



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS**  
**NATURALES**

**CARRERA DE TURISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“PLANTA TURÍSTICA OFERTA DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN**  
**PUJILÍ”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de  
Licenciada en Turismo

**Autora:**

Zapata Bonilla María Jose

**Tutor:**

Rodas Vinueza Daniela Alejandra

**LATACUNGA – ECUADOR**

**Julio 2025**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Zapata Bonilla María Jose, con cédula de ciudadanía No. 0503089963, declaro ser autora del presente Proyecto de Investigación: **“PLANTA TURÍSTICA OFERTA DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN PUJILÍ”**, siendo la Ingeniera Mg. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, Tutora del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 25 de julio del 2025



María Jose Zapata Bonilla  
C: 0503089963  
ESTUDIANTE

## **CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR**

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **ZAPATA BONILLA MARÍA JOSE**, identificada con cédula de ciudadanía **0503089963** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

**ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **“PLANTA TURÍSTICA OFERTA DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN PUJILÍ”**, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

### **Historial Académico**

Inicio de la carrera: Octubre 2019 - Marzo 2020

Finalización de la carrera: Abril – Agosto 2025

Tutor: Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, Mg.

Tema: **“PLANTA TURÍSTICA OFERTA DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN PUJILÍ”**

**CLÁUSULA SEGUNDA. - LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

**CLÁUSULA TERCERA. -** Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

**CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

**CLÁUSULA QUINTA.** - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

**CLÁUSULA SEXTA.** - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

**CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD.** - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

**CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS.** - **LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

**CLÁUSULA NOVENA.** - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

**CLÁUSULA DÉCIMA.** - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

**CLÁUSULA UNDÉCIMA.** - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 25 días del mes de julio del 2025.



María Jose Zapata Bonilla

**LA CEDENTE**

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.

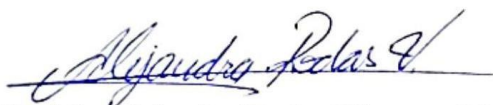
**LA CESIONARIA**

## AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutora del Proyecto de Investigación sobre el título:

**“PLANTA TURÍSTICA OFERTA DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN PUJILÍ”**, de Zapata Bonilla María Jose, de la carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 25 de julio del 2025



Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, Mg.

C.C: 1722220868


**DOCENTE TUTORA**

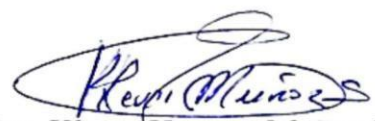
## AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Zapata Bonilla María, con el título de Proyecto de Investigación: **“PLANTA TURÍSTICA OFERTA DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN PUJILÍ”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 25 de julio del 2025

  
Ing. Andrea Isabel Andrade Ayala, Msc.  
C.C: 1719291468  
**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**

  
Ing. Klever Homero Muñoz Solis, Mg.  
C.C: 0501397814  
**LECTOR 2 (MIEMBRO)**

  
Ing. Milton Sampedro Arrieta, Mg.  
C.C: 0602636987  
**LECTOR 3 (MIEMBRO)**

## **AGRADECIMIENTO**

*Primero, agradezco profundamente a Dios, quien ha sido mi guía, mi refugio y mi fuerza en cada paso de este proceso. A mis padres, por su amor incondicional, por sus sacrificios, por creer en mí incluso cuando yo dudaba, por ser mi ejemplo de lucha, entrega y ternura. A mi familia, por estar presentes de una u otra manera con sus palabras, oraciones y apoyo que han sido un motor para continuar. A mi mascota, fiel compañera de desvelos, silencios y alegrías. A mis docentes, quienes con su sabiduría, exigencia y vocación han sembrado en mí las herramientas que hoy me permiten llegar hasta aquí.*

**María Jose Zapata Bonilla**

## **DEDICATORIA**

*A Dios, por ser mi guía y mi fuerza. A ti te entrego este logro, porque sin tu voluntad nada sería posible.*

*A mis padres, con todo mi amor y gratitud. Este logro también es suyo, porque han sido mi mayor ejemplo y mi pilar incondicional en todo momento.*

**María Jose Zapata Bonilla**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES**

**TÍTULO: “PLANTA TURÍSTICA OFERTA DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN PUJILÍ”.**

**Autora:**  
Zapata Bonilla María Jose

**RESUMEN**

El presente trabajo de investigación planta turística oferta alojamiento del cantón Pujilí tiene como objetivo proponer alternativas de gestión a través del análisis de información, para ser difundido por medio de un boletín informativo, para la ejecución de este trabajo de investigación se desarrolló tres objetivos, el primer objetivo es diagnosticar la planta turística oferta alojamiento mediante revisión bibliográfico de; el catastro, plan de desarrollo y ordenamiento territorial, el plan de desarrollo turístico. A través de los anexos del reglamento de turismo de alojamientos se aplicó entrevistas a los prestadores de servicios de 12 establecimientos entre los que se encuentran 9 hosterías, 1 hotel, 1 hostel y 1 hacienda turística, se obtuvo que hay algunas deficiencias en los perfiles de dueños y administradores de los alojamientos, considerando que no tienen preparación en hotelería o afines, además no cuentan con un sistema operativo para alojamientos en el que se gestione reservas e inventarios, tienen uso deficiente de redes sociales para promocionar los servicios que prestan, en cuanto a la infraestructura los establecimientos están haciendo inversiones para mejorarlas, además cuentan con poco personal especializado en turismo u hotelería y son polifuncionales en algunos casos manejan un idioma extranjero, caso contrario utilizan traductores, de esta manera se solventan problemas y se brinda información turística local. Las encuestas realizadas a los visitantes y turistas que ingresaron al cantón denotan que existe alta demanda internacional, sobre todo en la parroquia de Zumbahua, para seleccionar los alojamientos durante su viaje al cantón consideran; la ubicación, reseñas en plataformas digitales, redes sociales y el boca a boca, desde su punto de vista la problemática visible en el sector recae en la falta de promoción y variedad de alojamientos, personal no capacitado que influye en la atención y calidad del servicio, así como deficiencias en las instalaciones. Para el segundo objetivo se planteó estrategias operativas a través de las matrices PETS-LA, FODA, MEFE, MEFI y MAFE analizando los factores internos y externos que influyen en el funcionamiento de los alojamientos, se obtuvo 6 estrategias en el plan de acción enfocadas a la gestión de recursos humanos, sistemas de gestión, servicios, marketing y ventas, sostenibilidad y alianzas o colaboraciones con el propósito de mejorar la experiencia del turista. El tercer objetivo consistió en diseñar un boletín informativo con los datos obtenidos de los objetivos anteriores como medio de difusión para los prestadores de servicios, con información que les permita la toma de decisiones en las áreas operativas de los alojamientos.

**Palabras clave:** Planta turística, alojamiento, estrategias operativas, desarrollo local, Pujilí.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI**

**FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCES AND NATURAL RESOURCES**

**TITLE: "TOURIST INFRASTRUCTURE: ACCOMMODATION SUPPLY IN PUJILÍ  
CANTON"**

**Author:**

Zapata Bonilla María Jose

**ABSTRACT**

This research work on tourist facilities and accommodation offerings in Pujili canton aims to propose management alternatives through information analysis, to be disseminated through an informational bulletin. For the execution of this research work, three objectives were developed. The first objective is to diagnose the tourist plant accommodation offerings through bibliographic review of: the cadastre, development and territorial planning plan, and the tourism development plan. Through the annexes of the accommodation tourism regulation, interviews were applied to service providers from 12 establishments, including 9 hostels, 1 hotel, 1 hostel, and 1 tourist hacienda. It was found that there are some deficiencies in the profiles of accommodation owners and administrators, considering that they do not have training in hospitality or related fields. Additionally, they do not have an operating system for accommodations to manage reservations and inventories, they have deficient use of social networks to promote the services they provide. Regarding infrastructure, the establishments are making investments to improve it. Furthermore, they have little specialized personnel in tourism or hospitality and are multifunctional; in some cases they handle a foreign language, otherwise they use translators, thus solving problems and providing local tourist information. The surveys conducted with visitors and tourists who entered the canton show that there is high international demand, especially in the Zumbahua parish. To select accommodations during their trip to the canton, they consider: location, reviews on digital platforms, social networks, and word of mouth. From their point of view, the visible problems in the sector lie in the lack of promotion and variety of accommodations, untrained personnel that influences service attention and quality, as well as deficiencies in facilities. For the second objective, operational strategies were proposed through PEST-LA, SWOT, EFE, IFE, and AFE matrices, analyzing internal and external factors that influence accommodation operations. Six strategies were obtained in the action plan focused on human resources management, management systems, services, marketing and sales, sustainability, and alliances or collaborations with the purpose of improving the tourist experience. The third objective consisted of designing an informational bulletin with data obtained from the previous objectives as a means of dissemination for service providers, with information that allows them to make decisions in the operational areas of accommodations.

Keywords: Tourist facilities, accommodation, operational strategies, local development, Pujili.

**Índice**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA ..... ii

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	v
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN .....	vi
<i>AGRADECIMIENTO</i> .....	vii
<i>DEDICATORIA</i> .....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
Índice .....	x
Índice de Tablas .....	xiv
Índice de Figuras.....	xv
1. Información general.....	1
2. Justificación del proyecto .....	2
3. Beneficiarios del proyecto de investigación .....	4
3.1. Beneficiarios directos.....	4
3.2. Beneficiarios indirectos .....	5
4. El problema de investigación .....	6
5. Objetivos:.....	8
5.1. Objetivo General.....	8
5.2. Objetivos Específicos.....	8
6. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados .....	9
7. Fundamentación científico técnica .....	11
7.1 Marco legal .....	11
7.1.1 Ley de turismo.....	11
7.1.2 Reglamento de actividades (Alojamiento) .....	11
7.2 Marco teórico .....	14

7.2.1 Turismo .....	14
7.2.2 Oferta turística.....	14
7.2.3. Planta Turística.....	15
7.2.4. Infraestructura .....	16
7.2.5. Equipamiento .....	17
7.2.6. Alojamientos Turísticos .....	17
7.2.7. Calidad y Servicio al Cliente.....	19
7.2.8 Diagnóstico.....	19
7.2.9 Estrategias operativas .....	21
7.2.10 Análisis FODA.....	22
7.2.11 Matriz PEST-LA .....	22
7.2.12 Matriz MEFE.....	22
7.2.13 Matriz MEFI.....	22
7.2.14 Matriz MAFE .....	23
7.2.15 Gestión .....	23
7.2.16 Gestión de alojamiento turístico.....	23
7.2.17 Alternativas de gestión.....	24
7.2.18 Boletines.....	24
7.2.19 Tipo de Boletines .....	25
8. Validación de las preguntas científicas.....	26
9. Metodología.....	27
9.1. Metodología aplicarse en el primer objetivo .....	27
9.1.1 Análisis de documentos.....	27
9.1.2 Trabajo de campo .....	29
9.1.3 Entrevistas .....	32

9.1.4 Encuestas .....	32
9.2. Metodología aplicarse en el segundo objetivo .....	35
9.2.1 Matriz PEST-LA .....	35
9.2.2 Análisis FODA.....	37
9.2.3 Matriz MEFE.....	38
9.2.4 Matriz MEFI.....	39
9.2.5. Matriz MAFE .....	41
9.3. Metodología aplicarse en el tercer objetivo .....	41
9.3.1 Selección de información .....	42
9.3.2 Técnicas de redacción .....	42
9.3.3 Técnicas de diseño .....	43
10. Análisis y discusión de resultados .....	44
10.1. Diagnóstico de la planta turística de alojamiento .....	44
10.1.1. Descripción geográfica y demográfica.....	44
10.1.2. Establecimientos de alojamiento catastrados .....	45
10.1.3. Datos generales .....	50
10.1.4 Información demanda.....	52
10.1.5 Reservas y promoción .....	56
10.1.6 Personal .....	57
10.1.7 Infraestructura .....	60
10.1.4. Encuestas a los visitantes del cantón Pujilí .....	64
10.2. Análisis FODA.....	79
10.2.1 Matriz PEST-LA .....	79
10.2.1 Matriz FODA .....	80
10.2.1 Matriz MEFE.....	82

10.2.1 Matriz MEFI.....	83
10.2.1 Matriz MAFE.....	84
10.3. Boletín Informativo.....	96
11. Impactos.....	103
11.1 Impacto Técnico.....	104
11.2 Impacto Social .....	104
11.3 Impacto económico.....	104
12. Conclusiones.....	105
13. Recomendaciones .....	106
14. Bibliografía.....	106

### **Índice de Tablas**

Tabla 1 Beneficiarios directos .....	4
Tabla 2 Beneficiarios indirectos .....	5

Tabla 3 Sistema de Tareas .....	9
Tabla 4 Cronograma de entrevistas prestadores de servicio de alojamiento .....	28
Tabla 5 Entrevistas a funcionarios del sector público .....	29
Tabla 6 Referencias para el mapeo gráfico .....	30
Tabla 7 Cronograma de encuestas .....	34
Tabla 8 Tabla de matriz PEST-LA .....	36
Tabla 9 Tabla matriz FODA .....	37
Tabla 10 Tabla de matriz MEFE .....	38
Tabla 11 Tabla de matriz MEFI .....	39
Tabla 12 Tabla de matriz MAFE .....	40
Tabla 13 Tabla de los establecimientos de alojamiento .....	45
Tabla 14 Datos generales .....	49
Tabla 15 Demanda .....	50
Tabla 16 Comunicación .....	53
Tabla 17 Personal .....	54
Tabla 18 Infraestructura .....	57
Tabla 19 Matriz PEST-LA .....	75
Tabla 20 Matriz FODA .....	77
Tabla 21 Matriz MEFE .....	78
Tabla 22 Matriz MEFI .....	79
Tabla 23 Matriz MAFE .....	80
Tabla 24 Estrategias Operativas.....	84
Tabla 25 Plan de acción .....	87

### **Índice de Figuras**

Figura 1 Mapa de actores .....	30
Figura 2 Mapa de la ubicación de Pujilí .....	44
Figura 3 Personal certificado en áreas operativas .....	55
Figura 4 Personal certificado en idioma extranjero .....	56
Figura 5 Servicios de los establecimientos .....	59
Figura 6 Edad .....	60

Figura 7 Género .....	61
Figura 8 Procedencia.....	61
Figura 9 Ocupación .....	62
Figura 10 Compañía de viaje .....	63
Figura 11 Duración de estadía .....	64
Figura 12 Primera visita .....	65
Figura 13 Estadía en Pujilí .....	66
Figura 14 Hospedaje .....	67
Figura 15 Medio de búsqueda de alojamiento .....	68
Figura 16 Aspectos considerados.....	69
Figura 17 Servicios adicionales .....	70
Figura 18 Precios a pagar .....	71
Figura 19 Recomendaciones .....	72
Figura 20 Calificación de alojamiento .....	73
Figura 21 Problema en alojamiento .....	74
Figura 22 Encabezado .....	90
Figura 23 Tipo de alojamiento .....	90
Figura 24 Categoría.....	91
Figura 25 Aspectos considerados.....	91
Figura 26 Servicios y actividades .....	92
Figura 27 Datos del turista .....	93
Figura 28 Estrategias operativas .....	94
Figura 29 Porcentajes de tipos de alojamiento .....	95
Figura 30 Porcentajes de categorías .....	95
Figura 31 Porcentajes de aspectos considerados .....	96
Figura 32 Contacto .....	96





## 1. Información general.

**Título del Proyecto:**

“PLANTA TURÍSTICA OFERTA DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN PUJILÍ”

**Fecha de inicio:** Abril 2024

**Fecha de finalización:** Julio 2025

**Lugar de ejecución:** Cantón Pujilí-Provincia Cotopaxi

**Facultad que auspicia:** Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

**Carrera que auspicia:** Carrera de turismo

**Equipo de Trabajo:**

**Tutora:** Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, Mg.

**Correo electrónico:** daniela.rodas@utc.edu.ec

**Teléfono:** 0998019555

**Coordinador del proyecto:**

**Nombre:** María Jose Zapata Bonilla

**Correo electrónico:** maria.zapata9963@utc.edu.ec

**Teléfono:** 0983730721

**Área de Conocimiento:**

Servicio de alojamiento

**Línea de investigación:**

Planificación y Gestión del Turismo Sostenible **Línea**

**de vinculación:**

Planificación y Gestión del Turismo Sostenible

## 2. Justificación del proyecto

El turismo se ha constituido como una de las principales actividades económicas para el cantón Pujilí, representando el 11% del PIB local. Sin embargo, la planta de alojamiento no ha evolucionado acorde a la creciente demanda, registrando una ocupación hotelera del 22% en 2019, muy inferior al promedio nacional (Ministerio de Turismo, 2020).

