



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA**  
**Trabajo de Integración Curricular**

---

**Implementación del servicio de alojamiento en base al análisis de Oferta y  
Demanda Turística de la Agencia de viajes Lago Adventure.**

Nathaly Silvana Casos Merino<sup>1</sup>  
ltur2017034@uea.edu.ec

Nathaly Silvana Oviedo Diaz<sup>1</sup>  
ltur2017088@uea.edu.ec

Vivas Urdánigo Emilio José, M.Sc<sup>1</sup>  
ej.vivasu@uea.edu.ec

**Universidad Estatal Amazónica, Facultad de Ciencias de la Vida, Carrera de  
Turismo (1)**

***Resumen***

La Agencia Lago Adventure se dedica a la prestación de servicios turísticos para generar experiencias únicas en la selva amazónica mediante la operación turística, promoción y venta de tours full day en los que se contemplan servicios de alimentación, alojamiento, transporte y guianza. La escasa innovación en el servicio de alojamiento y la prestación deficiente del mismo ha generado que se analice la factibilidad de la implementación de este servicio brindado. La metodología implementada consistió en realizar un análisis de la oferta y demanda, combinando el uso de encuestas, entrevistas estructuradas y observación de campo para la recopilación de información y verificación de la misma. Posteriormente para el tratamiento de los datos, se realizaron análisis estadísticos de las variables nominales y ordinales de la encuesta. Los resultados obtenidos indicaron que el análisis de fiabilidad del alfa de Cronbach fue de 0,844, del mismo modo los resultados del test de Chi cuadrado demostraron la asociación estadística existente entre las variables de nivel de satisfacción del servicio brindado por la agencia y la disposición de los turistas para adquirir el servicio de alojamiento, pues el resultado de  $0.00 < 0.05$ , señaló que existe interés por utilizar este servicio, finalmente los resultados del análisis factorial evidenciaron la correcta asociación estadística entre las variables y factores, los cuales fueron: calidad en la prestación del servicio y calidad del tour en base a sus servicios.

**Palabras Clave:** demanda turística, eco alojamiento, turismo sostenible, turismo de aventura.

**Abstract**

Lago Adventure Travel Agency is dedicated to the provision of tourist services to generate unique experiences in the Amazon rainforest by selling full day tours that include food, accommodation, transportation and guide services, the lack of innovation in the accommodation service and the poor delivery of the same has generated that the feasibility of the implementation of this service provided is analyzed. Through the analysis of supply and demand using as methodology a descriptive design combining the use of surveys, structured interviews and field observation for the collection and verification of information. Then, before three procedures of statistical analysis with the square Chi of 0.00, Cronbach's alpha of 0.844 and factor analysis greater than seven in its three extracted components, generated reliability in the data and positive results and acceptance before the implementation of the accommodation service managed properly by the agency.

**Keywords:** tourist offer, demand, tourist services, attractions, tours.

## **1. INTRODUCCIÓN**

El sector turístico es catalogado como uno de los mayores generadores de ingresos económicos a nivel internacional, para así pues, constantemente va adquiriendo importancia en los países en vías de desarrollo debido a la variedad de oportunidades que genera, desde la dinamización de la economía hasta múltiples plazas de empleo que fortalecen y mejoran la calidad de vida de los habitantes, no obstante, es importante compatibilizar el crecimiento económico con el cuidado y conservación del patrimonio natural y cultural. (Chérrez, López & Logroño, 2021)

El turismo ecológico el cual tiene como finalidad el desarrollo de actividades turísticas con el mínimo impacto ambiental en flora y fauna existente en un lugar, lo cual genera un desarrollo de turismo consciente y responsable, orientándose así al enfoque del turista actual, dado que a este le interesa establecer un vínculo en el cual sus necesidades estén relacionadas con respeto y conservación a la naturaleza.

Los servicios turísticos son parte fundamental de la actividad turística, pues cubren

las necesidades de los turistas, según Urenda (2006) los servicios turísticos se dividen en tres grupos importantes que son; servicio de hospedaje, el cual ofrece alojamiento a los turistas, mientras que el servicio de alimentación dedicado a proporcionar variedad de alimentos a los turistas, el servicio de transporte complementa la visita del turista, pues permite el correcto desplazamiento y aprovechamiento del tiempo. Es necesario mencionar que todos los servicios mencionados están estrechamente relacionados con las agencias de viajes, debido a que estas facilitan la organización y adquisición de estos servicios.

El servicio hospedaje es una pieza clave para los viajes, por ello Veloz y Vasco (2016) destacan la importancia y participación de estas empresas en el mercado turístico y los retos a los cuales se enfrentan, pues la calidad en servicio de alojamiento depende completamente de la percepción del huésped, por lo tanto, deben realizar cambios radicales en innovación y mantener las instalaciones de acuerdo a las necesidades actuales de los turistas. La calidad del servicio se proyecta de acuerdo al desempeño del personal que trabaja en el hotel, dado que estos son los que se mantienen en contacto directo con los huéspedes y por lo tanto forman parte de la imagen del establecimiento.

