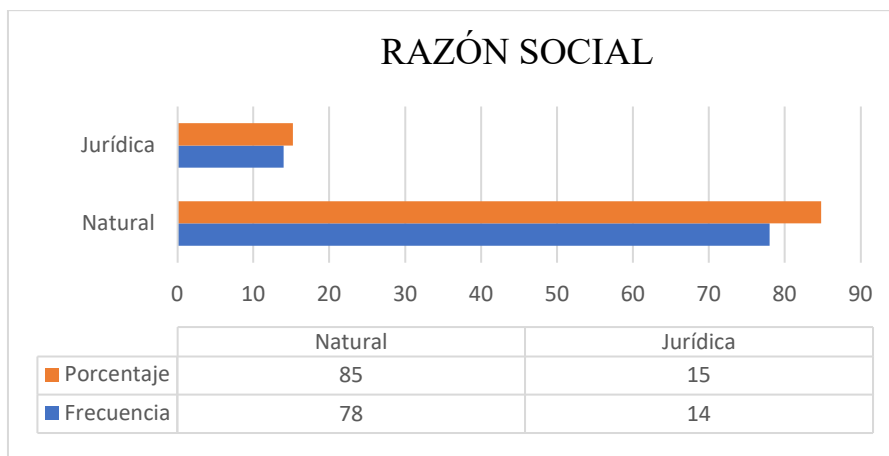
Según datos obtenidos sobre el conocimiento del sistema estadístico se puede evidenciar que su desconocimiento tiene un alto nivel de significancia en relación a las demás variables. Los empresarios turísticos en el cantón Tena han iniciado sin investigaciones previas sus actividades y las han ejecutado de forma empírica. De los 92 sujetos de estudios el mayor porcentaje evidenciado según su categorización es hostel, seguidamente de hostería y finalmente hoteles.

Los empresarios turísticos en mayor porcentaje son de la región amazónica, el nivel de formación es limitado debido a escasa existencia de instituciones de educación superior. La planificación turística y la visión empresarial de reinversión está ligada a la formación profesional de los empresarios turísticos que ofertan el servicio de alojamiento en el cantón Tena.

En el cantón Tena, se evidencia que los beneficios no se distribuyen equitativamente entre los establecimientos, es por ello que muchos de ellos presentan limitaciones. Si bien es cierto según el análisis de regresión lineal se demuestra que cada año existe un aumento de inversión, pero como manifiestan los empresarios deciden reinvertir en su mayoría en el componente de venta-marketing y en la infraestructura. Dejando sin mayor relevancia al componente de formación, tecnología y otros.

En la figura 28, se representa la decisión que tienen los empresarios turísticos al momento de registrar legalmente su razón social para el inicio de sus actividades. Determinando que el 85% de los empresarios turísticos deciden registrar su razón social como persona natural y el 15% como persona jurídica.

Es decir, buscan la mejor alternativa para evitar la exigencia de llevar y presentar demasiados documentos contables, además que como ventaja se tiene que la constitución de la empresa es mucho más sencilla y con un mínimo de tramites como requisitos. Mientras que el 15% se registra como persona jurídica por la facilidad de conseguir mayor capital ya que pueden aportar un número mayor socios, la posibilidad de acceder a créditos financieros es mal alta.



**Figura 28** Razón Social de los Establecimientos de Alojamiento Turístico

Los establecimientos turísticos dedicados al servicio de alojamiento trabajan de forma aliada con agencias de viajes locales y otro grupo de forma independiente, esto incide en la tasa de ocupación de la empresa. La gran mayoría ha empezado como emprendimientos turísticos y el personal que labora ha empezado de forma empírica. El conocimiento sobre los procesos turísticos en cada área ha sido obtenido mediante la experiencia laboral y con los cursos ofertados por el Ministerio de Turismo.