Se realiza un diagnóstico completo sobre la situación actual de los establecimientos de alojamiento en el cantón Pujilí es fundamental por varias razones. Para obtener un panorama detallado y actualizado de los desafíos, fortalezas, debilidades y oportunidades que enfrenta la planta turística de alojamiento en el cantón. Se facilitará la identificación de las áreas críticas que requieren atención prioritaria, como la falta de capacitación del personal, el manejo ineficiente de recursos, la infraestructura obsoleta o la baja ocupación hotelera. (Calle et al., 2018)

Se brindará información clave sobre las necesidades y expectativas de los turistas, y los mejores recursos de los alojamientos para ofrecer un buen servicio a los turistas., lo que permitirá alinear las estrategias con las demandas del mercado aportando con datos consistentes que respalden la toma de decisiones informadas y la formulación de estrategias efectivas para el fortalecimiento del sector (Zendesk, 2023).

Mediante la investigación de campo se pretende establecer estrategias operativas para el fortalecimiento de la planta turística en el cantón Pujilí es esencial por múltiples motivos, permitir abordar de manera completa los diversos desafíos identificados, como la gestión incorrecta, la falta de innovación, la baja competitividad y la experiencia turística deficiente debido a que de las siete parroquias del Cantón Pujilí, encontramos alojamiento turísticos catastrados en cuatro parroquias las cuales son Pujilí debido a que es cabecera cantonal, La Victoria por su cercanía con artesanos alfareros, El Tingo sus hospedajes en clima húmedo, Zumbahua porque cuenta con uno de los principales atractivos naturales como es la laguna de Quilotoa. Las siguientes parroquias como

Angamarca, Guangaje y Pilaló no fueron consideradas debido a que la actividad turística no está desarrollada (Catastro, 2025)

Contribuir a mejorar de manera a los establecimientos de alojamiento a través de procesos operativos, buenas prácticas hoteleras y fortalecer las capacidades del personal, elevando de esta manera los estándares de calidad y eficiencia en el sector. Impulsar la innovación y actualización de la infraestructura turística que permita que los establecimientos de alojamiento de Pujilí competir con otros destinos turísticos, ofreciendo servicios de calidad que cumplan con las expectativas de los visitantes nacionales e internacionales (Hotelgest, 2024).

Favorecer al desarrollo de una oferta de alojamiento diversificada y de calidad que se adapte apropiadamente a los nuevos nichos de mercado turístico, encerrando el turismo cultural, de aventura, gastronómico, natural y comunitario, ampliando así las oportunidades de crecimiento económico del cantón.

Para reforzar a Pujilí como un destino turístico completo que sea reconocido por su belleza cultural, calidad de servicios, responsabilidad ambiental y capacidad de generar experiencias importantes para los visitantes, logrando de esta manera un desarrollo sostenible del lugar y al bienestar de sus residentes (Aguayo, 2017).

Como resultado final de toda la investigación se creará un boletín informativo para la difusión de las estrategias operativas que serán comunicadas y socializadas con todos los actores involucrados, como los dueños de establecimientos, autoridades locales, trabajadores y comunidad en general. Facilitará la comprensión y adopción de las estrategias por parte de los establecimientos de alojamiento, al presentar la información de manera clara, concisa y accesible como un canal de comunicación y retroalimentación, fomentando el diálogo y la participación activa de todos los involucrados en la mejora del sector. dentro de la planta turística de alojamiento del cantón.

### 3. Beneficiarios del proyecto de investigación

En el presente proyecto de investigación se identificó los beneficiarios directos e indirectos.

#### 3.1. Beneficiarios directos

Son considerados directos debido a que recibirán y beneficiarán del producto o servicio inmediatamente y directamente las mismas personas a partir de la realización de los proyectos propuestos.

#### Tabla 1

*Beneficiarios directos*

---

<b>BENEFICIARIOS DIRECTOS</b>
Investigador: 1
Dueños de los establecimientos de alojamientos del cantón Pujilí: 12
Hostería El Aliso
La Posada De Homero
La Posada De Tigua
Hostal El Danzante
Hostería Alpaka Quilotoa
Runa Wasi
Hostería Chukirawa
Hotel Navardun
Martita's House
Imperial Zumbahua Ñungañan
Casa La Victoria S.C.C.

---

Nota: Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Pujilí (2022-2025).

El investigador tiene la oportunidad de ampliar sus conocimientos y comprensión sobre el tema de investigación, lo que puede contribuir al avance del campo de estudio, La realización de una investigación puede ser un paso importante en el desarrollo profesional del investigador, ya que le permite adquirir nuevas habilidades y experiencia en el proceso de investigación. El proyecto de investigación será valorado en el ámbito académico al publicar los resultados.

La investigación puede brindar información valiosa sobre las prácticas óptimas de gestión, tendencias del mercado y preferencias de los clientes, esto permitiría a los dueños identificar áreas de mejora en sus operaciones, servicios y estrategias de marketing, lo que podría traducirse en una mayor eficiencia y satisfacción del cliente, el documento proporcionar datos estadísticos, análisis de mercado y benchmarking del sector de alojamiento del cantón esto les daría a los dueños una mejor comprensión del entorno competitivo y les ayudaría a tomar decisiones informadas para posicionar mejor sus negocios.

### 3.2. Beneficiarios indirectos

Son llamados beneficiarios indirectos ya que se benefician de forma secundaria o a través de uno o más intermediarios para entrar en contacto con los productos o servicios del proyecto, sin ser el destinatario principal.

#### Tabla 2

##### *Beneficiarios indirectos*

<b>BENEFICIARIOS INDIRECTOS</b>
Habitantes del Cantón Pujilí: 79772 (al año 2020)
Turistas nacionales y extranjeros: 84.376 (año 2020)
Autoridades del GAD Municipal del cantón Pujilí: 8

Nota: Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Pujilí (2022-2025).

Una investigación que conduzca a mejoras en la gestión y operaciones de los establecimientos de alojamiento puede generar más empleo y oportunidades económicas para los residentes locales. Si el proyecto promueve prácticas sostenibles y responsables en el sector de alojamiento, puede contribuir a la preservación del patrimonio cultural y los recursos naturales del lugar. Los hallazgos de la investigación pueden respaldar la toma de decisiones para mejorar la infraestructura turística, los servicios públicos y las instalaciones comunitarias en el área.

Si la investigación conduce a mejoras en la calidad de los servicios, instalaciones y prácticas de los establecimientos de alojamiento, los turistas nacionales disfrutarán de una experiencia turística más satisfactoria, un estudio que identifique nuevas oportunidades de negocio en el sector de alojamiento puede resultar en una oferta más diversa y auténtica de alojamientos, enriqueciendo las opciones para los turistas nacionales.

Las autoridades pueden obtener información valiosa y datos empíricos sobre un tema específico que afecta a su localidad, lo que puede respaldar la toma de decisiones y la formulación de políticas públicas. La investigación puede ayudar a identificar problemas y desafíos existentes en el lugar, así como posibles soluciones o estrategias para abordarlos. Puede generar conocimientos que contribuyan al desarrollo económico y social del cantón. La participación de autoridades locales en un proyecto de investigación puede fomentar la colaboración y el fortalecimiento de capacidades entre los diferentes actores involucrados.

#### **4. El problema de investigación**

El artículo "Challenges and Problems of Hotel and Tourism Industry" identifica la deficiente gestión de la planta turística de alojamiento como una problemática de nivel mundial. Entre los aspectos identificados destaca la falta de planificación estratégica y de enfoque a largo plazo en numerosos establecimientos de alojamiento donde gran parte de los hoteles y complejos turísticos priorizan la obtención de beneficios inmediatos, relegando las inversiones esenciales en mantenimiento, renovación y modernización de sus instalaciones y servicios (Singh, 2021).

Las áreas más relevantes en las que la mala gestión influye son el personal y la insuficiente capacitación; la deficiente gestión de ingresos es decir considerar los descuentos como estrategia para ganar más clientes sin tener en cuenta las pérdidas, no registrar las opiniones y comentarios, adoptar los precios de los competidores; la experiencia del visitante no debe ser normal o sencilla, en la actualidad no basta una cama limpia e internet sino crear vivencias importantes dentro del

alojamiento antes, durante o después de la estadía; el sitio web no estructurado ni actualizado, es importante que sea la carta de presentación del alojamiento con información y fotografías actuales con funciones de reserva para optimizar el tiempo. (Hoteliga, 2018).

Se destaca varios puntos importantes sobre la problemática de la mala gestión de la planta turística de alojamiento del Ecuador en el artículo " Análisis del ausentismo laboral en el sector hotelero de Guayaquil año 2021", este problema se manifiesta en bajas tasas de ocupación y dificultades en la gestión de recursos humanos y finanzas es decir que se tiene dificultades para controlar los gastos, fijar presupuestos, acoplarse a la temporada baja y para encontrar personal capacitado en ciertas áreas, afectando a la sostenibilidad del negocio. Estos factores junto con la pandemia y la inseguridad, han llevado al sector turístico a una crisis, resultando en pérdidas económicas para los hoteles. (Vera, 2021).

El cantón Pujilí, ubicado en la provincia de Cotopaxi, cuenta con una creciente actividad turística debido a sus atractivos naturales y culturales. No obstante, la planta turística de alojamiento del cantón presenta insuficiencias en su gestión es decir acciones o actividades que recae en los recursos humanos, económicos y materiales que se han declinado en los últimos años, afectando la competitividad del sector hotelero ya que no todos los establecimientos son parte del catastro del ministerio de turismo dándoles así un plus extra al momento al ser escogidos por los visitantes (Cáceres, 2015).

Entre los elementos importantes de este problema se encuentra la falta de capacitación del personal que trabaja en los establecimientos hoteleros sobre prácticas de gestión y operación debido a que en la mayoría de los establecimientos del centro de Pujilí no cuentan con conocimientos relacionado a hotelería turística y se comete errores en quienes toman las decisiones que son los gestores y quienes las ejecutan e implementan dando como resultado un manejo poco eficiente de recursos de hoteles, hostales y hosterías (Rivera, 2017).

Esta problemática ocasiona pérdidas económicas al sector y una experiencia turística de baja calidad, que afecta la competitividad del destino. Por ello, Carrillo (2021) señala la urgencia de realizar diagnósticos que permitan tomar medidas para optimizar la gestión de los alojamientos.

## **5. Objetivos:**

### **5.1. Objetivo General**

Proponer alternativas de gestión en los establecimientos de alojamiento a través del análisis de la información para la dinamización de la oferta turística del cantón Pujilí

### **5.2. Objetivos Específicos**

Realizar un diagnóstico completo sobre la situación actual de los establecimientos de alojamiento en el cantón Pujilí recopilando información relevante al respecto.

Establecer estrategias operativas para el fortalecimiento de la planta turística en el cantón Pujilí.

Diseñar un boletín informativo para la difusión de las estrategias operativas de los establecimientos de alojamiento del cantón.

## 6. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.

**Tabla 3**

*Sistema de Tareas*

<b>Objetivos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Metodología</b>	<b>Resultado</b>
1. Realizar un diagnóstico completo sobre la situación actual de los establecimientos de alojamiento en el cantón Pujilí recopilando información relevante al respecto	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recopilar información sobre la planta turística de alojamiento del cantón.</li> <li>● Identificar la oferta de establecimientos hoteleros existente.</li> <li>● Realizar visitas de campo a los establecimientos para levantar información</li> <li>● Aplicar entrevistas a propietarios y personal para conocer su perspectiva.</li> <li>● Aplicar encuestas a huéspedes.</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Diagnostico  <b>Método:</b> Bibliográfico y analítico  <b>Técnica:</b> Análisis documental, trabajo de campo, encuesta y entrevista  <b>Instrumentos:</b> Anexos de reglamento, catastro, plan de desarrollo, cuaderno de notas, mapeo de actores, cálculo muestral, guía de preguntas en el anexo #2, cuestionario en el anexo #3.</p>	Diagnóstico sobre los alojamientos en Pujilí
2. Establecer estrategias operativas para el fortalecimiento de la planta turística en el cantón Pujilí.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis del entorno</li> <li>• Ejecutar de la matriz PESTLA</li> <li>• Levantamiento de la matriz FODA</li> <li>• Elaborar de matrices FODA, MEFE, MEFI, MAFE</li> <li>• Selección de estrategias</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Diagnostico  <b>Método:</b> Inductivo  <b>Técnica:</b> Análisis FODA <b>Instrumentos:</b> Matriz PEST-LA, Matriz FODA, Matriz MEFE, Matriz MEFI y Matriz MAFE.</p>	Estrategias operativas
3. Diseñar un boletín informativo para la difusión de las estrategias operativas de los establecimientos de alojamiento del cantón.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seleccionar la información</li> <li>• Elegir fotografías y gráficas.</li> <li>• Definir colores y tipografía</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Descriptiva  <b>Método:</b> Inductivo  <b>Técnica:</b> Selección de información, técnicas de redacción y de diseño.  <b>Instrumentos:</b> Computadora, internet y plataforma CANVA</p>	Boletín informativo

**Nota:** Realizado por María Zapata (2025)

## **7. Fundamentación científico técnica**

### **7.1 Marco legal**

#### ***7.1.1 Ley de turismo***

Esta ley busca crear un marco legal sólido para el desarrollo del turismo en Ecuador. Se basa en la iniciativa privada como motor del sector, pero también reconoce la importancia de la participación del Estado y de las comunidades locales. La ley busca promover un turismo sostenible que respete el medio ambiente y la cultura del país.

Según el MINTUR (2014) en la ley de turismo nos da a conocer los principios y actividades turísticas.