De acuerdo a Albuja (2017) la creación de cabañas ecoturísticas generan un ambiente sostenible en donde previamente se debe tomar en cuenta un estudio de mercado para de esta manera analizar las características que interviene en el diseño de cabañas, siempre haciendo énfasis a la generación de sostenibilidad ya que la intervención de recursos naturales en su diseño es la base primordial, debido a que mediante su interacción con el entorno permitirá la conservación de área mediante un equilibrio ambiental, social y económico.

El cantón Lago Agrio al estar ubicado en la región amazónica del país comprende una gran riqueza natural, así mismo su riqueza cultural es emblemática por la diversidad de culturas existentes, de esta manera el territorio es determinado como un área con gran potencial para el desarrollo de turismo ecológico, pese a tener potencial para el desarrollo de este tipo de turismo, en la actualidad este sector no es explotado a fondo de la mejor manera, debido al desarrollo pausado y la poca inversión para el turismo. Esto ocasiona que sea una limitante para promover la oferta turística del sector y generar dinamización económica y desarrollo social del cantón. (Serrano, 2018)

Bajo este contexto, se hace énfasis en la agencia Lago Adventure fundada en el año 2016 y conocida en el cantón Lago agrio como una agencia de ecoturismo encargada de

satisfacer necesidades mediante servicios turísticos organizados en tours, los cuales se enfocan principalmente hacia visitantes locales en base a una oferta en el interior de la provincia de Sucumbíos, la prestación de servicios turísticos incluye alojamiento, gastronomía, guianza y transporte, si bien es claro la agencia de viajes Lago Adventure, basa su oferta en el turismo de naturaleza, el cual trata de consolidar armonía entre el bienestar de comunidades locales y a su vez la preservación del ambiente natural.

El turismo en el cantón Lago Agrio se encuentra aún en proceso de desarrollo, esto debido a que el territorio es comúnmente conocido por ser zona petrolera. Bajo este contexto se hace énfasis en el turismo existente en el cantón Lago Agrio en donde se determina que este sector que se encuentra poco explorado al relacionarlo de forma directa con la oferta turística (Correia, Butler & Oliveira, 2008), sin embargo, el cantón posee recursos y atractivos naturales y culturales que lo caracterizan lo cual, mediante gestión de destino adecuada, se puede transformar a un sector dinamizador de la economía local.

A través de la implementación del servicio de alojamiento se busca mejorar la experiencia del visitante, prolongar el tiempo de estadía, generar mejores ingresos económicos y cambiar la percepción del turista sobre el cantón, apuntando a un destino consolidado y no como un sitio de paso.

El objetivo principal de este artículo es analizar la oferta y demanda actual de los servicios de la agencia de viajes, con la finalidad de determinar la viabilidad del servicio de alojamiento, basado en la elaboración de un trabajo de campo, que recolectará información a los usuarios de los servicios de la agencia Lago Adventure.

## **2. MATERIALES Y MÉTODOS/METODOLOGÍA**

### ***2.1 Diseño de la investigación***

Para la realización de esta investigación, se consideró un diseño descriptivo y el proceso metodológico consistió en una combinación de encuestas, entrevistas estructuradas y observación de campo.

### ***2.2 Entrevista estructurada***

Con la finalidad de conocer la oferta de servicios de la agencia Lago Adventure, perfil del cliente, número de turistas que usaron los servicios y otros datos complementarios, se procedió a elaborar una entrevista estructurada al propietario del establecimiento dónde se pueda conocer a fondo los servicios turísticos organizados que ofrece y la situación actual

de sus actividades, así mismo las visitas comprendidas en el año 2021, los datos se obtuvieron en base a doce preguntas estructuradas y organizadas por categorías como: información básica de la agencia, servicios e información adicional.

Como complemento para la primera fase de la investigación, se realizó una revisión bibliográfica de fuentes primarias y secundarias de información, además de visitas al Ministerio de Turismo, donde se consultó la base de datos del catastro de hoteles registrados en la ciudad, con la finalidad de identificar la oferta actual del servicio de alojamiento en la ciudad, en dónde se establecen los establecimientos que brindan el servicio de alojamiento en el cantón Lago Agrio.

### ***2.3 Población y muestra***

Para la segunda fase de la investigación, se determinó el universo poblacional en base al número de turistas que utilizaron los servicios de la agencia durante los últimos 4 años, luego se utilizó una fórmula para poblaciones finitas para determinar el tamaño muestral. Como muestra la tabla 1.

**Tabla 1**

*Ficha técnica de investigación acerca de la demanda*

<b>Lago Agrio</b>	<b>Nueva Loja</b>
<b>Número de Turistas (2021)</b>	500
<b>Muestra</b>	217
<b>Error muestral</b>	5%
<b>Procedimiento</b>	Muestreo aleatorio simple
<b>Período de realización</b>	Enero 2021
<b>Control de la muestra</b>	Realización por los autores de la investigación.

### ***2.4 Encuesta***

Como instrumento de recolección de datos se utilizó una encuesta, con la finalidad de definir, analizar y evaluar la demanda actual del servicio de alojamiento por parte de los turistas que utilizaron los servicios de la agencia. El proceso de diseño y validación de la encuesta consistió en tomar como referencia investigaciones de los autores Gokovali, Bahar

y Kozak (2007) y Correia et al. (2008). También se compartió el cuestionario con representantes del gremio hotelero y Ministerio de Turismo. El total de preguntas de la encuesta fueron 26, las cuales se distribuyeron entre preguntas cerradas y con escala de Likert, para la obtención de información acerca del servicio de alojamiento, mediante el perfil sociodemográfico del turista, la motivación de su viaje, la utilización de los servicios prestados y la valoración de los recursos turísticos durante su visita.