La actividad turística en el servicio de alojamiento se ha visto dominada por el empirismo, pero específicamente se puede definir que no ha sido por limitadas plazas de estudio en la rama ya que en el Cantón Tena existen establecimientos que ofertan académicamente el bachillerato técnico en ciencias a fines al turismo. A partir de este análisis nace una nueva interrogante y posible problemática a estudiar en beneficio del desarrollo para este servicio hotelero.

Existen actualmente estudios realizados a nivel nacional sobre la toma de decisiones y en este caso se cita a Jara, D. (2016) con el tema “Determinación de los actores que inciden en la actividad turística del cantón Mera, provincia de Pastaza, para la toma de decisiones en el desarrollo local a través de técnicas multivariadas”. El mencionado autor utiliza en su metodología variables categóricas y determina que gran parte del desarrollo local está ligada con la política públicas por parte del gobierno local.

En relación al estudio mencionado, en la investigación actual se utilizaron variables cuantitativas, pero se identifica que, a pesar de ello, se presenta una situación similar ligada con el planteamiento de políticas públicas que beneficie al sector turístico. Con el modelo de regresión lineal establecido se puede definir escenarios a futuro y de esta manera identificar medidas para enfrentar posibles problemáticas. Al realizar el análisis de regresión

lineal en esta investigación se proporciona al empresario un análisis minucioso donde el año y la inversión fueron tomados en cuenta.

Actualmente, han realizado estudios donde se ha unido la academia, el sector público y privado con la finalidad de entender y buscar alternativas ante la pandemia por COVID-19, la Universidad Técnica Particular de Loja publicó el 29 de abril, (2020) un artículo que proporciona una visión ante posibles escenarios con datos basados en la Organización Mundial del Turismo, donde señala que el ingreso de turistas podría disminuir en un 20% y/o 30%. Lo que significa servicio de alojamiento turístico enfrenta un duro golpe debido a los escasos recursos, no hay que olvidar que el turismo es un sector caracterizado por ser altamente estacional.

Una vez finalizada la investigación, en respuesta a la hipótesis se establece que el análisis de la realidad de la inversión en el servicio de alojamiento turístico en el cantón Tena y su adecuada socialización a los actores si permite una adecuada toma de decisiones a la hora de invertir. Como aporte adicional, en este documento se determinó el modelo de regresión lineal para los establecimientos registrados actualmente.

Es momento de innovar y buscar nuevas estrategias. La oferta debe adaptarse a las necesidades de la demanda con parámetros de seguridad.



### 4.3. CONCLUSIONES

- En el cantón Tena, existen establecimientos de alojamiento turísticos consolidados en gran parte por empresarios donde su formación no está específicamente ligada en el turismo, sino que se han dejado cautivar por las ventajas que este territorio proporciona para satisfacer las necesidades de desplazamiento con fines de recreación, negocios y esparcimiento. Existen establecimientos que han llegado a su etapa de madurez con manejos básicos en contabilidad y aplicación mediana en sus establecimientos. El empirismo ha formado parte en el nacimiento de nuevos productos y en el crecimiento de la industria turística.
- La demanda registrada y según la perspectiva de los prestadores y/o administradores de los establecimientos de alojamiento turística es nacional en su gran mayoría y con menor frecuencia europea. La motivación de viaje principal es turismo y seguidamente negocios; su modalidad de viaje suele ser con la familia, laboral e inclusive en pareja. Existe un porcentaje de visitantes que prefieren contratar los servicios de alojamiento con intermediarios.
- Al haber realizado un análisis de regresión lineal facilita a los empresarios turísticos el planteamiento de futura toma de decisiones ya que podrán realizar proyecciones y predecir posibles fenómenos empresariales. A partir del año 2020, se evidenciará un cambio en las inversiones, pero al tener ya planteada la ecuación los propietarios solo necesitarán ir actualizando sus datos e ingresando el coeficiente de regresión y su constante.