- Principios fundamentales:

La iniciativa privada motiva la inversión directa en infraestructura y servicios, la generación de empleos y oportunidades económicas y a la promoción nacional e internacional del país como destino turístico. Participación de los gobiernos locales permite un desarrollo turístico más equitativo y descentralizado, una adaptación del turismo a las necesidades y características de cada región y una mayor participación de las comunidades locales en la toma de decisiones. El impulso de la infraestructura nacional y mejorar los servicios públicos básicos mejora de la experiencia de los turistas y es atractivo para inversiones nacionales e internacionales.

#### ***7.1.2 Reglamento de actividades (Alojamiento)***

El Ministerio de Turismo en su Reglamento de alojamiento turístico (2016) nos menciona lo siguiente:

El alojamiento es una actividad turística que implica la prestación remunerada de un servicio de hospedaje no permanente a huéspedes nacionales o extranjeros. Este servicio

incluye la provisión de un espacio físico para descansar y pernoctar, así como otros servicios complementarios como alimentación, limpieza, seguridad y entretenimiento.

- Las principales categorías de alojamiento en Ecuador son: a)

Hoteles:

5 estrellas: Hoteles de lujo con una amplia gama de servicios e instalaciones de alta calidad.

4 estrellas: Hoteles de primera clase con un alto nivel de servicio e instalaciones.

3 estrellas: Hoteles de confort con servicios y comodidades estándar.

2 estrellas: Hoteles económicos con servicios básicos. 1

estrella: Hoteles sencillos con las comodidades mínimas.

b) Hostales:

3 estrellas: Hostales con habitaciones privadas y compartidas, con servicios básicos y áreas comunes.

2 estrellas: Hostales con habitaciones compartidas y servicios básicos. 1 estrella:

Hostales con habitaciones compartidas y las comodidades mínimas. c) Hosterías:

3 estrellas: Establecimientos de alojamiento ubicados en zonas rurales o naturales, con servicios básicos y actividades al aire libre.

2 estrellas: Establecimientos de alojamiento ubicados en zonas rurales o naturales, con las comodidades mínimas.

d) Otros tipos de alojamiento:

Apartamentos turísticos: Alojamientos independientes con cocina y otros servicios.

Casas rurales: Alojamientos en casas de campo o pueblos pequeños, generalmente con un ambiente familiar y tradicional.

Campamentos: Alojamientos en tiendas de campaña o cabañas en un entorno natural.

- Requisitos para cada categoría:

Los requisitos para cada categoría de alojamiento se establecen en los reglamentos mencionados anteriormente. Algunos de los requisitos que se consideran son:

Infraestructura: Tipo de construcción, tamaño de las habitaciones, instalaciones y servicios.

Equipamiento: Mobiliario, aparatos electrodomésticos, ropa de cama y baño.

Servicios: Recepción, limpieza, alimentación, seguridad.

Personal: Capacitación, experiencia y número de empleados.

- Importancia de la clasificación:

La clasificación de los establecimientos de alojamiento es importante para informar a los turistas las características y servicios de cada tipo de alojamiento y elegir el que mejor se ajuste a sus necesidades, garantizar la calidad del servicio.

- La Nomenclatura de la clasificación de alojamiento es:

a) Hotel H

b) Hostal HS

c) Hostería HT

d) Hacienda Turística HA

e) Lodge L

f) Resort RS

g) Refugio RF

h) Campamento Turístico CT

i) Casa de Huéspedes CH

## **7.2 Marco teórico**

### **7.2.1 Turismo**

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios (OMT, 2008). Hoy en día es una de las industrias más conocidas e importantes a nivel mundial ya que promueve viajes de todo tipo como: con fines de descanso, motivos culturales, interés social, negocios o simplemente relajación. La actividad turística viene desde hace muchos años atrás y recientemente es reconocida como una profesión que aporta en los ingresos económicos del país, así también ayuda a que los lugares más trascendentales y diversos de cada nación sean reconocidos.

### **7.2.2 Oferta turística**

En esta cita, Sancho (2011) presenta una definición amplia de la oferta turística, resaltando que abarca tanto los recursos turísticos como las empresas que brindan servicios para el aprovechamiento de esos recursos.

Al mencionar que la oferta turística está asociada a una determinada entidad, ya sea un territorio o una empresa, Sancho destaca la importancia de considerar la oferta turística desde una perspectiva específica, ya sea a nivel de un destino turístico o de una empresa individual. Al incluir los recursos turísticos como parte de la oferta turística, el autor reconoce que los atractivos naturales, culturales e históricos de un lugar son elementos fundamentales que atraen a los turistas y constituyen la base sobre la cual se construye la experiencia turística.

Además, al mencionar las empresas que prestan servicios para el aprovechamiento de los recursos turísticos, Sancho enfatiza el papel crucial que desempeñan los proveedores de servicios turísticos, como hoteles, restaurantes, operadores turísticos y empresas de transporte, entre otros,

en la conformación de la oferta turística completa. Esta definición destaca la naturaleza multifacética de la oferta turística, que no se limita únicamente a los servicios turísticos, sino que también incluye los recursos turísticos y las empresas que los aprovechan.

### **7.2.3. Planta Turística**

En correlación con lo ya definido por Flores (2012) sobre la planta turística en su publicación sobre los elementos fundamentales en la actividad turística se determina que la planta Turística es un conjunto de servicios básicos y complementarios trascendentales para el avance de las actividades turísticas, de manera indirecta o directa que cuenta con las instalaciones y equipos para brindar bienes y servicios que logra satisfacer las necesidades del visitante y turista.

- Elementos de la Planta Turística:

- a) Infraestructura:

Alojamiento: Hoteles, hostales, apartamentos turísticos, etc.

Alimentación: Restaurantes, bares, cafeterías, etc.

Transporte: Aéreo, terrestre, marítimo, etc.

Equipamiento: Instalaciones y equipos necesarios para la prestación de servicios turísticos.

Infraestructura básica: Agua potable, energía eléctrica, telecomunicaciones, etc. b)

Servicios:

Agencias de viajes: Asesoramiento, planificación y organización de viajes.

Guías turísticos: Información y acompañamiento a los visitantes.

Información turística: Centros de información, folletos, mapas, etc.

Actividades turísticas: Tours, excursiones, visitas a museos, etc.

Otros servicios: Alquiler de vehículos, cambio de divisas, servicios de salud, etc. c)

Superestructura:

Marco legal: Normas y regulaciones que rigen la actividad turística.

Organismos públicos: Ministerios de turismo, entidades de promoción turística, etc.

Organismos privados: Asociaciones de hoteles, restaurantes, agencias de viajes, etc.

Recursos humanos: Personal capacitado para la prestación de servicios turísticos.

- Actividades turísticas

Alojamiento: Es un componente fundamental del turismo, ya que ofrece a los visitantes un lugar para descansar y pernoctar.

Servicio de alimentos y bebidas: La gastronomía es una parte importante de la cultura de un país, y los restaurantes ofrecen a los visitantes la oportunidad de probar la comida local.

Transporte: brinda accesibilidad que es esencial para que los visitantes puedan llegar a su destino y moverse por el país.

Operación de agencias de viajes: ayuda a los visitantes a planificar organizar sobre destinos, viajes y actividades.

Intermediación, organización de eventos y casinos: Estas actividades pueden diversificar la oferta turística del país y atraer a un tipo de visitante diferente al que busca turismo tradicional.

#### **7.2.4. Infraestructura**

Infraestructura se refiere al conjunto de elementos físicos y organizativos que facilitan el funcionamiento y desarrollo de una comunidad, región o país. Engloba instalaciones, servicios y sistemas esenciales para el bienestar y progreso, como carreteras, puentes, sistemas de transporte, energía, agua, saneamiento, telecomunicaciones, entre otros. Es la parte que mantiene el desarrollo social y económico de la sociedad. Es la fusión de elementos que admite la accesibilidad y el funcionamiento eficaz de los servicios fundamentales turísticos (NU. CEPAL, 2008).

### **7.2.5. Equipamiento**

Es la base de operación para la actividad turística moderna. Está formada por instalaciones y/o empresas que provocan un conjunto de servicios de primera necesidad para el visitante, pero que es lo que se necesita para equipar un área turística que tiene que contar con estructuras establecidas para efectuar las principales necesidades de las personas que realizan turismo o un descanso de su rutina, entre los equipamientos encontramos servicio de alojamiento como hoteles, hostales, hosterías, posadas, entre otros; para el servicio de alimentación esta los restaurantes, cafeterías y comedores típicos; en el servicios de esparcimientos se encuentra los casinos, bares, teatro, cine, clubes deportivos y parques temáticos; también otros servicios tales como agencias de viaje, comercio, transporte turístico y más (Portillo 2015).

### **7.2.6. Alojamientos Turísticos**

- Existen diferentes tipos de alojamientos turísticos que ofrecen diversos servicios y características.

Hoteles: es un establecimiento comercial que proporciona alojamiento, comidas y otros servicios adicionales destinados a satisfacer las necesidades de las personas que se encuentran temporalmente fuera de su lugar de residencia permanente. Los hoteles suelen ofrecer diferentes categorías de habitaciones, restaurantes, bares, piscinas, gimnasios, entre otros servicios (OMT, 2022)

Hostales: establecimiento con precio más bajo sólo está disponible para alojamiento que consta de cómodos espacios públicos, baños compartidos y gestión residencial (Freire, 2005).

Apartamentos turísticos: son alojamientos independientes que ofrecen una cocina completa y equipada para la preparación de alimentos. Esto permite a los huéspedes disfrutar de una mayor flexibilidad (Ramírez, 2015).

Campings: es un espacio natural o acondicionado para la estancia temporal de personas en casas rodantes, caravanas o tiendas de campaña. Su uso se limita a períodos específicos, generalmente de corta duración, y ofrece una alternativa de alojamiento en contacto con la naturaleza (Secretaría de Turismo de México, 2010).

- Tendencias actuales en alojamientos turísticos.

La industria del alojamiento turístico está en constante evolución, adaptándose a las nuevas necesidades y expectativas de los viajeros. Las tendencias actuales se centran en la personalización, la sostenibilidad, la tecnología, las experiencias locales y los alojamientos alternativos (Huang, 2022).

- Áreas de trabajo en alojamientos

Las áreas de trabajo en un alojamiento turístico son diversas e interdependientes. El éxito del alojamiento depende del trabajo en equipo y la coordinación entre todas las áreas (Hurt, 2003).

- a) Recepción: Es el primer punto de contacto con el cliente. Se encarga de dar la bienvenida a los huéspedes, realizar el check-in y check-out, gestionar reservas, brindar información y asistencia. Requiere habilidades de comunicación, organización, resolución de problemas y atención al cliente.
- b) Limpieza: Se encarga de la limpieza y mantenimiento de las habitaciones, áreas comunes y del resto del alojamiento. Es fundamental para garantizar la higiene y el confort de los huéspedes.
- c) Cocina: Se encarga de la preparación del desayuno, almuerzo, cena y otros servicios de comida y bebida.
- d) Mantenimiento: Se encarga de las reparaciones, el mantenimiento general del edificio y las instalaciones del alojamiento.

- e) Administración: Se encarga de la gestión financiera, contable, legal y administrativa del alojamiento.
- f) Marketing y ventas: Se encarga de la promoción del alojamiento, la captación de clientes y la gestión de las reservas.
- g) Recursos humanos: Se encarga de la selección, contratación, formación y gestión del personal del alojamiento.

### **7.2.7. Calidad y Servicio al Cliente**

La calidad en los servicios turísticos es un factor fundamental para el éxito de cualquier empresa del sector. Un servicio de calidad se traduce en clientes satisfechos, que repetirán su experiencia y recomendarán el negocio a otros, una imagen positiva y una reputación sólida para la empresa, tener un factor clave para diferenciarse de la competencia y atraer a más clientes y que aumente la rentabilidad del negocio al reducir costes y acrecentar los ingresos (Vázquez, 2022).

### **7.2.8 Diagnóstico**

El diagnóstico en el libro “Planificación Turística un enfoque metodológico” como lo describe el Mr. Hernández puede componerse como la primera etapa de la planificación turística vinculada principalmente con las fuentes de información, así como su análisis contribuye a la toma de decisiones para el resto de la investigación (Hernandez, 1982)

Es preciso señalar que parte de los diagnósticos constituye el levantamiento de información turística disponible en un territorio, mismo que comúnmente se conoce como un inventario de atractivos turísticos, para lo cual existen diferentes metodologías y a efectos de la presente investigación se utilizará la metodología del Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo, 2016)

- Elementos de un diagnóstico (Mamani, 2016)

Atractivos turísticos: Se toma en cuenta la calidad, accesibilidad, los recursos naturales y culturales del destino.

Infraestructura turística: Se considera la infraestructura es decir el transporte, las comunicaciones, los servicios básicos, los alojamientos, los restaurantes y las agencias de viajes.

Oferta turística: Se valoran los productos y servicios turísticos como actividades, paquetes turísticos y experiencias destinados a los visitantes.

Demanda turística: Se determina características como la procedencia, motivación, requerimientos en actividades y servicios para realizar el perfil del turista y el nivel de satisfacción.

Servicios de apoyo: Se toma en consideración la seguridad, la salud, la información turística y la limpieza del destino.

Superestructura turística: Se indaga el marco legal que rige el turismo del destino, esto incluye políticas y planes de desarrollo turístico con la participación de los actores claves como las autoridades, sector privado y comunidad local.

Impactos: Se evalúa el impacto económico, social y ambiental del turismo en el sector, así como los beneficios que genera y los retos que enfrenta.

Factores externos: Se investiga las tendencias del sector turístico mundial, la competencia en diferentes destinos y los peligros que pueden influir en el desarrollo turístico.

Análisis FODA: Se utiliza la matriz para sintetizar los resultados del diagnóstico y establecer las estrategias y acciones.

El diagnóstico turístico facilita un panorama integral de la situación actual del destino y logrando identificar las áreas que requieren mayor cuidado y desarrollar mejor las oportunidades que se pueden aprovechar.

### ***7.2.9 Estrategias operativas***

En esta cita, Olsen (2009) define las estrategias operativas como aquellas que se utilizan para implementar y desarrollar las estrategias competitivas de una organización. Estas estrategias se enfocan en la gestión diaria de las operaciones y en cómo se llevan a cabo las actividades cotidianas para alcanzar los objetivos estratégicos establecidos.

En el contexto del turismo, las estrategias operativas pueden abarcar diversas áreas, como:

- a) Gestión de recursos humanos: Capacitación del personal, programas de incentivos, mejora de las condiciones laborales, etc.
- b) Optimización de procesos: Implementación de sistemas de gestión de calidad, estandarización de procedimientos, adopción de tecnologías, etc.
- c) Gestión de servicios: Diseño y mejora de servicios turísticos, atención al cliente, gestión de quejas y sugerencias, etc.
- d) Marketing y ventas: Estrategias de promoción, canales de distribución, fijación de precios, etc.
- e) Sostenibilidad: Implementación de prácticas ambientales, sociales y económicamente responsables.
- f) Alianzas y colaboraciones: Acuerdos con proveedores, empresas turísticas, comunidades locales, etc.