La encuesta se realizó en dos fases, primero se realizó una encuesta piloto dirigida a 15 turistas, con la finalidad de identificar errores en el diseño del cuestionario, para que la recolección de la información sea óptima. Luego se procedió a la aplicación total de la muestra.

### ***2.5 Análisis y tratamiento de los datos.***

Para comprobar la fiabilidad del instrumento de recolección de datos, se aplicó el coeficiente del Alfa de Cronbach, mediante el software estadístico SPSS. Para el tratamiento de las variables nominales, se utilizó la prueba de chi cuadrado, con la finalidad de identificar asociaciones estadísticas entre los ítems de la encuesta, mientras que, para el análisis de las variables de tipo ordinal, se utilizó un análisis factorial con el método de extracción de componentes principales.

## **3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Se identificó la oferta similar a la implementación del servicio de alojamiento en el cantón Lago Agrio, así mismo se determinó en base a la recopilación de información la oferta turística que presta la agencia de viajes Lago Adventure, por otra parte se analizó la demanda turística cuyos datos obtenidos arrojaron datos viables para su análisis y consolidación de la viabilidad de la implementación del servicio de alojamiento, los resultados obtenidos en base al análisis de oferta y demanda se detallan a continuación:

### ***3.1 Análisis de la Oferta***

Mediante información bibliográfica obtenida de fuentes primarias y secundarias, se constataron datos generales con respecto al servicio de alojamiento de Lago Agrio, encontrándose 22 hoteles y 24 hostales. Como se aprecia en la tabla 2.

**Tabla 2***Establecimientos de alojamiento del cantón Lago Agrio*

<b>Tipo de alojamiento</b>	<b>Nombre del establecimiento</b>	
Hoteles	Gran Hotel de Lago	Marqués Amazónico
	Arazá	París
	El Cofán	Zumag
	La Cascada	Grand Ávila
	D' Mario	Uriel
	Lago Imperial	Oasis
	San Carlos	Palma Real
	Castillo Real	Marcella
	Pacayacu	Canaima
	Grand Hotel Oriente	Gran Colombia
Hostales	Selva Real Internacional	Victoria
	Shalom	Sayonara
	Mini Yasuní	La Cabaña
	Gabrielita	La Posada
	Americano	Israel
	Casa Blanca	Shaday
	King David	Secoya
	El Rey Amazónico	El Costeñito
	Amazónico Bello Amanecer	Oro Negro
	Damaris	Joelisker Lago

---

Boston	Isis
Oriental	Sumak Amazónico
Rous Mery	Don Julio
Don Eras	Chargian
San Andrés de Lago	Brisas de San Miguel
Gran Hostal de Cali	Platinum
Palma Real	Ecuador

---

*Nota.* Consolidado Nacional (2019)

Así mismo, para el análisis de la oferta de la agencia de viajes, se realizó una entrevista al gerente y propietario de la agencia Lago Adventure para conocer diversas características y actividades de su organización ante la prestación de servicios turísticos, en donde se recopiló la siguiente información:

Cristian García, profesional de la localidad en gestión turística y medio ambiente, es el fundador de la agencia, la cual fue creada en noviembre de 2016 y está dedicada a la prestación de servicios turísticos, su oficina se encuentra ubicada en la ciudad de Lago Agrio en el Barrio Julio Marín, Av. Juan Pío Montufar y calle Puerto López. La agencia Lago Adventure se dedica a la operación turística, promoción y Booking de Cuyabeno, además de la elaboración de paquetes personalizados dentro del país para grupos familiares e instituciones, los tipos de tours que realiza son de estilo full day de aventura, los cuales son realizados por los lugares exóticos y característicos de la Amazonía, en base a ello da a conocer el costo de los tours más promovidos de forma general siendo estos los siguientes: Tour Ruta del agua 2 (Tour full day de 8:30 a 6:30 pm) precio 35 dólares por persona y Tour Cuyabeno desde 2 noches y 3 días, precio 235 dólares por persona en adelante, como se detalla en la tabla 3.

De igual manera se identificó que los servicios de la agencia son difundidos mayormente de forma digital, ya sea en páginas web y redes sociales como Facebook e Instagram, así mismo da a conocer que la agencia ha manejado una demanda alrededor de 2.000 personas desde el año 2017 al 2021. Sin embargo, el confinamiento ha hecho que sus

servicios se vean afectados debido a que el principal producto era el turismo académico, ya que cuentan con el aval del distrito educativo lo que les permite realizar giras de aprendizaje, eso sumado a las restricciones por pandemia y falta de viabilidad han reducido a menos de la mitad la operación, reduciendo al mínimo los colaboradores, muchas veces siendo ellos los guías al existir pocos turistas, dejando así de ofrecer trabajo a guías colaboradores y transportistas. Pese a la problemática que se vive actualmente la agencia continúa prestando sus servicios mediante recomendaciones de la OMT y acatando las debidas precauciones para brindar servicios confiables y seguros para los turistas. Se detalla información importante en la siguiente tabla:

**Tabla 3**

*Tours ofertado por la agencia Lago Adventure*

<b>Nombre del Tour</b>	<b>Duración</b>	<b>Características</b>
Tour kayak en el río Aguarico	Cuatros horas consideradas con un precio variable.	En el tour se incluye actividades como: nadar, columpiarse, realizar avistamiento de flora y fauna, mediante esta actividad de aventura en las aguas del río aguarico, el tour incluye transporte, guía y equipos de seguridad.
Tour ruta del agua 2 - cascadas	Duración variable con un costo de \$30 por persona	Es un tour full day que tiene como finalidad visitar tres cascadas, en donde se pueden desarrollar actividades como: nadar, bucear, realizar trekking y avistamiento de flora y fauna, el tour incluye, alimentación, guía, equipos de seguridad y transporte.
Tour Ruta del Agua 3 - Lago Agrio	Duración variable al igual que su	Es un tour full day

### **3.2 Análisis de la Demanda**

Mediante la aplicación de una encuesta estructurada a una muestra poblacional de 217 turistas que percibieron los servicios de la agencia se conocieron datos relevantes acerca de la demanda de la agencia, en donde los valores obtenidos de las variables nominales y ordinales fueron sometidos a análisis estadísticos para su tabulación e interpretación, se detallan a continuación:

### **3.3 Análisis de variables nominales con el Test de chi cuadrado**

Mediante el test de chi cuadrado se comprobó la asociación estadística existente entre las variables del nivel de satisfacción con el servicio contratado en la agencia y la variable que permite conocer si estuviesen dispuestos a adquirir el servicio de alojamiento brindado por la agencia. Como se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 4**

*Test Chi Cuadrado*

---

	<b>Significación asintótica (bilateral)</b>
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	0,000

---

De esta manera se consolida factible el test debido a que el resultado arrojado fue de 0.00, pues se acepta la hipótesis dado que el valor es menor de 0.05, en donde se determinaron que las dos variables analizadas sí poseen dependencia, esta información fue contrastada en base a los análisis realizados por Marcos y Aguilasochó (2018) los cuales se enfocaron en dos variables importantes del servicio de alojamiento, la categoría de hoteles y mejores comentarios de satisfacción de los clientes, pues de esta manera se comprobó su dependencia, ya que el resultado fue un valor de 0,00 demostrando así que la hipótesis “A mayor categoría del hotel, mejores los comentarios de satisfacción de los clientes” fue aceptada.

Por otra parte, para Carvache, W., Torres y Carvache, F (2016) las variables nivel de

ingreso y nivel de formación son dependientes, dado que el valor de 0,000 determinó que el nivel de ingreso de los turistas se enlazó ampliamente con su formación académica, de esta manera se logró resaltar que la adquisición de productos y servicios hoteleros dependen en gran magnitud del tipo de alojamiento adquirido. Finalmente, con respecto a la investigación desarrollada por Orgaz, Domínguez, López y Moral (2016), las variables nivel de ingreso y edad demostraron ser dependientes, dado que el resultado del análisis fue 0,000 comprobando de esta manera la asociación estadística y aceptando la hipótesis de que la edad está estrechamente relacionada con el nivel de ingreso para hacer uso del alojamiento turístico.

### **3.4 Análisis de variables ordinales**

#### **3.4.1 Coeficiente Alfa de Cronbach**

Los datos que fueron obtenidos en base a la encuesta aplicada se procesaron en el programa estadístico IBM SPSS, sus resultados arrojaron lo siguiente:

**Tabla 5**

*Resultado del Coeficiente Alfa de Cronbach*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados</b>	<b>N de elementos</b>
<b>0,844</b>	0,859	18

Se determinó relación entre los ítems de las preguntas, ocasionando que el cuestionario ejecutado es confiable con un 0.844 en su coeficiente alfa de Cronbach lo que quiere decir que posee alta fiabilidad debido a que mientras más cercano a 1 sea su valor es más fiable. Se fundamentó el análisis con la investigación realizada por Morillo, M.C. y Morillo, M.D.C. (2017) en donde las escalas analizadas fueron confiables, dado que el coeficiente alfa fue superior a 0.835 demostrando así su fiabilidad, en base a ello es importante recalcar que, para realizar distintas investigaciones es necesario evaluar las encuestas diseñadas, dado que esto permite que la información sea fiable, en base a ello Morillo (2011) manifestó que en su investigación, el alfa fue de 0.992 demostrando que las escalas de los instrumentos son aceptables y elevadas, por lo cual la información obtenida

fue confiable y permitió la óptima ejecución de su investigación, otro caso importante en el cual se demostró la relevancia de este análisis fue con Vidrio, Rebolledo y Galindo (2020) pues el alfa indicó un valor de 0.97 con respecto a la encuesta utilizada para determinar la confiabilidad de compra en relación a la calidad del alojamiento, de este modo la información obtenida en los distintos casos fue factible para llegar y conseguir los resultados esperados.