#### **4.4. RECOMENDACIONES**

- Previo al planteamiento de nuevas estrategias de reactivación económica el operador turístico debe realizar una evaluación de gestión post-covid, considerando Protocolos y procedimientos establecidos a nivel nacional.

Analizar como oportunidad para la reactivación económica local la biodiversidad existente por ubicación geográfica del cantón Tena. Es importante elaborar nuevos estudios de mercado y establecer un sistema turístico para mantener alianzas con los operadores de mercado y garantizar que todos sus componentes se interrelacionen, beneficiando de esta manera al flujo activo de turistas y los beneficios colectivos que esto genera.

Previo al planteamiento de nuevas estrategias se recomienda considerar el fortalecimiento del talento humano para mejorar la competitividad y satisfacer las nuevas necesidades del cliente.

- La información obtenida en esta investigación es relevante para la futura toma de decisiones al momento de invertir en el sector privado ya que beneficiará a una visión más técnica en base a información proporcionada por los involucrados directos e indirectos en esta actividad. Su revisión previa es importante para minimizar el impacto negativo en el servicio de alojamiento turístico. Es importante trabajar en sincronía con el ente rector de la actividad turística en la zona para la socialización del documento con los actores principales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abarca Zaquinaula, M. A. (s/f). *Propuesta de un modelo alternativo de funcionamiento del sistema turístico*. Obtenido de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2224/1/Sistema%20Tur%C3%ADstico.pdf>
- Agüí López, J. L. (2015). Definiciones: turismo-turista. *Papers de turisme*, 17-25.
- Arroyo López, P. E., & Borja Medina, J. C. (2018). *Análisis multivariante para la inteligencia de mercados*. Monterrey: Editorial Digital del Tecnológico de Monterrey. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=15FIDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Carollo Limeres, C. (2012). *Regresión Lineal Simple*. Obtenido de [http://eio.usc.es/eipc1/BASE/BASEMASTER/FORMULARIOS-PHP-DPTO/MATERIALES/Mat\\_50140116\\_Regr\\_%20simple\\_2011\\_12.pdf](http://eio.usc.es/eipc1/BASE/BASEMASTER/FORMULARIOS-PHP-DPTO/MATERIALES/Mat_50140116_Regr_%20simple_2011_12.pdf)
- Corral, Y. (09 de febrero de 2009). *Revista ciencias de la educación*. Obtenido de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>
- Fernandez, S. (2011). *Análisis de componentes principales*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid. Obtenido de <https://web.ua.es/es/lpa/docencia/practicas-analisis-exploratorio-de-datos-con-spss/practica-5-analisis-multivariante-con-spss-reduccion-de-datos-analisis-de-componentes-principales-y-factorial.html>
- Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal de Tena. (octubre de 2014). *Sistema Nacional de Información*. Recuperado el 04 de julio de 2020, de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1560000270001\\_PD OT%20ACT%202014\\_DIAGNOSTICO\\_sigad2%20sug\\_senplades1\\_BD\\_20-02-2015\\_08-58-05.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1560000270001_PD OT%20ACT%202014_DIAGNOSTICO_sigad2%20sug_senplades1_BD_20-02-2015_08-58-05.pdf)
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2016). *Multivariate Data Analysis*. Boston: Pearson.