Estas estrategias operativas deben estar alineadas con los objetivos estratégicos generales de la organización turística y contribuir a mejorar su competitividad, eficiencia y calidad en la prestación de servicios turísticos.

### **7.2.10 Análisis FODA**

El análisis FODA es considerada una herramienta para la planificación estratégica que colabora con las entidades turísticas para reconocer y valorar sus debilidades y fortalezas internas, del mismo modo que las amenazas y oportunidades externas. Facilita un plan estructurado que permite evaluar varios aspectos en una empresa y a su entorno, a la vez que se puede justificar la toma de decisiones importantes (Shirgwin, 2024).

### **7.2.11 Matriz PEST-LA**

La matriz PEST-LA es un instrumento que tiene como finalidad de estudiar los distintos aspectos en los ámbitos tecnológico, social-cultural, económico, legal, ambiental y político dentro de un determinado sector. La matriz esta particularmente diseñada para observar los cambios en políticas relacionadas al turismo, el crecimiento económico, las preferencias de los viajeros, las redes sociales y plataformas, legislación e impactos ambientales que sufren en el entorno en el que actuarán. (Marketing, 2000)

### **7.2.12 Matriz MEFE**

La matriz de evaluación de los factores externos es una herramienta del diagnóstico estratégico del medio que realiza una investigación de campo, y como resultado se identifica distintas características externas como legal, cultural, ambiental, social, económica y tecnológica que pueden perjudicar o influir en el desarrollo de una organización, empresa o sector para formular estrategias que explore las oportunidades y disminuya las amenazas (Ruiz, 2025)

### **7.2.13 Matriz MEFI**

La matriz de evaluación de factores internos es una herramienta de diagnóstico al igual que la matriz de factores externos, solo que evalúa la información interna de la empresa o sector tales

como sus fortalezas para resistir obstáculos y debilidades que son aspectos a mejorar. Estos elementos logran afectar de manera positiva o negativa a la dirección y planificación de la empresa (Anta, 2021).

#### **7.2.14 Matriz MAFE**

La Matriz de análisis de factores externos e internos (MAFE) es un instrumento estratégico que utilizan las empresas a reconocer y valorar los factores externos y los internos que pueden perjudicar su capacidad. Esto permite tomar estrategias en base a la composición cruzada de fortalezas y oportunidades, debilidades y oportunidades, fortalezas y amenazas, debilidades y amenazas con el objetivo de quedarse con fortalezas internas junto a las oportunidades externas, y a la vez aminorar debilidades internas y amenazas externas (Ponce, 2007).

#### **7.2.15 Gestión**

La gestión se entiende como un grupo de acciones y actividades de una empresa u organización. Abarca la administración de recursos tanto financieros, materiales y humanos, toma de decisiones en base a evaluar riesgos, definir responsabilidades, coordinar las áreas de trabajo, control de las acciones valorando resultados para lograr los objetivos, regir la planificación estratégica, dirigir las operaciones (Etecé Ed, 2025).

#### **7.2.16 Gestión de alojamiento turístico**

La gestión es el conjunto de actividades indispensables para operar un establecimiento turístico, comenzando a partir de la atención al cliente hasta el mantenimiento adecuado para la operatividad de las instalaciones junto con otros servicios para priorizar una vivencia satisfactoria al visitante y/o cliente y lograr la rentabilidad del lugar. Entre las acciones importantes está el ajuste de precios, las solicitudes de reserva, brindar un servicio eficiente al cliente durante toda su estadía, supervisar al personal de todas las áreas del alojamiento, tener las instalaciones en buenas

condiciones, registrar ingresos y gastos, promocionar el establecimiento, cumplir con las regulaciones y licencias que se necesiten (Chekin blog, 2023).

### ***7.2.17 Alternativas de gestión***

Se refiere a distintos enfoques o métodos que una empresa o establecimiento puede acoger para dirigir y gestionar sus operaciones y lograr sus objetivos. Estas alternativas varían según el tipo de empresa, su tamaño, sector y estructura organizacional. Los enfoques según Demuner et al, (2016) de las alternativas de gestión son:

- **Organizacional:** Se centra en cambios en la estructura empresarial, reorganizaciones internas o ejecutar nuevos procesos en la empresa.
- **Tecnológico:** Se basa en la implementación de nuevas tecnologías y sistemas de manera eficaz y que el personal este capacitado para utilizar estas herramientas.
- **Estratégico:** Intenta organizar los recursos, procesos y estructura de la organización con estrategias para optimizar la competitividad y el rendimiento de la empresa.
- **Cultural:** Se refiere a la cultura organizacional es decir al conjunto de normas, valores y comportamientos dentro de la empresa también como su personal interactúan entre sí y con el entorno, teniendo en cuenta la insatisfacción laboral y convertirlo en ambiente laboral positivo.

### ***7.2.18 Boletines***

Un boletín es una publicación periódica, ya sea impresa o digital, cuyo objetivo principal es difundir información actualizada e informar a los lectores sobre temas nuevos e interesantes en

un área o región en particular. Pueden ser emitidos por empresas, asociaciones e instituciones públicas.

Las características principales de la publicación son las siguientes:

- a. Proporcione información relevante, actualizaciones y anuncios a su audiencia.
- b. Se centra en la comunicación y áreas específicas.
- c. Demostrar experiencia y conocimiento en la gestión de entregas.
- d. Mantenga sus posibilidades y expectativas.
- e. Generar tráfico para el sitio web de la empresa.
- f. Finalizar la fidelización del cliente a través de una comunicación constante.
- g. Regístrese para recibir promociones, ofertas y descuentos.
- h. Crear una comunidad de personas enfocadas en el negocio.
- i. Eduque a su audiencia sobre temas relacionados con el producto o servicio que se ofrece.
- j. Su disponibilidad, el uso de un lenguaje amigable y llegar a suscriptores que quieran gestionar la publicación.

Suele incluir elementos como título, encabezado, cuerpo del artículo, imagen, llamado a la acción, lista de suscriptores y opción de exclusión voluntaria. En resumen, los boletines son una herramienta de comunicación que aumenta la participación y la credibilidad al tiempo que informa a las partes interesadas sobre noticias, tendencias y temas relevantes en su área específica. (Franzolini, 2023)

#### ***7.2.19 Tipo de Boletines***

Entre los tipos de boletines según Márquez (2020) los más importantes como

- Informativo

Los boletines informativos nos dan noticias y eventos más relevantes acerca de un argumento o tema determinado. Facilitan información precisa y clara.

- Descriptivo

Los boletines descriptivos dan a conocer datos bastante detallados y precisos de un producto, servicio o suceso. Utilizan un lenguaje característico y descriptivo para vender una imagen absoluta.

- Participativo

Los boletines participativos incentivan la intervención activa de los lectores. Conllevan encuestas, informes y comentarios de expertos, dando un espacio para dialogar entre los lectores sobre los datos del boletín.

### **8. Validación de las preguntas científicas.**

¿Qué estrategias operativas eficientes pueden ser consideradas dentro de los establecimientos de alojamiento turístico en el cantón Pujilí?

Los establecimientos de alojamiento turístico logran poner en práctica estrategias de gestión eficaz para optimizar su operación y de esta manera atraer más visitantes al cantón Pujilí. Las estrategias se enfocan en 6 aspectos los cuales son la dirección de recurso humano, implementación de sistemas de gestión, manejo de servicios, marketing y ventas, sostenibilidad y alianzas o colaboraciones con el propósito de mejorar la experiencia de viaje del turista en servicio, desarrollo digital e infraestructura, también capacitar al personal que se ocupa de atención al cliente, idiomas y calidad del servicio y de esta manera anticiparse a las necesidades y preferencias de los huéspedes y utilizar la tecnología para promocionar al establecimiento creando una página web atractiva para el turista donde se pueda realizar reservas en línea para la comodidad del mismo, así también a través de redes sociales dando a conocer los servicios e infraestructura del alojamiento a la vez que se puede recibir comentarios y reseñas en base a las experiencias cliente.

## **9. Metodología**

La metodología es el camino que guía la investigación donde se describe cómo se llevará a cabo, los pasos que se seguirán para recopilar y analizar datos, se detallan, las herramientas y técnicas que se utilizarán, la misma que debe ser clara, concisa y precisa y estar relacionada con la oferta de alojamiento (Ortega, 2022).

En la presente investigación teniendo en cuenta el objetivo principal el cual es proponer alternativas de gestión en los establecimientos de alojamiento a través del análisis de la información para la dinamización de la oferta turística del cantón Pujilí, para alcanzar el mismo se ha fragmentado en tres objetivos específicos los cuales serán presentados a continuación.

### **9.1. Metodología aplicarse en el primer objetivo**

El primer objetivo requiere realizar un diagnóstico completo sobre la situación actual de los establecimientos de alojamiento en el cantón Pujilí recopilando información relevante al respecto, para llegar a esta conclusión se identificó el tipo de investigación la misma que es diagnóstica que permite analizar, explorar, describir y comprender todas las problemáticas existentes.

Se aplicó el método analítico el cual se basa en el estudio preciso de un asunto específico para obtener una comprensión extensa del mismo, entender el porqué, las causas y posibles resoluciones a través de la planificación y práctica de técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas para obtener datos. (INUDI Perú, 2023).

Entre las técnicas que se utilizan están:

#### ***9.1.1 Análisis de documentos***

El análisis de documentos es una forma segura de recopilar datos a gran escala donde se analiza documentos como informes, publicaciones, registros, imágenes y videos para obtener

información sobre el tema de investigación, es una técnica que complementa a otras como la observación y la entrevista (Cabezas,2018).

- Investigación documental-bibliográfica

Los documentos a continuación fueron tomados como ayuda, apoyo y guía los cuales son el análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Pujilí (Ilaquiche, 2024) y análisis de la calidad de los servicios de los establecimientos turísticos de alojamiento y alimentación que en la Laguna de Quilotoa (Bone, 2024) donde se encuentra datos importantes sobre un tema relacionado al de esta investigación como ayuda en el sistema de tareas, verificación de nombres de los propietarios de los establecimientos de alojamiento, guía de la fórmula para la muestra y guía para el orden de los elementos del proyecto de investigación.

- Plan de Desarrollo Turístico

Para el fortalecimiento del presente trabajo de investigación se adquirió información mediante el Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Pujilí 2022-2026, emitido por el municipio cantonal de manera personal, el mismo admitirá aumentar y profundizar el análisis de la situación actual en el cantón con datos como la ubicación y división política; En la página web del GAD también se obtuvo datos sobre límites y clima.

- Catastro

Es un registro donde el Ministerio de Turismo cuenta información como en nombre comercial de los establecimientos, la actividad o modalidad, la clasificación, categoría, fecha de registro, parroquia, cantón, provincia, entre otros datos a nivel nacional en todas las actividades turísticas. De este documento se tomó el contacto y la dirección de los 12 establecimientos para de esta manera acercarse presencialmente y realizar las respectivas entrevistas.

### 9.1.2 Trabajo de campo

Esta actividad donde quien está encargada de investigar se dedica y enfoca solo a observar, distinguir, recopilar, guardar información de los objetos y sujetos a estudiar sin estar involucrado con estos (Sánchez et al., 2018). Se realizó visitas in situ y salidas de campo para de manera directa percibir la situación actual del lugar en oferta de alojamiento. en este caso se realizó 1 salida para solicitar el catastro en el Gad y el plan de desarrollo turístico, así como 12 salidas de campo a los establecimientos de alojamiento catastrados para realizar las respectivas entrevistas a los propietarios y/o encargados y de esta manera obtener información sobre servicios, personal capacitado, calidad, estado actual, temporada baja y alta y afluencia, al igual que 10 salidas para la realización de encuestas a los turistas y/o visitantes desde puntos con más aglomeración de los mismos para conocer desde su punto de vista la situación de la oferta de alojamiento en el cantón.

**Tabla 4** Cronograma de entrevistas prestadores de servicio de alojamiento

Parroquia	Establecimiento	Fecha
Pujilí	Hostería el Aliso	12/05/2025
	Hostal el Danzante	13/05/2025
	Hotel Navardun	14/05/2025
La Victoria Zumbahua	Casa la Victoria S.C.C.	15/05/2025
	La Posada de Tigua	16/05/2025
	Hostería Alpaka Quilotoa	19/05/2025
	Runa Wasi	20/05/2025
	Hostería Chukirawa	21/05/2025
	Martita's House	22/05/2025
	Imperial Zumbahua	23/05/2025
Tingo	La Posada de Homero	26/05/2025
	Ñungañan	27/05/2025

**Tabla 5** Entrevistas a funcionarios del sector público

Sector	Funcionarios	Fecha
Planificación	Arq. Walter Armas	29/05/2025
	Lda. Verónica Villacrés	29/05/2025
Técnica de Turismo	Ing. Verónica Herrera	29/05/2025

- Mapeo de actores

El mapeo de actores permite identificar a los individuos, empresas y entidades relevantes involucradas en el alcance del objetivo de la investigación de esta manera se logra fortalecer relaciones entre los visitantes y/o huéspedes, la comunidad local, las autoridades del cantón, los establecimientos de alojamiento turístico y todo actor social, de la misma manera conocer sus roles y participación en la investigación (Ortiz, 2016). A continuación, se procede a desarrollar el mapeo de actores:

Mapeo de actores relacional:

Se utiliza esquemas para representar la interacción social y relación de los involucrados en el tema de oferta turística de alojamiento en el Cantón Pujilí.

1. Reconocer el objetivo del mapeo de actores.

Identificar los actores que podrían influir de manera favorable o en contra hacia el desarrollo de los establecimientos de alojamiento del Cantón Pujilí.

2. Definir las variables relevantes para realizar el gráfico.

La variable relacional del sector público se consideró al GAD del Cantón Pujilí, en cambio en la variable relacional del sector privado a los dueños de los establecimientos de servicio de alojamiento del cantón Pujilí, así como a los turistas o visitantes.

3. Diseñar el mapeo gráfico.

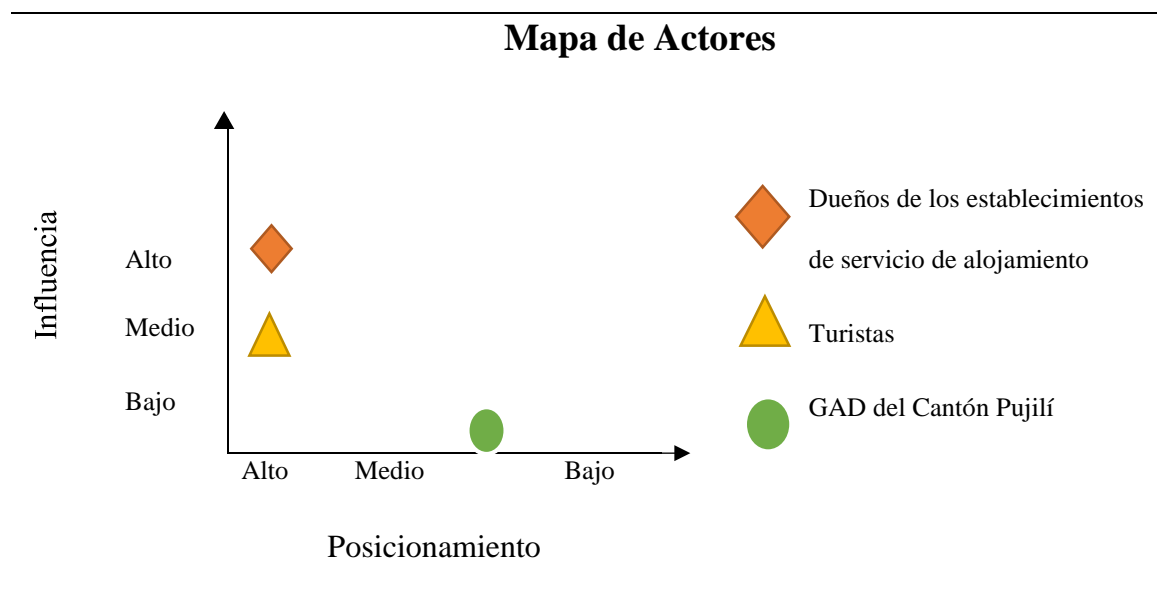
Por último, se realiza el mapeo de doble entrada gráfico dinámico utilizando las variables y actores que han sido identificados.