### ***3.4.2 Análisis factorial con el método de extracción de componentes principales***

Para su desarrollo se extrajeron tres componentes principales con su respectivo índice de correlación y varianza, los datos dieron como resultado lo siguiente:

**Tabla 6**

*Varianza relacionada a tres componentes extraídos*

Componente	Sumas de cargas al cuadrado de la rotación
	% acumulado
1	28,658
2	55,801
3	70,018

De acuerdo al análisis de la varianza correspondiente a tres componentes principales extraídos se determinó un 70% de varianza acumulada en todos los componentes.

Por otra parte, mediante el método de rotación varimax con normalización Kaiser, determinó que los tres componentes principales extraídos poseen valores superiores a 0.7; lo que significa que los índices de correlación son favorables, es decir, existe asociación estadística entre los componentes y variables debido a que registraron valores superiores a 0.7, las preguntas de cada componente con su respectivo índice de correlación son las siguientes:

**Tabla 7**

*Matriz de componentes rotados*

Preguntas en escala de Likert	Componente		
	1	2	3
Considerando su experiencia, ¿qué probabilidad hay de que recomiende la adquisición de un tour prestado por la agencia lago adventure a un amigo o familiar?	-,117	,346	<b>,780</b>
¿Cómo considera la implementación de del servicio de alojamiento propiamente manejado por la agencia lago adventure para fortalecer su oferta turística?	,432	-,200	<b>,711</b>
¿Cómo fué la atención en el proceso de compra del tour?	,373	<b>,711</b>	,030
¿Cómo valoraría el servicio de alojamiento durante el tour contratado?	,210	<b>,809</b>	-,009
¿Cómo valoraría la alimentación recibida durante el tour contratado?	,354	<b>,804</b>	,006
¿Cómo valoraría el servicio de guianza recibido durante el tour contratado?	<b>,781</b>	,297	-,142
¿Cómo valoraría el servicio de transporte recibido durante el tour contratado?	<b>,837</b>	,354	,007
¿Cómo valoraría las medidas de seguridad que brinda la agencia durante el tour contratado?	<b>,800</b>	,305	,019

Se contrasta los resultados obtenidos haciendo alusión a la investigación realizada por Pizarro y Martínez (2020), en donde da realce a la importancia del análisis factorial como técnica estadística. A través del test de Kaiser, se conoció el porcentaje de varianza entre variables y a su vez el análisis de componentes extraídos de factores principales de un cuestionario aplicado, en dónde se conservaron 18 variables y se tomó como referencia la escala de Likert en dónde la mayor varianza acumulada fue la de cuatro factores con un porcentaje del 51 %. Del mismo modo, Moliner et al. (2017) en su investigación genera una muestra de 256 individuos dónde analiza 24 ítems para generar pruebas de validación y fiabilidad, así mismo mediante el análisis factorial se corrobora la hipótesis establecida con una varianza promedio del 71% dónde finalmente da a conocer que todas las variables está bien representadas por un mismo factor. Se evidencia así la viabilidad de la implementación

del servicio de alojamiento, tomando en consideración la predisposición a usar el alojamiento por parte de los turistas que han utilizado previamente los servicios de la agencia, motivados por la buena percepción que mantienen de la experiencia de compra.

#### 4. CONCLUSIONES

Se determinó que la oferta turística de alojamiento en el cantón Lago Agrio, asciende 46 establecimientos hoteleros, los mismos que están clasificados en 22 hoteles y 24 hostales y cubren la necesidad de alojamiento de aquellos turistas que viajan de forma independiente, por otra parte, se analizó la oferta turística de la agencia Lago Adventure, la cual está dedicada a la operación, promoción y venta de Cuyabeno con tours tipo full day como son: tour kayak río Aguarico, tour ruta del agua 2 y tour ruta del agua 3, en los cuales destacan la belleza y particularidad de los atractivos turísticos de la Amazonía.

El análisis acerca de la demanda de la agencia evidencia una asociación positiva entre las variables de nivel de satisfacción del servicio contratado anteriormente, con la adquisición del servicio a futuro. Se demuestra así una correlación entre la experiencia positiva con la calidad de la agencia y la disponibilidad a usar el servicio de alojamiento a futuro.

#### REFERENCIAS

- Albuja, J. (2017). *Estudio de mercado para la implementación y diseño de Cabañas turísticas sostenibles en la parroquia “el Chaupi”, cantón Mejía, provincia de Pichincha* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica Del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Amat, J. (2017). *Análisis de Componentes Principales (Principal Component Analysis, PCA) y t-SNE*. Ciencia de Datos. Recuperado de [https://www.cienciadedatos.net/documentos/35\\_principal\\_component\\_analysis](https://www.cienciadedatos.net/documentos/35_principal_component_analysis)
- Carvache, W., Torres, M., & Carvache, M. (2016). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita montaña-Ecuador. *Cuadernos de Turismo*, 39, 113–119. <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290461>
- Correia, A.; Butler, R. Y Oliveira, N. (2008). First-time and repeat visitors to Cape Verde. *The overall image. Tourism Economics*, v. 14, n. 1, p. 185-204.
- Chérrez Bahamonde, R., López Paredes, C., & Logroño Naranjo, S. (2021). El turismo como recurso generador de crecimiento y desarrollo económico mediante indicadores estadísticos. *Fomento de La Investigación y Publicación En Ciencias Administrativas, Económicas y Contables*, 6(1), 648–664. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.361>