- Jara Mejía, D. P. (marzo de 2016). *Determinación de los factores que inciden en la actividad turística del Cantón Mera, Provincia de Pastaza, para la toma de decisiones en el desarrollo local a través de técnicas multivariadas*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/4815>
- Lara Muñoz, E. (2011). *Fundamentos de investigación*. México D.F: Alfaomega.
- Ledhesma, M. (1 de julio de 2016). *ALNNEWS - Noticias de aviación de Latinoamérica*. Obtenido de <https://aerolatinnews.com/turismo/el-turismo-un-fenomeno-social-que-va-mas-alla-de-lo-economico-dice-experto/>
- Ministerio de Turismo. (18 de febrero de 2016). *Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador*. Recuperado el 04 de julio de 2020, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio De Turismo. (2016). *Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador*. Obtenido de <https://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%20TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2018). Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-cifras>
- Ministerio de Turismo. (25 de mayo de 2018). *Noticias*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/en-primer-ano-de-gestion-el-mintur-consolido-usd-150-millones-para-inversiones-turisticas/>
- Ministerio de Turismo. (04 de febrero de 2019). *El turismo ecuatoriano creció un 11% en 2018*. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuatoriano-crecio-un-11-en-2018/>
- Ministerio de Turismo, Oficina Técnica Napo. (octubre de 2019). *Catastro Turístico provincia de Napo*. Tena, Napo, Ecuador.
- Montoya Suárez, O. (2007). *APLICACIÓN DEL ANÁLISIS FACTORIAL A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.

- Orellana, L. (2008). Obtenido de [http://www.dm.uba.ar/materias/estadistica\\_Q/2011/1/clase%20regresion%20simple.pdf](http://www.dm.uba.ar/materias/estadistica_Q/2011/1/clase%20regresion%20simple.pdf)
- Organizacion Mundial del Turismo. (2017). *Sistema turistico*. Obtenido de [https://2.bp.blogspot.com/-gknkeJ\\_QxXk/WSIm\\_ZFs-7I/AAAAAAAAAEVE/3gLEOf4xUPgfsB14Cf6F863jRH5JOpTZgCLcB/s400/sistematuristico.jpg](https://2.bp.blogspot.com/-gknkeJ_QxXk/WSIm_ZFs-7I/AAAAAAAAAEVE/3gLEOf4xUPgfsB14Cf6F863jRH5JOpTZgCLcB/s400/sistematuristico.jpg)
- Organizacion Mundial del Turismo. (08 de Octubre de 2018). *Turismo, Comercio y la OMC: Comunicado conjunto de la OMT, la OMC, el ITC y el WTTC, 2018*. Ginebra, Suiza. Obtenido de <https://www2.unwto.org/es/press-release/2018-10-08/turismo-comercio-y-la-omc-comunicado-conjunto-de-la-omt-la-omc-el-itc-y-el->
- Prado de Holguin, R. (07 de septiembre de 2019). Empleo en el sector turístico aumentó 18% en 2019. (D. L. Hora, Entrevistador) Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1102270997/empleo-en-el-sector-turistico-aumento-18-en-2019>
- PRO ECUADOR. (2019). *Inversiones*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/inversiones-4-2/>
- Sánchez Upegui, A. A. (2010). Medellín, Colombia: Fundacion Universitaria Católica del Norte.
- Sánchez, J. G. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-de-regresion.html>
- Schulte, S. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo*. Santiago de Chile: United Nations Publications. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=ksE\\_EzHqukoC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=ksE_EzHqukoC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false)
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, (SENPLADES). (2011). *Sistema Nacional de Informacion*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1560000270001\\_PD\\_OT%20ACT%202014\\_DIAGNOSTICO\\_sigad2%20sug\\_senplades1\\_BD\\_20-02-2015\\_08-58-05.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1560000270001_PD_OT%20ACT%202014_DIAGNOSTICO_sigad2%20sug_senplades1_BD_20-02-2015_08-58-05.pdf)