**Tabla 6** *Referencias para el mapeo gráfico*

Actores	Referencias
Actores sector público	GAD del Cantón Pujilí
Actores sector privado	Dueños de los establecimientos de servicio de alojamiento del cantón Pujilí
Influencia	Turistas o visitantes
	Bajo
	Actores con poca influencia
	Medio
	Actores con influencia, pero no pueden tomar decisiones.
	Alto
Posicionamiento	Actores con capacidad de tomar decisiones
	Bajo: Poco beneficio en torno al sector
	Medio: Beneficio intermedio en torno al sector
	Alto: Beneficio considerablemente alto en torno al sector

**Figura 1**

*Mapa de actores*



En el mapeo de actores se consideró los criterios de influencia y posicionamiento los cuales están tomados en función a una escala ordinal del nivel de influencia alta, media o baja de los actores en consideración al posicionamiento, que conlleva la posición del actor en base al beneficio

del sector en esta situación sería la planta turística oferta de alojamiento del cantón Pujilí, teniendo como consecuencia los actores claves los mismos que son: los prestadores de servicios y turistas y/o visitantes.

### **9.1.3 Entrevistas**

La entrevista es una técnica que recopila información de una conversación oral y personalizada de dos o más personas involucradas donde el entrevistador quien realiza las preguntas y el entrevistado el que responde las interrogantes dándose así una interacción sobre sucesos, experiencias, opiniones de personas (Folgueiras, 2016).

Se realizó entrevistas estructuradas donde se utiliza un guion ya definido y con preguntas cerradas y opciones de respuesta determinadas con personas clave como al encargado o propietario de los establecimientos de alojamiento que se encuentran catastrados por el Ministerio de Turismo con el objetivo de obtener información sobre el hospedaje, servicios, productos que brinda, requerimientos de huéspedes, categoría, días y meses de mayor afluencia, entre otros temas a través de veinte interrogantes. El diseño de la entrevista se encuentra en el anexo #2

Se elaboró entrevistas no estructuradas a tres funcionarios del GAD Pujilí, dos de ellos de planificación y uno de turismo para conseguir datos sobre factores externos en ámbitos políticos, sociales, tecnológicos y ambientales, de esta manera lograr completar la matriz PEST-LA parte importante para llegar a las estrategias operativas.

### **9.1.4 Encuestas**

La encuesta es otra técnica de investigación que reúne datos de una muestra de individuos y así comprender a una población más grande mediante un cuestionario con preguntas cerradas es decir en la que las respuestas del encuestado son limitadas o predefinidas, como sí o no, bueno,

malo o regular, con un rango específico numérico o de selección múltiple. De esta manera la recopilación y análisis y/o tabulación de datos se facilita (Campos, 2003).

- Cálculo muestral

Para establecer el cálculo muestral de esta investigación, se definió la muestra como el conjunto de individuos elegidos que son una representación exacta de la población objetivo. Esta muestra permite obtener información importante sobre el tema de estudio, optimizando los recursos económicos y tiempo (Questionpro, 2025).

Debido a que no existe un registro oficial actualizado del número total de turistas que visitan el cantón Pujilí, se tomó como referencia el dato de 84 376 como flujo de visitantes registrados en la laguna del Quilotoa durante el año 2022 siendo la referencia poblacional, tomando en cuenta que este atractivo natural es el principal destino turístico del cantón debido a que no existe un registro del número de visitantes que ingresan al Cantón.

El tamaño de muestra se obtuvo con la aplicación de la fórmula estadística correspondiente a poblaciones infinitas.

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$

Los parámetros establecidos para este cálculo fueron:

$n$  = Tamaño de muestra

$N$  = Población o universo: 84 376

$Z$  = Nivel de confianza: 95% = 1.96

$P, Q$  = Probabilidad de no ocurrencia y de ocurrencia: 50% = 0.5 e

$e$  = Margen de error máximo admisible: 5% = 0.05

### **Cálculo de muestra**

$$Z^2PQN$$

$$n = \frac{Z^2 P Q}{Nez}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 84\,376}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 84\,376 * 84\,376^2}$$

$$n = \frac{3.841 * 21\,094}{3.841 * 0.25 + 84\,376 * 0.0025}$$

$$n = \frac{81022.054}{96025 + 210.94}$$

0.

$$n = \frac{81\,022.054}{211.900} = 382.359 = 382 \text{ individuos}$$

Después de la aplicación de la ecuación, se obtiene con tamaño de muestra a 382 individuos que serán encuestados.

En esta investigación se realizó 382 encuestas a turistas y visitantes que se encontraban en el área de estudio durante 10 salidas durante el mes de mayo del presente año, con un cuestionario de 16 preguntas con el objetivo de recopilar información sobre la perspectiva de huéspedes o futuros huéspedes frente a la oferta de alojamiento, sus opiniones y requerimientos, siendo favorable para los propietarios de hoteles, hostales y hosterías. Se realizó el cuestionario en español e inglés debido a que fue emitida a turistas nacionales y extranjeros en conjunto con una pequeña presentación verbal de mi persona, el motivo de la actividad y si es posible la ayuda, se tomaron en cuenta cinco lugares del cantón los mismos que son el Terminal Terrestre Latacunga, el Terminal Terrestre Pujilí, el Parque Central Pujilí, la Laguna del Quilotoa y el Mercado Zumbahua en donde se efectuó las encuestas debido a que tienen una alta afluencia y acogida de visitantes y de esta manera facilitar y agilizar la actividad. El modelo de la encuesta se encuentra en el anexo #3

**Tabla 7** *Cronograma de encuestas*

Lugar	Fecha	Horario	Número de encuestas
Terminal Terrestre Latacunga	17/05/2025	9h00 a 14h00	68
	18/05/2025	9h00 a 12h30	32
Terminal Terrestre Pujilí	17/05/2025	15h00 a 17h00	30
	18/05/2025	13h30 a 15h40	20
Parque Central Pujilí	17/05/2025	17h15 a 19h00	15
	18/05/2025	16h00 a 17h30	15
La laguna del Quilotoa	21/05/2025	8h30 a 16h00	100
	22/05/2025	8h45 a 14h00	52
Mercado Zumbahua	21/05/2025	16h30 a 18h30	25
	22/05/2025	14h30 a 16h40	25
Total			382

## 9.2. Metodología aplicarse en el segundo objetivo

El segundo objetivo se enfoca en establecer estrategias operativas para el fortalecimiento de la planta turística en el cantón Pujilí y así los establecimientos puedan implementarlas para mejorar el área de gestión y operativa.

El presenta una amplia gama de procesos para el análisis de datos cualitativos, como la codificación, la categorización y la elaboración de matrices (Hernández, 2017). Dentro de este método utilizaremos en la investigación el enfoque cualitativo que permite comprender las necesidades y expectativas de los clientes, empleados y otros stakeholders; ayuda a identificar los problemas y oportunidades que no son evidentes a partir de datos cuantitativos y facilita la creación de estrategias que sean relevantes y adaptadas a las necesidades específicas de la organización.

Entre las técnicas que se utilizan están:

### 9.2.1 Matriz PEST-LA

La matriz PEST-LA permite a las organizaciones identificar los factores del entorno general políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ambientales que pueden afectar su éxito y crecimiento, Esta matriz se realizó antes de FODA ya que se analiza un macro entorno que

es de ayuda para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (Sampedro et al, 2020).

Tomando en cuenta lo que expresa Peiró (2020) sobre esta matriz y basándose en la información de documentos y datos como el PDOT, plan de desarrollo turístico, la página web del GAD del Cantón y pdf sobre temas investigados en Pujilí como el análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de hospedaje de Ilaquiche (2024) y el análisis de la calidad de los servicios de los establecimientos turísticos de alojamiento y alimentación que operan en la Laguna de Quilotoa de Bone (2024), también de los resultados de encuestas y entrevistas realizada a actores clave del sector de alojamiento, los pasos que se siguió son:

1. Se analizó los factores políticos que tienen influencia en las decisiones de los establecimientos de alojamiento como eventos y charlas que organiza el GAD de Pujilí referente a turismo y emprendimientos impulsando el desarrollo turístico y cultural.

2. Se identificó los factores de índole económica tales como el desarrollo económico del cantón, las tasas de inversión y ganancias de los establecimientos, el poder adquisitivo de los clientes que deciden quedarse en Pujilí y disponibilidad de recursos materiales los alojamientos.

3. Se detalló los factores sociales en los que se consideró el turismo cultural y comunitario que se desarrolla en el cantón Pujilí, la aglomeración de turistas nacionales en manifestaciones culturales, la movilidad social, cambio en el estilo de vida y preferencias de los turistas.

4. Se evaluó el avance tecnológico ya que en la actualidad es un elemento muy importante para individuos, empresas y establecimientos, se tomó en cuenta los factores enfocados en sistemas de gestión y reservas, medios digitales para la promoción de los alojamientos ya sean positivos o negativos para el sector.

5. Se valoró los aspectos ambientales en la industria de turismo teniendo en consideración el turismo natural y el ecoturismo que atrae turistas al cantón y a la vez ingresos a los establecimientos de alojamiento.

6. Se analizó las leyes, normativas y regulaciones en reglamentos que afectan al sector turístico de alojamiento tales como a la oferta, demanda, infraestructura, equipamiento, personal, consumidores, clientes o turistas, estándares de calidad, categorización y tasas anuales para mantenimiento de licencias.

Se realiza una tabla donde se encuentra todos estos elementos ya sea positivo o negativo, permitiendo tener un mejor entendimiento de la situación actual del entorno de los establecimientos de alojamiento.

**Tabla 8** *Tabla de matriz PEST-LA*

<b>Factor</b>	<b>Elemento considerado</b>
Político	
Económico	
Socio cultural	
Tecnológico	
Legal	
Ambiental	

Nota: Tomado y adaptado de Peiro (2020)

### **9.2.2 Análisis FODA**

Es una herramienta estratégica que permite a las organizaciones identificar sus los aspectos internos y externos, positivos y negativos. Se utiliza para evaluar la situación actual de la organización y tomar decisiones estratégicas para el mejoramiento del lugar.

Se determinó para este caso fortalezas y debilidades como factores internos que presenta el servicio de hospedaje del catastro en Pujilí guiándose de la información de la fuente es decir de los prestadores de servicio mediante la entrevista donde se converso acerca del personal, recursos financieros, infraestructura y equipamiento , así también las oportunidades y amenazas como factores externos que tiene el entorno que rodea al establecimiento esto se tomó de la matriz PESTLA explicada anteriormente donde se escogió las más relevantes y así se pudo conocer de manera clara y especifica lo que favorece o está en contra es decir sus puntos fuertes y débiles de la oferta de alojamiento

**Tabla 9**

*Tabla de matriz FODA*

Factores internos de la empresa, organización o entidad.	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	*	*
	*	*
Factores externos del ambiente	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
	*	*
	*	*

Nota: Elaborado por María Zapata (2025)

### **9.2.3 Matriz MEFE**

La matriz MEFE identificó y evaluó los factores externos claves como las oportunidades y amenazas que enfrenta en su entorno y pueden afectar al desarrollo de un establecimiento de alojamiento en el cantón Pujilí, para realizar este análisis los pasos seguidos fueron:

1. Se realizó una lista de oportunidades y amenazas con un mínimo de 5 y a 10 factores externos que influyen al alojamiento o al sector hotelero del cantón Pujilí.

2. Se estableció valores a cada factor desde 0.0 a 1.0, teniendo en cuenta el rango va desde sin importancia a muy importante, la suma de los valores de todos los factores no sobrepasa

1.

3. Se determinó calificaciones cada factor en base a la siguiente escala:

Una amenaza mayor = 1

Una amenaza menor = 2

Una oportunidad menor = 3

Una oportunidad mayor = 4

4. A continuación se multiplicó el valor de cada factor por la calificación que tiene cada variable esto es igual a la calificación ponderada.

5. Al finalizar se sumó el valor final de cada factor para conseguir el valor total, teniendo en cuenta que 1.0 es valor bajo, 2.5 es valor promedio y 4.0 corresponde a un valor alto.

**Tabla 10** *Tabla de matriz MEFE*

<b>Factores externos</b>	<b>Importancia</b>	<b>Calificación</b>	<b>Valor</b>
		Oportunidades	
O1			
O2	Total		
A1		Amenazas	
A2	Total		

Nota: Adaptado de Santos (2023)

#### **9.2.4** *Matriz MEFI*

La matriz MEFI se refiere a los factores internos claves como sus fortalezas y debilidades de la planta de alojamiento, se buscó las capacidades y habilidades que favorecen a al crecimiento

del establecimiento, pero también fue necesario tomar en cuenta las carencias e insuficiencias para mejorarlas, se siguió los siguientes pasos:

1. Se seleccionó de 5 a 10 factores internos que afectó de manera directa al alojamiento, su funcionamiento y todos los procesos internos.
2. Se atribuyó valores de acuerdo al nivel de influencia o importancia en el desarrollo del establecimiento teniendo en cuenta que 0 es sin importancia y 1 es muy importante, y que la suma total debe ser 1.0
3. Se asignó calificaciones a cada factor en base a lo siguiente:
  - Una Debilidad mayor es decir muy negativa para el establecimiento es 1
  - Una Debilidad menor es negativa para el establecimiento es 2
  - Una Fortaleza menor beneficia levemente al establecimiento es 3
  - Una Fortaleza mayor es muy positiva para el establecimiento es 4
4. Se multiplicó el valor de cada factor por la calificación según su influencia de cada fortaleza u oportunidad para obtener el valor ponderado.
5. Para definir el valor total se sumó el valor ponderado de cada factor tomando en cuenta que 1.0 como el más bajo, 2.5 como promedio y 4.0 el más alto.

**Tabla 11** *Tabla de matriz MEFI*

<b>Factores internos</b>	<b>Importancia</b>	<b>Calificación</b>	<b>Valor</b>
Fortalezas			
F1			
F2			
Total			
Debilidades			
D1			
D2			
Total			

Nota: Adaptado de Santos (2023)

### 9.2.5. Matriz MAFE

La matriz analítica de formación de estrategias combinó las matrices MEFE y MEFI para obtener una visión completa del entorno competitivo del sector hotelero en el cantón Pujilí. Se tomó como base a la matriz FODA para desarrollar cuatro enfoques estratégicos.