- Gokovali, U.; Bahar, O. Y Kozak, M. (2007). Determinants of length of stay: A practical use of survival analysis. *Tourism Management*, v. 28, p. 736-746.
- Genise, C. (2010). *Hotelería tradicional versus nuevas modalidades de alojamiento*. (Tesis de grado). Universidad de Palermo. Recuperado de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/archivos/146.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/146.pdf)
- Julca Meza, E. C. (2016). Un Enfoque a La Importancia Del Turismo. *Turismo y Patrimonio*, 10, 133–136. Recuperado de <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/17>
- Lago Adventure (2022). *Tours de aventura y naturaleza* [LagoAdventure]. Facebook. <https://www.facebook.com/LAGOADVENTURESUCUMBIOSECUADOR>
- Marcos, A., & Aguila-socho, D. (2018). Análisis de los principales factores de evaluación desde la perspectiva de los usuarios del portal de reservaciones Booking.com. *Revista de Gestión Empresarial y Sustentabilidad*, 4(1), 93–112. Recuperado de <https://ideas.repec.org/a/msn/rgrjnl/v4y2018i1p93-112.html>
- Ministerio de Turismo (2019). Consolidado nacional de establecimientos turísticos. Ministerio de Turismo. (2016). Reglamento de alojamiento turístico. 3(465 de 24-mar.2015), 1–17. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo de El Salvador. (s.f.). *Turismo y alojamiento: Política Nacional de Turismo de El Salvador*.
- Moliner, L., García, A., Domenech, A., Vallet, T., Vallet, I., & Alegre, F. (2017). Diseño, validación y análisis factorial exploratorio y confirmatorio de la escala de actitud Cohesiva para la evaluación de la eficacia de los talleres de habilidades cooperativas. *Estudios Pedagógicos*, 43(1), 213–234. <https://doi.org/10.4067/S0718-07052017000100013>
- Morillo, M. (2011). Indicadores de gestión de la calidad para los servicios de alojamiento turístico del estado Mérida. *Actualidad Contable Faces*, 14(22), 86–119.
- Morillo, M. C., & Morillo, M. D. C. (2017). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, 22(2), 111–131. <https://doi.org/10.31876/rcs.v22i2.24863>
- Orgaz Agüera, F., & Moral Cuadra, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*, 31. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-90362016000200008&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Orgaz, F., Domínguez, J., López, T., & Moral, S. (2016). El Sistema Todo Incluido en Cancún : El Sistema Todo Incluido en Cancún : *Rosa Dos Ventos*, 8(3), 309–322. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4735/473550236006/473550236006.pdf>
- Pizarro Romero, K., & Martínez Mora, O. (2020). Análisis factorial exploratorio mediante el uso de las medidas de adecuación muestral kmo y esfericidad de bartlett para determinar factores principales. *Journal of Science and Research*, 5(CININGEC), 903 - 924. Recuperado de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/1046>
- Renda, A., & Teotónio, I. (2017). Alojamiento turístico en espacio rural: la percepción de los emprendedores. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 26(4), 845–863.

- Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180752919005.pdf>
- Vidrio, S., Rebolledo, A., & Galindo, S. (2020). Calidad del servicio hotelero, lealtad e intención de compra. *Investigación Administrativa*, 49–1(125), 1–20. <https://doi.org/10.35426/iav49n125.02>
- Serrano Ochoa, M. M. (2018). *Propuesta de diseño de Cabañas Ecoturísticas en la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Tenecora Pozo, E. J., & Zamora Chusán, M. I. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de Eco-Cabañas para contribuir al desarrollo del Turismo Sostenible, en el sector de la comunidad Shuar del Cantón Naranjal*. Recuperado de [http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2537/1/ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE ECO-CABAÑAS PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE%2C EN EL SECTOR DE.pdf](http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2537/1/ESTUDIO_DE_FACTIBILIDAD_PARA_LA_CREACION_DE_ECO-CABAÑAS_PARA_CONTRIBUIR_AL_DESARROLLO_DEL_TURISMO_SOSTENIBLE%2C_EN_EL_SECTOR_DE.pdf)
- Urenda, A. (2006). Los servicios turísticos. *Revista Conexión de Hospitalidad y Gastronomía*, 20–28. Recuperado de [http://aliatuniversidades.com.mx/conexxion/wp-content/uploads/2016/09/CHyG-13\\_Art-3.pdf](http://aliatuniversidades.com.mx/conexxion/wp-content/uploads/2016/09/CHyG-13_Art-3.pdf).
- Veloz, C., & Vasco, J. (2016). Calidad en el servicio de las empresas hoteleras de segunda categoría. *Ciencia Unemi*, 9(18), 19–25. Recuperado de <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol9iss18.2016pp19-25p>

## **Anexos**

### **Marco Teórico**

#### ***Antecedentes***

La necesidad de hospedarse ha existido desde tiempos remotos, pues los viajes realizados por distintos motivos a un lugar distinto del lugar de residencia crean esta necesidad, no obstante, según Genise (2010) la hotelería no siempre se desarrolló en instalaciones de lujo y cubiertas de servicios complementarios, por el contrario, los espacios eran precarios y vagamente brindaban un lugar para descansar, pues su único propósito se basaba en generar ingresos y no ofrecer calidad en el servicio, no obstante, señala que el principal inconveniente en aquella época era la dificultad de conseguir alimentos, pues las tabernas existentes servían a la población local.