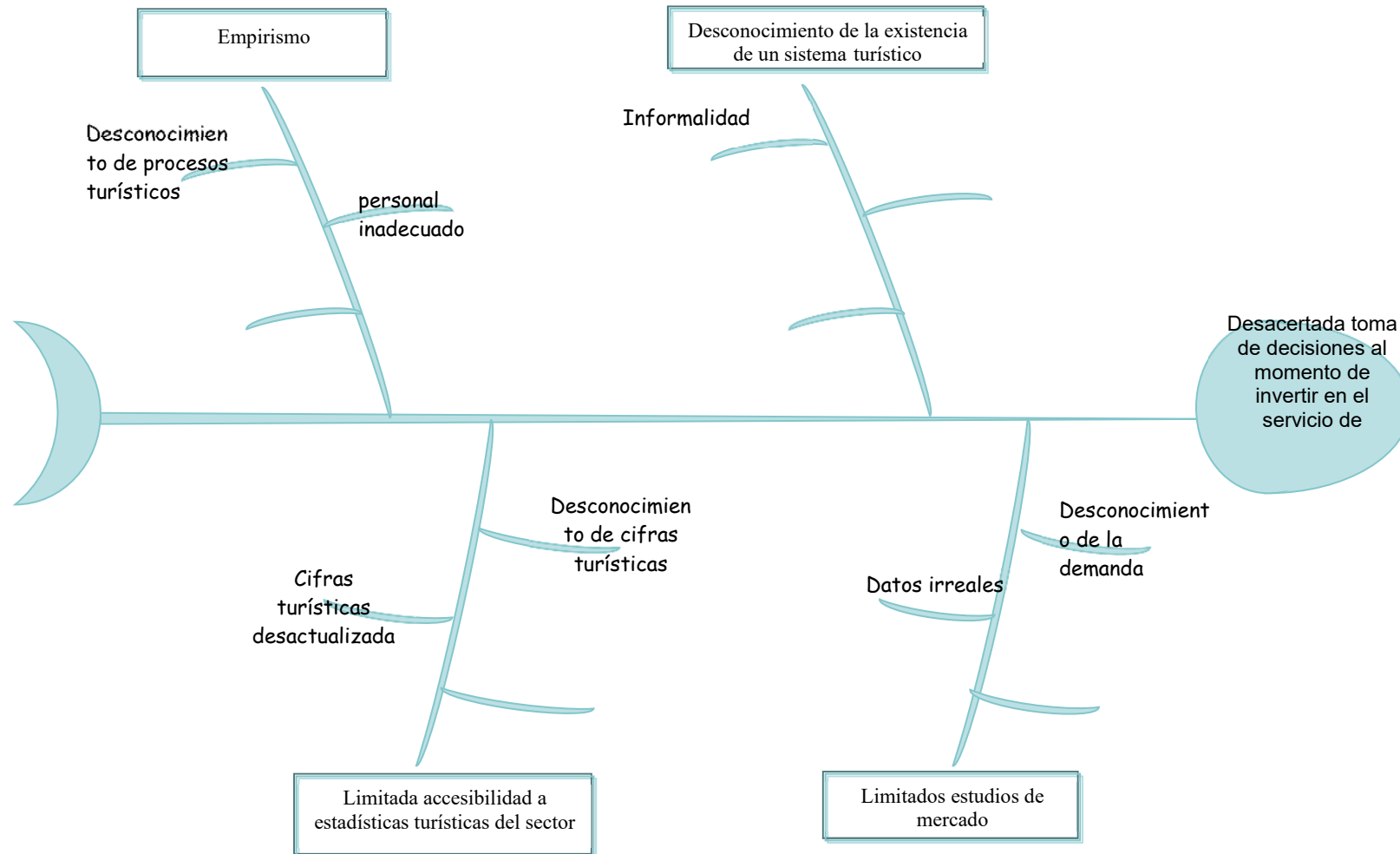
Universidad Técnica Particular de Loja. (2020). Obtenido de <https://noticias.utpl.edu.ec/lapandemia-por-covid-19-puede-afectar-en-un-30-a-los-ingresos-del-turismo-nacional>

Uriel Ezequiel, A. J. (2017). *Análisis Multivariante Aplicado (Aplicaciones al Marketing, Investigación de mercados, Economía, Dirección de Empresas y Turismo)*.

Valencia Olarte, L. A. (2018). Repositorio. *Principales Factores que Determinan la Decisión de Inversión En La Industria Hotelera En La Provincia de Huamanga - Centro Histórico - Año 2017*. Lima, Perú.