- Estrategias FA: Fortalezas para disminuir las amenazas externas.
- Estrategias FO: Fortalezas para aprovechar las oportunidades externas.
- Estrategias DA: Estrategias para reducir las debilidades y evitar las amenazas externas.
- Estrategias DO: Estrategias para combatir las debilidades aprovechando las oportunidades.

Teniendo en cuenta que las estrategias FO son las más importantes ya que se encuentran las capacidades más fuertes de la planta turística de alojamiento y las oportunidades que se presenta en el entorno.

**Tabla 12** *Tabla de Matriz MAFE*

		Fortalezas	Debilidades
		F1	D1
		F2	D2
Oportunidades		FO	DO
O1		Estrategias ofensivas	Estrategias de adaptación
Amenazas		FA	DA
A1		Estrategias de supervivencia	Estrategias defensivas
A2			

Nota: Adaptado de Ponce (2007)

### 9.3. Metodología aplicarse en el tercer objetivo

El tercer objetivo propone diseñar un boletín informativo para la difusión de las estrategias operativas de los establecimientos de alojamiento del cantón, siendo una herramienta que contribuye con información importante y de interés acerca de la planta turística de alojamiento del cantón Pujilí.

El tipo de investigación es descriptiva en la cual se busca características de los elementos de la investigación, se utilizó el método inductivo que es un plan para el diseño de un boletín informativo que se basa en la observación y el análisis de ejemplos existentes para identificar las características y elementos que hacen que un boletín sea efectivo con un enfoque cualitativo para recopilar y seleccionar la información cualitativa a incluir en el boletín informativo y fotografías.

Entre las técnicas que se utilizan están:

### ***9.3.1 Selección de información***

Para identificar la información relevante, que se obtiene de los primeros resultados, se toma en cuenta el orden la relevancia, así como los datos de los alojamientos catastrados, su tipo, categoría, servicio que ofrece, afluencia, infraestructura, equipamiento, y demás información recolectada en las entrevistas (Pontificia Universidad Javeriana, 2021).

El boletín tiene seis secciones donde se consideró los datos relevantes de los alojamientos catastrados, de la encuesta, de las entrevistas y del análisis FODA, las cuales son el tipo de alojamiento, su categoría, aspectos a considerados por turistas en un alojamiento, servicios importantes para los turistas, perfil del turista donde se realizó una tabla resumen (la procedencia, género, con quién viaja, duración de su estadía, temporada de viaje y el tipo de alojamiento utilizado) y estrategias operativas. Al final se sintetizó los datos de manera organizada y estructurada en un boletín con un diseño llamativo y entendible para quienes sea dirigido. El diseño del boletín se encuentra en el anexo #5.

### ***9.3.2 Técnicas de redacción***

Estructura del boletín informativo en referencia a Lara (2024), se utilizó como instrumento una laptop e internet ya que el boletín será digital.

- Encabezado: Se incluye el título del boletín siendo atractivo y que englobe el contenido que se presenta a continuación.
- Introducción: Es la parte que atrae la atención del lector donde se coloca un resumen pequeño de los temas a tratar.
- Contenido: Se redacta las secciones profundizando cada una, pero de manera didáctica que no sea aburrido destacando lo más importante.
- Conclusión: Se recapitula los aspectos principales e invita al lector a tomar asunto del contenido.
- Contacto: Se da a conocer los datos de los responsables del boletín y referencias si es necesario.

### ***9.3.3 Técnicas de diseño***

El diseño del Boletín Informativo se realizó en la plataforma online CANVA donde se crea diseños gráficos de forma cómoda y rápida, también brinda una extensa lista de herramientas y plantillas.

Para crear el boletín se eligió para cada sección el tipo y tamaño de letra, gráficos, imágenes, el estilo, el contraste de colores, la posición, así como el tamaño de la plantilla que será A4 con medidas 21 x 29.7 centímetros teniendo dos caras.

Se escogió el color naranja porque transmite entusiasmo y creatividad y el verde por su impacto visual, dos colores vivos que contrastan muy bien con el blanco y negro para el fondo y el texto.

## 10. Análisis y discusión de resultados

### 10.1. Diagnóstico de la planta turística de alojamiento

#### 10.1.1. Descripción geográfica y demográfica

El cantón Pujilí fue fundado el 23 de octubre del 1851, se sitúa en la provincia de Cotopaxi, aproximadamente a 85 km al sur de Quito, la capital ecuatoriana. Su extensión territorial es de una superficie de 1,294 km<sup>2</sup>, dividido en siete parroquias, una urbana y seis rurales, tenemos a Pujilí como cabecera cantonal, La Victoria, Guangaje, Zumbahua, Angamarca, Pilaló y El Tingo La Esperanza. La altitud varía por sus áreas montañosas de 2800 a 4400 msnm, su clima es semiárido con una temperatura media de 12,5 °C. El cantón tiene límites al norte con los cantones Sigchos, Saquisilí y Latacunga; al este con Latacunga y Salcedo; al sur con Pangua, Guaranda de la provincia de Bolívar y Ambato de Tungurahua y al límite en el oeste con La Maná y Pangua (GAD PUJILÍ, 2022).

Según el último censo poblacional (INEC 2022), Pujilí cuenta con una población de 66.980 habitantes donde en su mayoría se encuentran las etnias indígena y mestiza teniendo en cuenta que aproximadamente el 75% de la misma reside en zonas rurales. La economía de Pujilí se basa en cuatro áreas como agricultura con sus cultivos de siendo el maíz, el fréjol, la papa y el chocho en sus tierras fértiles, ganadería con la cría y reproducción de ganado vacuno, porcino y ovino, artesanía con sus piezas de alfarería, cerámica y tejidos con realce mayor en la parroquia La Victoria y turismo con su figura representativa el Danzante y sus fiestas como el Corpus Cristi, el 14 de octubre por la cantonización de Pujilí.

**Figura 2** *Mapa de la ubicación de Pujilí*






Nota: Tomado de Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial Gad Municipal Del Cantón Pujilí (2022)




### ***10.1.2. Establecimientos de alojamiento catastrados***

Los establecimientos que se encuentran dentro del catastro del Ministerio de Turismo del Cantón Pujilí, es decir que tienen un registro del MINTUR son 12, y el número de establecimientos no catastrados son 34, información tomada del Plan de desarrollo turístico 2022, los alojamientos identificados como alojamientos turísticos cuentan con la licencia anual y el registro de turismo.

Los establecimientos entrevistados fueron 12 de los cuales 1 es hotel, 1 es hacienda turística, 1 es hostel y 9 son hosterías. A continuación, la tabla de los establecimientos de alojamiento entrevistados.


**Tabla 13** *Tabla de los establecimientos de alojamiento*

<b>Establecimiento</b>	<b>Nombre y Apellido</b>	<b>Cargo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Dirección</b>	<b>Fotografía</b>
Hostería el Aliso	Ing. Hugo Segovia	Propietario/ gerente	Pujilí	Vía Isinche, 3 de Mayo y San Juan, s/n	
Hostal el Danzante	Sra. Mónica Jacome	Gerente	Pujilí	Av. Velasco Ibarra, Rafael Villacis, s/n	
Hotel Navardun	Sr. Edwin Ronquillo	Gerente	Pujilí	Ciudadela Veintimilla cerca al Colegio de Música Inés Cobo Donoso	
Casa la Victoria S.C.C.	Colegio ludoteca, Padre Victor Grados	Encargado	La Victoria	Vía 11 de Noviembre, SN, N3A-169	

La Posada de Tigua	Sra. Margarita Ricaurte	Propietaria/ gerente	Zumbahua	Vía principal Latacunga La Maná KM 46, 800 mts desde la carretera., SN	
Hostería Alpaka Quilotoa	Sr. Humberto Latacunga	Gerente	Zumbahua	Quilotoa, a l frente del antiguo peaje.	
Runa Wasi	Sra. Petrona Guamangate	Propietaria	Zumbahua	Quilotoa, diagonal a 2da garita de control.	

Hosteria Chukirawa	Lic. Latacunga	Manuel	Gerente	Zumbahua	Quilotoa, frente al mirador de la Laguna de Quilotoa.	
Martita's House	Sr. Latacunga	Arturo	Gerente	Zumbahua	Quilotoa, A 100 metros del punto de Comunidad de Quilotoa	
Imperial Zumbahua	Luzmila Cuchiparte		Gerente	Zumbahua	San Pedro, Dolores Cacuango, SN	
La Posada de Homero	Sr. Hidalgo	Homero	Propietario	Tingo	Vía la Maná, diagonal a la iglesia del recinto El Palmar	

---

Ñungañan	Ing. María Hurtado	Gerente	Tingo	Vía la Maná, a 500 metros de la estación de servicio Petrocomercial&nbsp;	
----------	--------------------	---------	-------	---	---

---

Nota: Realizado por María Zapata (2025)

### 10.1.3. Datos generales

**Tabla 14** Datos generales

<b>Establecimiento</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tiempo de actividad</b>	<b>Número de habitaciones</b>
Hostería el Aliso	Hostería	3 estrellas	20 años	10
Hostal el Danzante	Hostal	2 estrellas	10 años	12
Hotel Navardun	Hotel	2 estrellas	5 años	8
Casa la Victoria S.C.C.	Hostería	3 estrellas	5 años	7
La Posada de Tigua	Hacienda Turística	3 estrellas	15 años	8
Hostería Alpaka Quilotoa	Hostería	3 estrellas	8 años	10
Runa Wasi	Hostería	3 estrellas	9 años	8
Hostería Chukirawa	Hostería	3 estrellas	13 años	13
Martita's House	Hostal	2 estrellas	7 años	8
Imperial Zumbahua	Hostería	3 estrellas	5 años	7
La Posada de Homero	Hostería	3 estrellas	12 años	12
Ñungañan	Hostería	3 estrellas	10 años	8

Nota: Elaborado por María Zapata

Los establecimientos de alojamiento turístico contienen datos importantes para conocer mejor cada alojamiento, entre ello se encuentra su clasificación, categorización como 5, 4, 3 y 2 estrellas, el tiempo de actividad y el número de habitaciones del establecimiento.

Los resultados indica que de los 12 establecimientos la mayoría son hosterías teniendo un 73 % es decir ocho de los doce alojamientos, el porcentaje restante del 27% que representa a un hostal, una hacienda turística y el único hotel el mismo que se encuentra en la parroquia Pujilí (cabecera cantonal). En categoría 9 alojamientos tiene una categoría de 3 estrellas, ya sean hosterías, hoteles y hacienda turística, y una minoría tiene 2 estrellas. De los establecimientos 3 llevan de 0 a 5 años de funcionamiento, con un tiempo de funcionamientos de 6 a 10 años son 4, mientras que 3 lleva un tiempo activo de 11 a 15 años y por último 2 llevan una duración de apertura de más de 15 años.



### 10.1.4 Información demanda

**Tabla 15** Demanda

<b>Establecimiento</b>	<b>Procedencia de turistas</b>	<b>Cantidad de huéspedes mensuales</b>	<b>Meses de temporada alta</b>	<b>Días de mayor afluencia</b>	<b>Factores que influye para elegir el alojamiento</b>
Hostería el Aliso	Turista nacional e internacional	0 - 20	Junio, octubre y diciembre	Sábado y domingo	Precio, comodidades, servicios y ubicación
Hostal el Danzante	Turista local, regional, nacional e internacional	40 - 60	Junio, octubre y diciembre	Martes, miércoles, jueves, viernes y sábado	Precio y ubicación
Hotel Navardun	Turista local y nacional	0 - 20	Junio y agosto	Viernes y sábado	Precio
Casa la Victoria S.C.C.	Turista nacional e internacional	20-40	Junio y agosto	Viernes, sábado y domingo	Comodidades y servicios
La Posada de Tigua	Turistas internacionales	60-80	Junio, julio y agosto	Lunes, martes, miércoles, jueves y viernes	Reseñas y calificaciones
Hostería Alpaka Quilotoa	Turista nacional e internacional	20-40	Junio y agosto	Viernes y sábado	Ubicación
Runa Wasi	Turista nacional e internacional	20-40	Junio y julio	Viernes, sábado y domingo	Ubicación
Hostería Chukirawa	Turista nacional e internacional	80-100	Junio, julio, agosto y septiembre	Viernes, sábado y domingo	Precio, reseñas, comodidades, ubicación e infraestructura.
Martita's House	Turista nacional e internacional	40-60	Junio, julio y agosto	Sábado y domingo	Ubicación

---

Imperial Zumbahua	Turista internacional	0-20	Junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre	Viernes, sábado y domingo	Reseñas, comodidades y servicios
La Posada de Homero	Turista nacional e internacional	40-60	Junio y Julio	Sábado y domingo	Ubicación
Ñungañan	Turista local, regional, nacional e internacional	20-40	Enero, mayo, noviembre y diciembre	Viernes, sábado y domingo	Reseñas, comodidades y servicios

---

Nota: Elaborado por María Zapata



El cantón Pujilí según los establecimientos recibe especialmente a turistas internacionales con un 46% frente a turistas nacionales con el 38%, mientras que los turistas locales y regionales representan el 8% cada uno, resultando en un destino llamativo para los visitantes de fuera del país. El número de turistas que recibe cada alojamiento varía según la ubicación, teniendo que la mayoría de establecimientos reciben entre 20 y 40 huéspedes, seguido de un promedio de establecimientos que reciben entre rangos de 0-20 y 40-60 huéspedes, mientras que una minoría recibe a más de 60 huéspedes. Los meses de temporada alta que se mencionan por la mayor parte de establecimientos son junio, julio y agosto lo que coincide con las fiestas de Corpus Cristi y cantonización, mientras que los meses que no son favorables para todos los alojamientos son febrero, mayo, septiembre y diciembre.

Las respuestas de los entrevistados muestran una evidente preferencia de los turistas por alojarse los fines de semana, teniendo el sábado como día de mayor demanda, le sigue el viernes y domingo, mientras que los días de entre semana son registrados por solamente dos establecimientos. Los factores determinantes para elegir alojamiento señalan que la ubicación es lo principal por los huéspedes, después se toma en cuenta las comodidades y servicios brindados, las reseñas de otros huéspedes, el precio y por último la infraestructura. Estos resultados nos permiten conocer que los turistas anticipan la accesibilidad a atractivos y la calidad de los servicios antes que el precio.