Posterior a ello el servicio de alojamiento fue evolucionando, es así como poco a poco se fueron implementando mayores comodidades, las cuales eran especialmente para aquellas personas adineradas. Sin embargo, con el paso del tiempo, la evolución social y cultural

influyeron para que este servicio sea mejorado, dando como resultado la diversidad de sitios que ofrecen alojamiento de acuerdo a los gustos, preferencias, necesidades e intereses de las personas, por ello es habitual encontrar alojamientos para un nicho de mercado en específico.

En la actualidad el turismo evoluciona constante, pues debe adaptarse a los continuos cambios y necesidades de las personas, por ello, para Orgaz y Moral (2016) el turismo se configura como un potencial económico a nivel mundial, no obstante, su incidencia depende en gran magnitud de los recursos naturales y culturales de un lugar, pues forman una pieza clave para desarrollar turismo, especialmente aquel que se encuentra relacionado con el contacto de la naturaleza y sus comunidades. Esta actividad económica permite el avance socioeconómico y cultural de un determinado lugar.

Tan grande ha sido el impacto del turismo que en la actualidad se ha convertido una importante disciplina, para Julca (2016) en el ámbito educativo se han integrado materias de estudio enfocadas a esta actividad, las mismas que han sido establecidas bajo programas de capacitación y mejoramiento al desempeño del turismo. Además, involucra la transmisión de conocimientos enfocados a todos los servicios que conforman la actividad turística, pues cada uno de estos sustenta y cubre las necesidades de los turistas.

El Ministerio de Turismo de El Salvador (s.f.) hace alusión al alojamiento como aquel servicio que juega un papel trascendental en el turismo considerándolo como uno de los más importantes de la actividad turística, debido a que el alojamiento no solamente es visto como un lugar para pasar la noche, sino aquel que forma parte fundamental de la generación de experiencias a los turistas

De igual manera, se toma como referente al turismo como aquel instrumento determinante para consolidar el desarrollo rural, es por ello que se hace alusión al servicio de alojamiento dentro de este sector en donde Renda y Teotónio (2017) consideran que al impulsar la oferta turística de un lugar influye en el desarrollo turístico como tal, la pernoctación de turistas en un destino con las comodidades adecuadas y necesidades satisfechas ayuda a impulsar no solamente su economía, sino también al destino para atraer visitantes y posicionarlo en el mercado turístico.

### ***Marco legal del servicio de alojamiento en Ecuador***

Los establecimientos de alojamiento brindan hospedaje por un determinado tiempo,

pues cubren la necesidad de descanso de las personas, por lo tanto, es importante que sus instalaciones permanezcan en óptimas condiciones y a la vez brinden seguridad al huésped, del mismo modo el personal del hotel debe mantenerse constantemente alerta y con capacitación continua para dar respuesta a los distintos requerimientos que surjan durante el tiempo de estadía de los turistas.

En Ecuador, el servicio de alojamiento es un aporte fundamental a la actividad turística, por lo cual el Ministerio de Turismo es el encargado de ratificar su buen funcionamiento, mediante el Reglamento de Alojamiento Turístico (2016), el cual señala que:

Art. 4.- Ejercicio de la actividad. - Para ejercer la actividad turística de alojamiento es obligatorio poseer el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento.

Con respecto a la categorización de los establecimientos de alojamiento, estos se clasifican en 9 categorías, cada una con una nomenclatura diferente para identificarla, tal como se detalla en los siguientes artículos:

Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. - Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

- a) Hotel H, para ser considerado hotel debe contar con un mínimo de 5 habitaciones, las cuales deben poseer habitaciones privadas con cuarto de baño, además cuenta con servicios complementarios como restaurante o cafetería según su categoría.
- b) Hostal HS, debe poseer un mínimo de 5 habitaciones y el servicio de hospedaje puede ofrecerse en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño privado o compartido, al igual que el hotel puede ofrecer el servicio de restauración.
- c) Hostería HT, el servicio de hospedaje debe ser habitaciones o cabañas privadas, así mismo puede contar con el servicio de alimentos y bebidas. Cuenta con áreas verdes y recreativas.
- d) Hacienda Turística HA, cuenta con habitaciones privadas o compartidas, sus instalaciones están ubicadas en zonas naturales, las mismas que pueden poseer un valor histórico, de modo que permite establecer un vínculo cultural y contacto directo con la naturaleza.

- e) Lodge L, se enfoca principalmente en el turismo naturaleza, pues sus instalaciones se encuentran ubicadas en espacios naturales, los mismos que sirven para realizar excursiones y observación de flora y fauna.
- f) Resort RS, es aquel que tiene como objetivo ofrecer actividades de recreación y diversión en entornos naturales. Cuenta con servicios complementarios.
- g) Refugio RF, ubicado generalmente en montañas y áreas naturales protegidas para brindar seguridad y protección a los turistas que visitan estos lugares. Cuenta con habitaciones privadas y compartidas.
- h) Campamento Turístico CT, sus instalaciones se encuentran adecuadas para brindar alojamiento en tiendas de campaña, del mismo modo dispone de facilidades como señalética y seguridad dentro del área.
- i) Casa de Huéspedes CH, se destaca principalmente por ofrecer el servicio de hospedaje en la vivienda del prestador de este servicio, la capacidad máxima es de 2 o 4 habitaciones, las cuales pueden contar con el servicio de alimentos y bebidas.