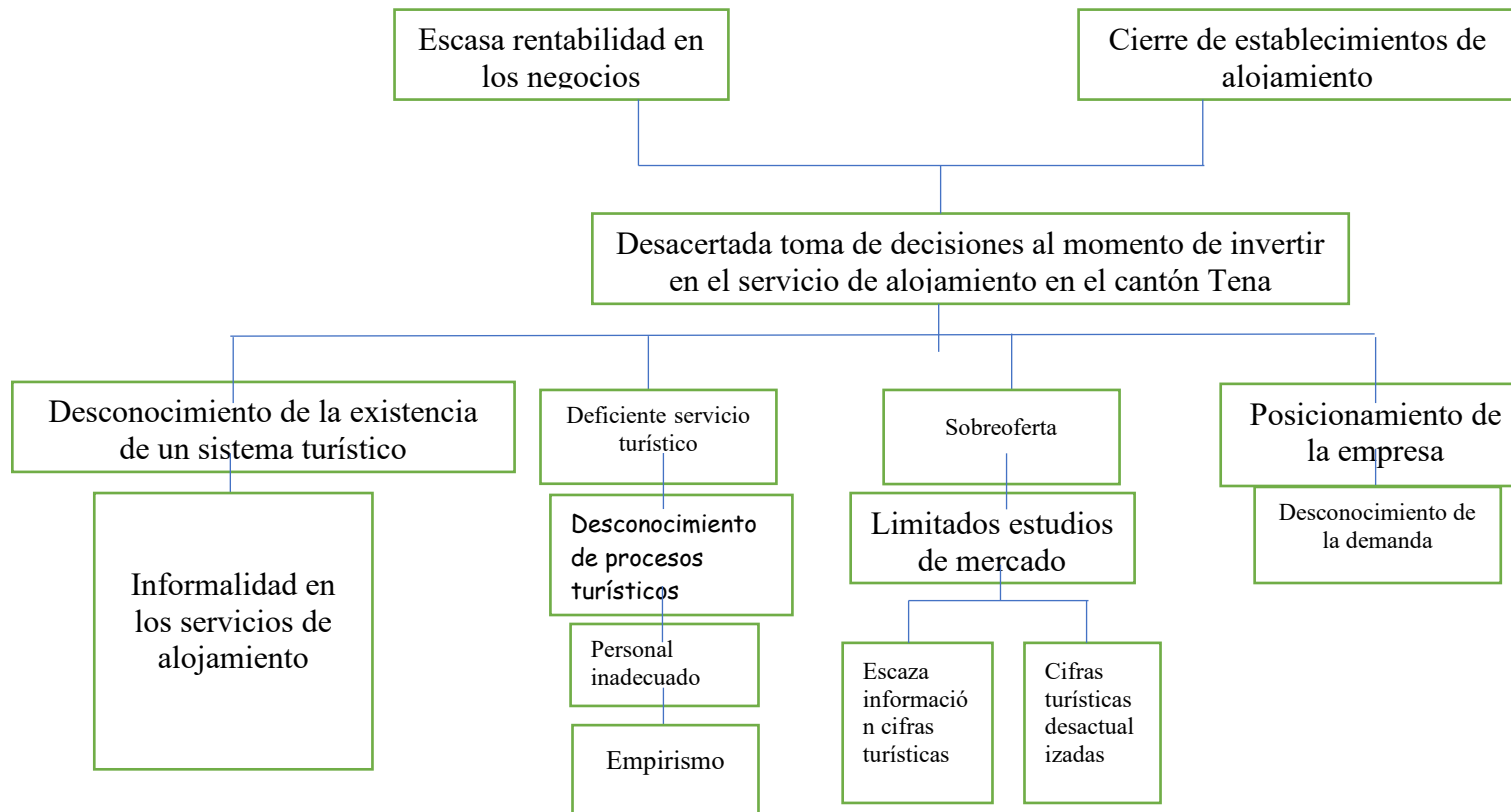
## **ANEXOS**

**Anexo 1.**  
**Matriz de ISHIKAWA**






**Anexo 2.**  
Árbol de problemas



### Anexo 3.

Encuesta para recopilación de información.