### 10.1.5 Reservas y promoción

**Tabla 16** *Comunicación*

<b>Establecimiento</b>	<b>Medios de promoción</b>	<b>Plataformas digitales</b>
Hostería el Aliso	Redes Sociales y televisión	Booking
Hostal el Danzante	Redes Sociales	Booking
Hotel Navardun	Recomendaciones	Ninguna
Casa la Victoria S.C.C.	Redes Sociales	Ninguna
La Posada de Tigua	Recomendaciones	Ninguna
Hostería Alpaka Quilotoa	Recomendaciones	Booking
Runa Wasi	Recomendaciones	Ninguna
Hostería Chukirawa	Redes Sociales	Booking y despegar
Martita's House	Recomendaciones	Ninguna
Imperial Zumbahua	Redes Sociales	Booking
La Posada de Homero	Redes Sociales y televisión	Ninguna
Ñungañan	Boletines y redes sociales	Ninguna

Nota: Elaborado por María Zapata

Los establecimientos de alojamiento del cantón Pujilí muestran una preferencia a las estrategias publicitarias digitales, con las redes sociales como principal herramienta de promoción, seguidas por recomendaciones de sus mismos huéspedes, boletines y la televisión en menor cantidad de establecimientos. Es importante también mencionar la utilización de plataformas digitales para reservas, donde el 54% de los alojamientos no se encuentra en ninguna plataforma, mientras que el 38% se encuentra en Booking y solo el 8% en Despegar. Se concluye que, aunque

los alojamientos reconocen la importancia de la promoción digital por medio de las redes sociales, no todos aprovechan estas herramientas considerando que el 46% de sus huéspedes son turistas internacionales que mayormente utilizan estas plataformas para buscar donde hospedarse.

### 10.1.6 Personal

**Tabla 17 Personal**

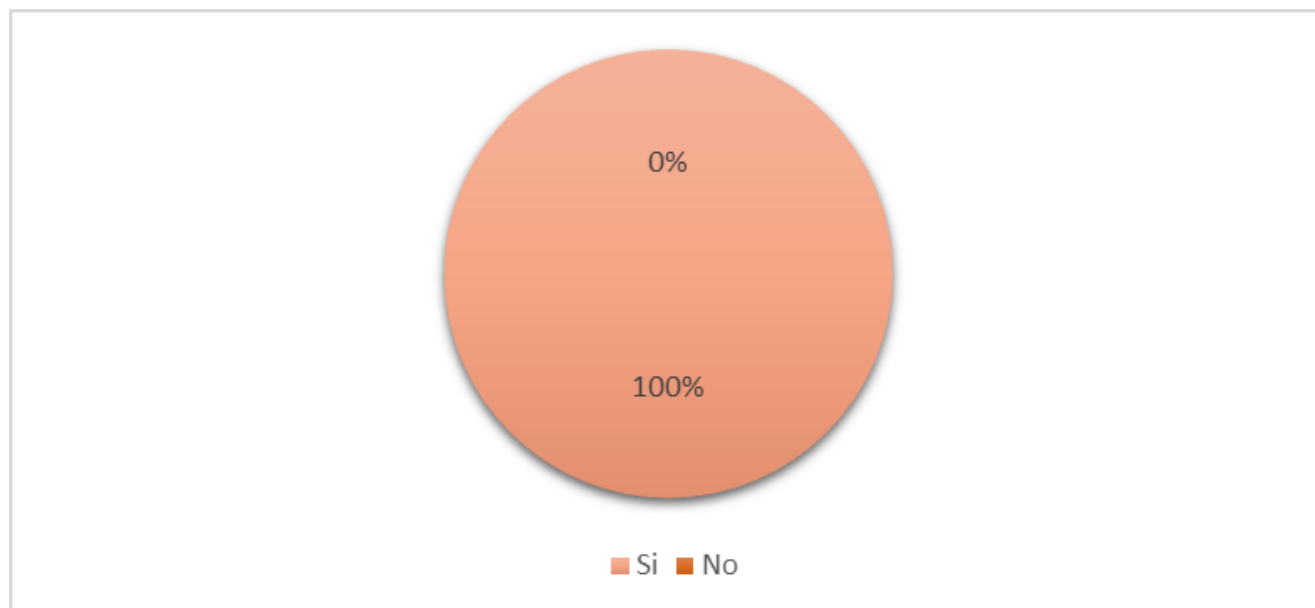
<b>Establecimiento</b>	<b>Estudio relacionado a la oferta de alojamiento del gerente</b>	<b>Capacitación a su personal</b>	<b>Personal certificado en áreas operativas</b>	<b>Personal certificado en idioma extranjero</b>
Hostería el Aliso	Administración turística y de empresas	Cada 6 meses	Si	Si
Hostal el Danzante	Administración turística y gestión hotelera	Cada 3 meses	Si	Si
Hotel Navardun	Contabilidad	Cada 6 meses	Si	No
Casa la Victoria S.C.C.	Estudio no relacionado	Cada 3 meses	Si	Si
La Posada de Tigua	Contabilidad	Cada 6 meses	Si	Si
Hostería Alpaka Quilotoa	Estudio no relacionado	Cada 6 meses	Si	Si
Runa Wasi	Administración turística	Cada 12 meses	Si	Si
Hosteria Chukirawa	Marketing	Cada 6 meses	Si	Si
Martita's House	Estudio no relacionado	Cada 6 meses	Si	No
Imperial Zumbahua	Administración de empresas	Cada 6 meses	Si	No
La Posada de Homero	Gastronomía	Cada mes	Si	Si
Ñungañan	Ingeniería comercial	Cada 3 meses	Si	Si

Nota: Elaborado por María Zapata

Los establecimientos de alojamiento del cantón Pujilí evidencian que la minoría de los directivos posee formación referentes a turismo y hotelería para la gestión hotelera, administración turística, administración de empresas y gastronomía, la mayoría cuenta con estudios con relación como marketing, ingeniería comercial y contabilidad, esto infiere negativamente al área de gestión y operativa, el aspecto favorable es que el proceso de capacitación al personal que realiza en todos

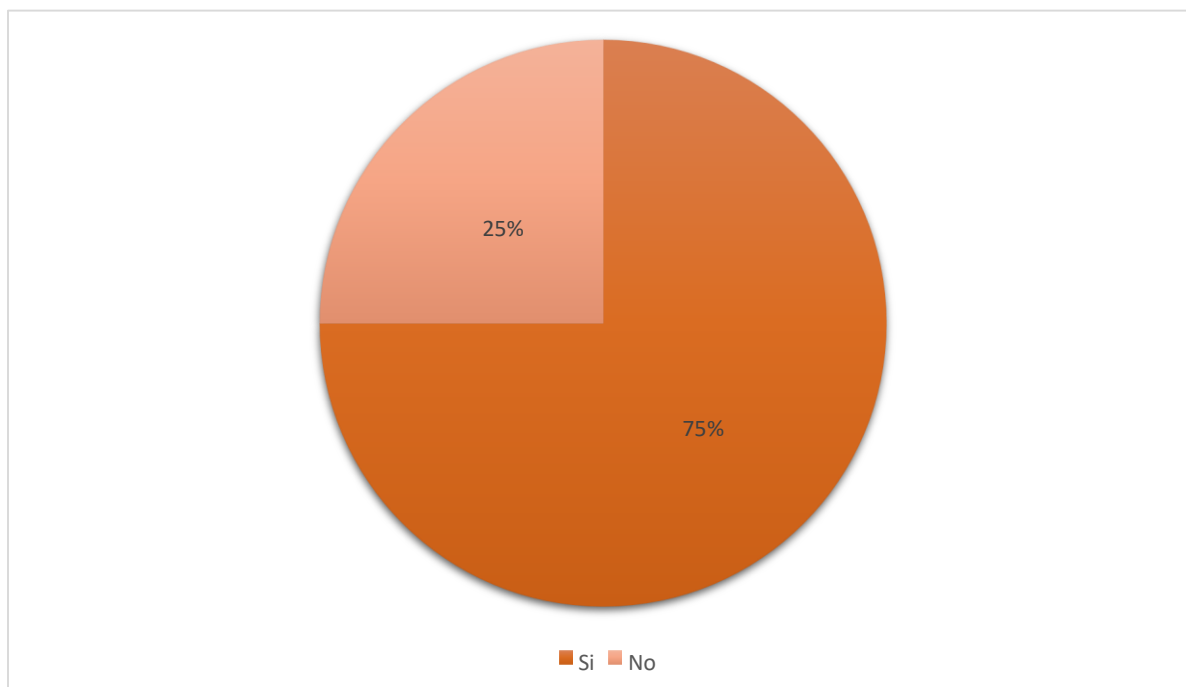
los establecimientos de los cuales 7 lo realiza cada 6 meses y el resto cada mes, cada 3 meses y cada 12 meses, lo cual es relevante para mejorar la calidad y atención al turista

**Figura 3** *Personal certificado en áreas operativas*



La figura muestra que los doce alojamientos entrevistados es decir su totalidad tiene contratado personal profesional y certificado en áreas operativas dando a entender la importancia de esta decisión para garantizar servicios de calidad y mejorar la experiencia del huésped.

**Figura 4** *Personal certificado en idioma extranjero*



La mayoría es decir 9 de los 12 establecimientos tiene la presencia de personal certificado en idioma extranjero y una minoría no, se evidencia la importancia de la presencia de personal que hable al menos un idioma extranjero para atender a turistas internacionales que visitan el cantón, ya que facilita la comunicación, mejora significativamente la experiencia del visitante.

### 10.1.7 Infraestructura

**Tabla 18** *Infraestructura*

<b>Establecimiento</b>	<b>Alimentos y bebidas</b>	<b>Habitaciones privadas con cuarto de baño</b>	<b>Área de recreación</b>	<b>Spa y/o piscina</b>	<b>Salones o áreas para evento</b>	<b>Estacionamiento</b>	<b>Actividades turísticas realizadas con la comunidad local</b>	<b>Acondicionamiento térmico e internet en áreas sociales</b>
Hostería el Aliso	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si
Hostal el Danzante	No	Si	No	Si	Si	No	Si	Si
Hotel Navardun	No	Si	No	Si		Si	No	Si
Casa la Victoria S.C.C.	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si
La Posada de Tigua	Si	Si	Si	No	No	Si	Si	Si
Hostería Alpaka Quilotoa	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si
Runa Wasi	Si	Si	Si	No	No	Si	Si	Si
Hostería Chukirawa	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si
Martita's House	Si	Si	Si	No	No	Si	Si	Si

---

Imperial Zumbahua	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si
La Posada de Homero	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si
Ñungañan	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si

---

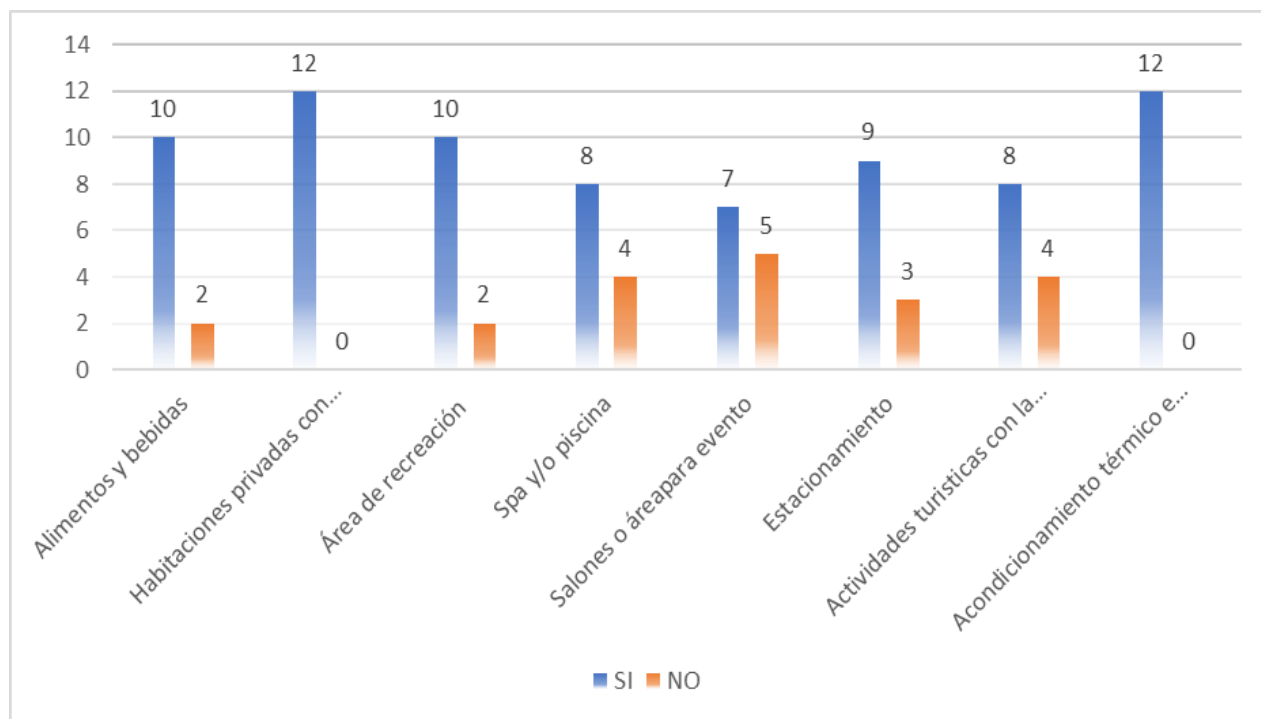
Nota: Elaborado por María Zapata

Tomando en cuenta los servicios de actividades que propone en los anexos del reglamento de alojamiento turístico, todos los alojamientos tiene habitaciones privadas con cuarto de baño y acondicionamiento térmico e internet en áreas comunes; siete tiene servicio de alimentos y bebidas; seis tienen salones para eventos y áreas de recreación; el spa, piscina e hidromasaje tienen cinco, tres brindan actividades turísticas realizadas con la comunidad local y nueve tienen espacio para estacionamiento, son servicios, productos y actividades importantes para brindar la mejor estadía a los huéspedes tales como calidad de instalaciones, capacidad de habitaciones, servicios de recepción, limpieza, alimentos y bebidas, transporte, lavandería, y servicios complementarios como spa, piscina, gimnasio, o áreas de recreación, capacitación del personal, protocolos de atención, personal preparado para brindar información turística local, resolver problemas y saber un idioma extranjero.