Art. 13.- Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico:

- Hotel de 2 estrellas a 5 estrellas
- Hostal de 1 estrella a 3 estrellas
- Hostería - Hacienda Turística – Lodge de 3 estrellas a 5 estrellas
- Resort de 4 estrellas a 5 estrellas
- Refugio con Categoría única
- Campamento turístico con Categoría única
- Casa de huéspedes con Categoría única.

Las personal naturales o jurídicas pueden pertenecer al servicio de alojamiento turístico, sin embargo, deben contar con ciertos requisitos importantes para su correcto registro y operar con normalidad, así mismo, de acuerdo a los servicios ofrecidos e instalaciones del establecimiento, estos son categorizados y clasificados, es preciso mencionar que para ello deben cumplir con normas específicas que comprueben su correcto desempeño y en base a ello la asignación de su categoría.

Como menciona Tenecora y Zamora (2014) en su proyecto Estudio de factibilidad

para la creación de eco-cabañas para contribuir al desarrollo del turismo sostenible, en el sector de la comunidad shuar del cantón Naranjal, la ejecución del proyecto genera diversos beneficios ya que promueven el flujo turístico local y el desarrollo económico, la prestación del servicio de alojamiento en cabañas ecoturísticas genera experiencias únicas y conservación del entorno ya que los materiales de construcción son propios de la zona y su adecuación va de la mano con el desarrollo sostenible teniendo en cuenta el aprovechamiento de recursos sin comprometer su estado.

Bajo este contexto, se toma como referencia para solucionar la problemática analizada en la investigación la cual parte de la escasa explotación de recursos con respecto al servicio de alojamiento, en donde se pretende que la agencia Lago Adventure promueva su oferta y brinde este servicio innovador en el mercado turístico local, por medio de la prestación del servicio de alojamiento en cabañas ecoturísticas. Por ello, se considera primordial el análisis de la oferta y demanda de los servicios de la agencia de viajes para determinar la viabilidad de la investigación mediante el análisis de datos verídicos y actuales.

Para el óptimo desarrollo de toma en consideración a Tenecora y Zamora (2014) quienes, mediante el diseño descriptivo y el análisis de una muestra poblacional para el análisis de la demanda y la aceptación de la investigación por medio de una entrevista, consolidan una base de datos para la generación de información cuantitativa que es procesada mediante análisis estadísticos para su óptima interpretación y así cumplir con los objetivos de la investigación.

### ***Marco conceptual***

Para el desarrollo del marco conceptual de la investigación se toma como referente a Tenecora y Zamora (2014), en donde se detalla la siguiente terminología:

**Alojamiento:** Espacio destinado con adecuaciones para pernoctar, puede ofrecer servicios complementarios.

**Cabañas ecológicas:** Se considera a todo establecimiento hotelero fuera de los núcleos urbanos, que a cambio de un valor monetario presta servicios de alojamiento en edificaciones individuales con infraestructura acorde con la zona de ubicación y cuya capacidad no sea mayor de 6 cabañas.

**Calidad:** Se considera a la satisfacción de las exigencias del mercado turístico en función

de estándares, costumbres usos y culturas de la demanda.

**Desarrollo económico:** Es la capacidad de generar riquezas a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes.

**Desarrollo sostenible:** Mejora de la calidad de vida de las personas mediante el crecimiento económico social con la protección del medio ambiente, satisfaciendo necesidades actuales y futuras.

**Equipamiento:** Considerado aquel conjunto de instalaciones y sistema necesario para la consolidación de un producto turístico, éste es generado de acuerdo al lugar, temporada, clima, tipo, características, y necesidades.

**Infraestructura:** Son todas las adecuaciones mediante construcción de instalaciones para la prestación de servicios.

**Instalaciones:** Son las adecuaciones o construcciones que tiene como objetivo facilitar la práctica de actividades turísticas.

**Mercado objetivo:** Es aquel lugar o espacio geográfico donde se realiza la compraventa de productos o servicios a cambio de un valor monetario.

**Recursos Naturales:** Son el conjunto de materiales y segmentos de la naturaleza, los cuales son susceptibles de ser aprovechados por el hombre.

**Recursos turísticos:** Son todos los elementos ya sean naturales o artificiales que son aprovechados para el desarrollo de actividades turísticas.

**Alfa de Cronbach:** Es una evaluación de fiabilidad basada en la relación de los ítems, pues de esta manera se comprueba que el instrumento es confiable y por lo tanto la información recolectada se adapta a la investigación.

**Análisis de componentes:** “Es un método estadístico que permite simplificar la complejidad de espacios muestrales con muchas dimensiones a la vez que conserva su información” (Amat, 2017).

**Prueba piloto:** Es un aporte importante para la metodología de una investigación, pues sirve para obtener aproximaciones reales de un proyecto, con el fin de conocer su impacto antes de ejecutar la prueba final.

**Validación de cuestionarios:** El cuestionario es un instrumento para recolectar información y debe ser validado, pues de esta manera se garantiza que el cuestionario diseñado posee validez y fiabilidad.