 <p style="text-align: center;"><b>UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA</b> <b>CENTRO DE POSTGRADOS</b> <b>MAESTRÍA EN TURISMO: MENCIÓN GESTIÓN DEL TURISMO</b></p>	
<p>Los datos obtenidos son confidenciales y serán utilizados únicamente con fines académicos. Su aporte será de mucha ayuda para el desarrollo del estudio denominado: <b>“INVERSIÓN EN EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN EL CANTÓN TENA. AMAZONÍA – ECUADOR”</b></p>	
Datos Personales del inversionista	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: _____	
1.1 Grado de instrucción <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> Ninguna	
1.2 Profesión: <input type="checkbox"/> Profesionales a fines a turismo <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Otras.....	
1.3 Edad: <input type="checkbox"/> 18 – 29 años <input type="checkbox"/> 30 – 49 años <input type="checkbox"/> Mas de 50 años	
1.4 Sexo <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino	
1.5 Procedencia <input type="checkbox"/> Costa <input type="checkbox"/> Sierra <input type="checkbox"/> Amazonia <input type="checkbox"/> Insular <input type="checkbox"/> Extranjero	
1.6. El sistema turístico es importante por: <input type="checkbox"/> Interrelaciona componentes como: oferta, demanda, operadores de mercado y espacio geográfico con la finalidad de contribuir al desarrollo de la actividad turística. <input type="checkbox"/> Permite conocer la dinámica turística <input type="checkbox"/> Tomar decisiones acertadas para la inversión turística. <input type="checkbox"/> Desconoce.	
Datos del establecimiento	
2.1. Tipo de establecimiento: <input type="checkbox"/> Campamento turístico <input type="checkbox"/> Casa de huéspedes <input type="checkbox"/> Hostal <input type="checkbox"/> Hostería <input type="checkbox"/> Hotel <input type="checkbox"/> Lodge <input type="checkbox"/> Resort	
2.2 Etapa en la que se encuentra su empresa: <input type="checkbox"/> Nacimiento <input type="checkbox"/> Crecimiento <input type="checkbox"/> Madurez <input type="checkbox"/> Declinación <input type="checkbox"/> Liquidación	
2.3. Número de plazas: <input type="checkbox"/> 1 – 35 plazas <input type="checkbox"/> 36- 65 plazas <input type="checkbox"/> 66 -95 plazas <input type="checkbox"/> Mas de 96 plazas.	
2.4. Asignación de precio por: <input type="checkbox"/> Persona <input type="checkbox"/> Habitación	
2.5 Categoría del establecimiento: <input type="checkbox"/> 5 estrellas <input type="checkbox"/> 4 estrellas <input type="checkbox"/> 3 estrellas <input type="checkbox"/> 2 estrellas <input type="checkbox"/> 1 estrella <input type="checkbox"/> Única <input type="checkbox"/>	
2.6 Valor aproximado de sus ventas anuales: <input type="checkbox"/> V: < a \$100.000 <input type="checkbox"/> \$ \$100.001 a \$1'000.000. <input type="checkbox"/> \$1'000.001 a \$2'000.000. <input type="checkbox"/> \$2'000.001 a \$5'000.000. <input type="checkbox"/> \$5'000.001 en adelante.	
2.7 Número de personas que laboran en su empresa: <input type="checkbox"/> 1 a 9. <input type="checkbox"/> 10 a 49 <input type="checkbox"/> 50 a 99. <input type="checkbox"/> 100 a 199. <input type="checkbox"/> 200 en adelante.	
2.8 Tipo de razón social: <input type="checkbox"/> Persona natural <input type="checkbox"/> Persona jurídica	
2.9 ¿Maneja la contabilidad de su empresa? <input type="checkbox"/> Rigurosamente <input type="checkbox"/> Medianamente <input type="checkbox"/> No aplica	
2.10.¿Cómo dispone Ud de las utilidades anualmente? <input type="checkbox"/> Ahorra <input type="checkbox"/> Reinvierte en la empresa <input type="checkbox"/> Invierte en otras actividades <input type="checkbox"/> Gasta en necesidades personales <input type="checkbox"/> Otros, especifique _____	
2.11 ¿Cuántos de los que se hospedan vienen por medio de Agencias de Viaje? <input type="checkbox"/> 0 – 25% <input type="checkbox"/> 26 – 50% <input type="checkbox"/> 51 – 75% <input type="checkbox"/> 76 – 100%	

Datos de la variable Inversión
3.1 Capital inicial invertido en su empresa: <input type="checkbox"/> 1,00 – 250 000 <input type="checkbox"/> 250 000 – 500 000 <input type="checkbox"/> 500 000 – 750 000 <input type="checkbox"/> Mas de 1 000 000, 00
3.2. ¿Actualmente, tiene usted capacidad de inversión? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
3.3 ¿Su inversión fue realizada a través de un crédito? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
3.4. Si acude al crédito, ¿qué tipo de crédito? <input type="checkbox"/> Crédito formal/bancario <input type="checkbox"/> Crédito informal
3.5 ¿Que espera mejorar al invertir? <input type="checkbox"/> Infraestructura <input type="checkbox"/> Tecnología <input type="checkbox"/> Venta - MKT <input type="checkbox"/> Capacitación / Formación <input type="checkbox"/> Imagen corporativa <input type="checkbox"/> Otros: _____
3.6 Al invertir usted espera resultados: <input type="checkbox"/> A corto plazo <input type="checkbox"/> A mediano plazo <input type="checkbox"/> A largo plazo
3.7 ¿Qué factores cree que influyen en sus decisiones de inversión dentro y fuera de su empresa? (marque 3 alternativas necesarias para su respuesta) <input type="checkbox"/> Riesgo <input type="checkbox"/> Competencia <input type="checkbox"/> Incertidumbre <input type="checkbox"/> Intervención del gobierno <input type="checkbox"/> Nivel de ingreso <input type="checkbox"/> Tasa de interés <input type="checkbox"/> Utilidad esperada <input type="checkbox"/> Tiempo de retorno <input type="checkbox"/> Entorno económico y social
Información de la demanda
4.1. Rango de edad del cliente que visitan su establecimiento: <input type="checkbox"/> 0 a 9 años <input type="checkbox"/> 10 a 19 años <input type="checkbox"/> 20 a 29 años <input type="checkbox"/> 30 a 39 años <input type="checkbox"/> 40 a 49 años <input type="checkbox"/> 50 a 59 años <input type="checkbox"/> 60 años y más.
4.2. Procedencia: <input type="checkbox"/> Ecuatoriano <input type="checkbox"/> Europeo <input type="checkbox"/> Latinoamericano <input type="checkbox"/> Norteamericano
4.3. Número de veces que retorna el cliente <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> 1 – 2 veces <input type="checkbox"/> Mas de 3 veces
4.4. Modalidad de viaje: <input type="checkbox"/> Solo <input type="checkbox"/> Con pareja <input type="checkbox"/> Familiar <input type="checkbox"/> Negocios
4.5 Tipo de habitación que frecuentemente solicita el cliente <input type="checkbox"/> Sencilla <input type="checkbox"/> Doble <input type="checkbox"/> Triple <input type="checkbox"/> Cuádruple <input type="checkbox"/> Múltiple <input type="checkbox"/> Junior suite <input type="checkbox"/> Suite
4.6. Motivación de viaje del cliente: <input type="checkbox"/> Turismo <input type="checkbox"/> Negocio <input type="checkbox"/> Visita familiar
Gracias por sus respuestas sr. empresario