**Figura 5**

*Servicios de los establecimientos*



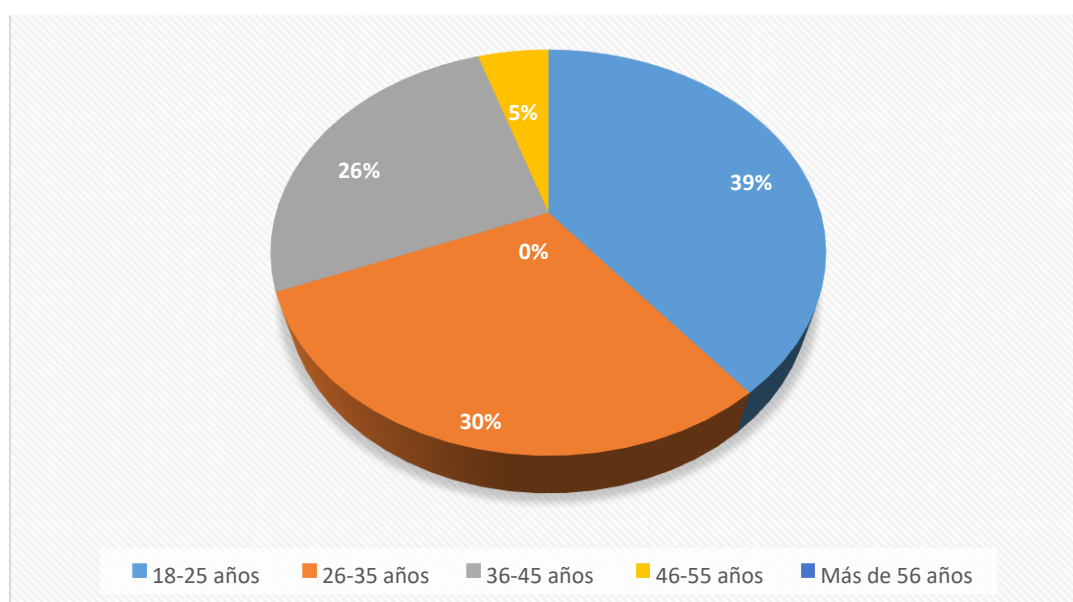
La totalidad de los establecimientos entrevistados cuentan con dos de los 8 servicios los mismos que son habitaciones privadas con cuarto de baño cómodas para brindar un buen descanso a los huéspedes con un rango de número de habitaciones de 7 a 15, también brindan acondicionamiento térmico e internet en áreas de uso común, siendo espacios para la integración y relajación de los huéspedes como sala de lectura, sala de juegos y salones. El 83% es decir 10 de los establecimientos brinda servicio de alimentos y bebidas entre desayunos continentales, costeños y americanos, almuerzos tradicionales con proteínas como pollo, carne, chuleta y mariscos, bebidas con y sin alcohol para clientes de todas las edades; las áreas de recreación que tienen canchas, espacios verdes, juegos infantiles, corrales con animales de granja y espacios para observar naturaleza. El 75% siendo 9 alojamientos tiene espacio para estacionamiento. El 66% mostrando que 8 alojamientos cuentan con el servicio de piscina, spa, turco, sauna o hidromasaje destinados principalmente al bienestar, relajación y cuidado personal; las actividades turísticas con la comunidad local es decir interacción con escuelas, tours por recursos de el Tingo y centro de Pujilí, colaboración con el atractivo la laguna de Quilotoa. El 58% que representa a 7 establecimientos cuentan los salones o áreas para eventos con estilos diferentes pero aptos para cualquier ocasión.

#### 10.1.4. Encuestas a los visitantes del cantón Pujilí

Las encuestas fueron realizadas a visitantes, turistas y excursionistas en puntos estratégicos como son terminal terrestre Latacunga, terminal terrestre Pujilí, parque central Pujilí, la laguna del Quilotoa y mercado Zumbahua, dentro de la información que se requirió esta su procedencia, acerca del viaje, que les pareció Pujilí.

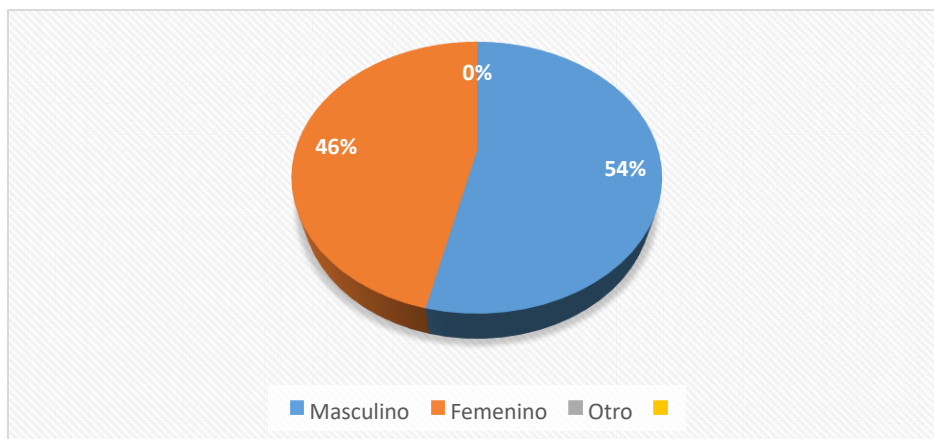
Los resultados se exponen a continuación:

**Figura 6** Edad



La mayoría de visitantes rondan la edad de 18 a 25 años con un 39%, le sigue las edades entre 26 a 35 años con un 30 %, a continuación, va el 26% con visitantes de 36 a 45 años, con un porcentaje pequeño del 5% son visitantes de 46 a 55 años, esto influye en los establecimientos por que determinan sus preferencias, necesidades y comportamientos durante el viaje.

**Figura**  
*Género*



El género masculino obtuvo el 54% del total de los visitantes por el contrario el género femenino tiene el 46%, esto está relacionado con la edad ya que los gustos por el servicio de alojamiento y lo que brinda, varían de manera positiva o negativa.

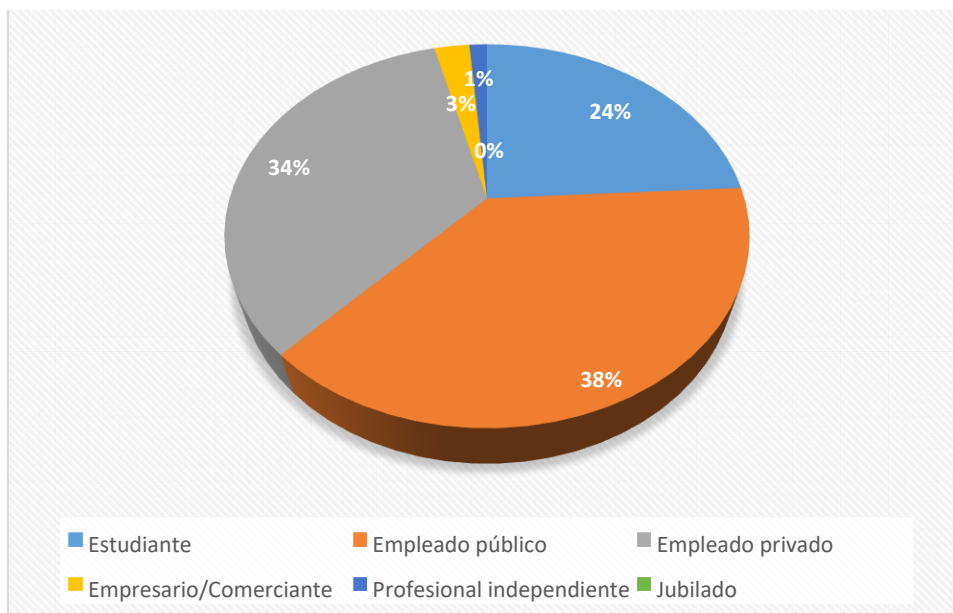
**Figura 8** *Procedencia*



La procedencia de los visitantes en su mayoría es internacional con un 55% algunos de los países mencionados son Holanda, Inglaterra, Italia, China y otros, en una minoría del 45% se encuentra los turistas nacionales que provienen de Quito, Pujilí, Ambato, Esmeraldas, Cuenca y más. La relación con las respuestas anteriores es por ejemplo que la mayoría de jóvenes europeos viajan más solos o con amigos y buscan servicios económicos, mientras que los jóvenes asiáticos

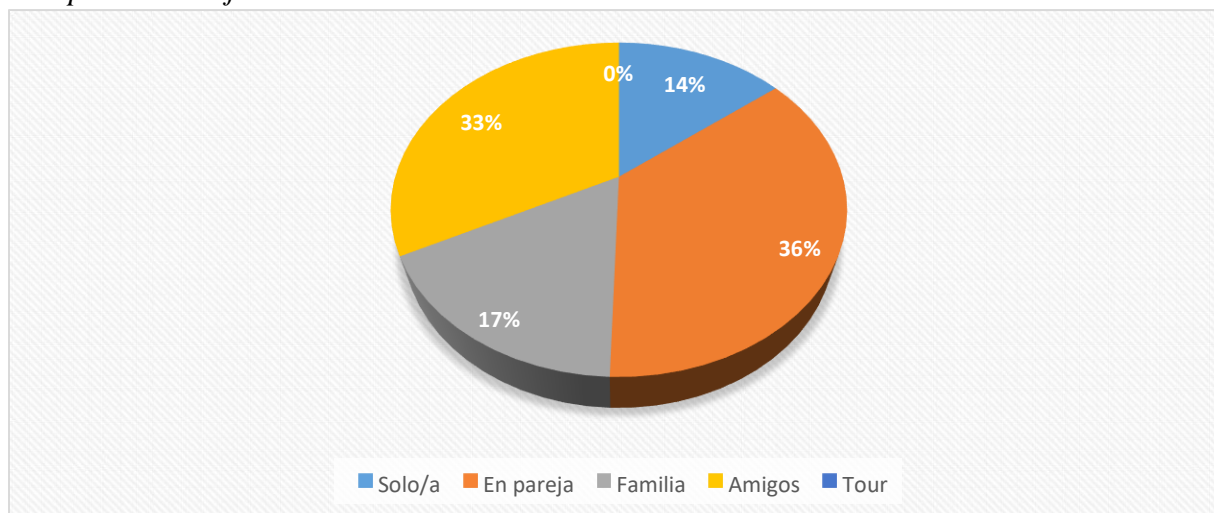
viajan más en grupos y buscan actividades de entretenimiento durante el día, también los adultos buscan destinos culturales prefiriendo alojamiento cómodo.

**Figura 9** *Ocupación*



De los visitantes encuestados sobre su ocupación se obtuvo los siguientes resultados, el 38% corresponde a empleado público, el 34% a empleado privado, el 24% a estudiante y con porcentajes bajos esta como empresario o comerciante el 3% y con el 1% profesional independiente. Las ocupaciones influyen en el presupuesto disponible para alojamiento y en los servicios y productos, por ejemplo, empresarios, empleados privados y públicos mayormente eligen hoteles, haciendas turísticas o hosterías más costosas donde obtiene instalaciones de mejor calidad y servicios para satisfacer necesidades específicas; en contraste, estudiantes y trabajadores de sectores con menores ingresos buscan opciones más económicas, servicios más relajados, espacios para la recreación.

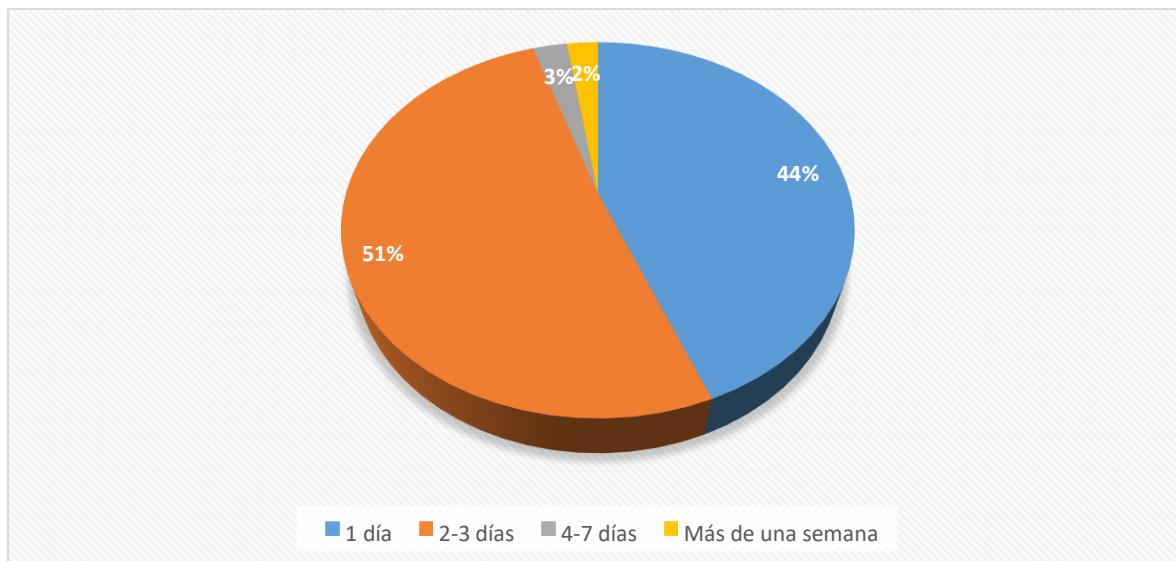
**Figura**  
*Compañía de viaje*



En la pregunta 5 acerca de con quien viajan obtuvimos el 36% de visitantes que viajan en pareja, el 33% de grupos de amigos, el 17 % de visitantes viajan con familia, el 14% de visitantes individuales y con 0% tours. El saber con quién viaja el visitante influye en el tipo de habitaciones, el tipo de servicio, precios y paquetes, en la duración y flexibilidad de sus estadías por ejemplo cuando viajan solos utilizan los servicios de alimentos y bebidas, habitaciones individuales o simples y salas de lectura, los que viajan en pareja requieren habitaciones matrimoniales, servicio de habitación, paquetes románticos y spa, cuando viajan en familia o amigos, necesitan ofertas especiales para grupos grandes, el servicio de lavandería, estacionamiento, áreas de juegos y pueden ser estadías más largas.

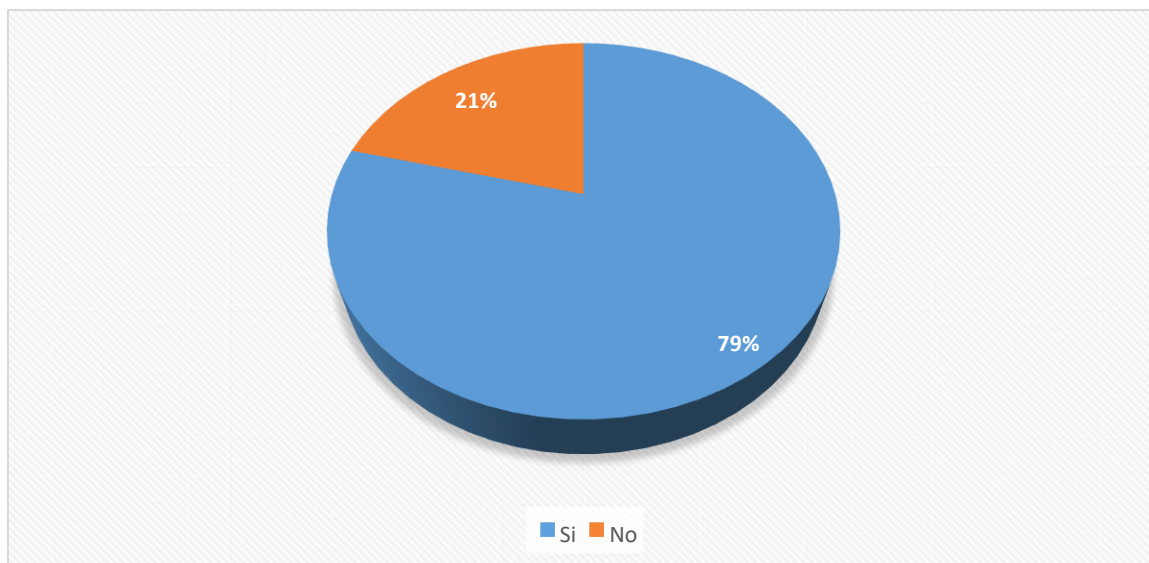
**Figura**  
**11**

*Duración de estadía*



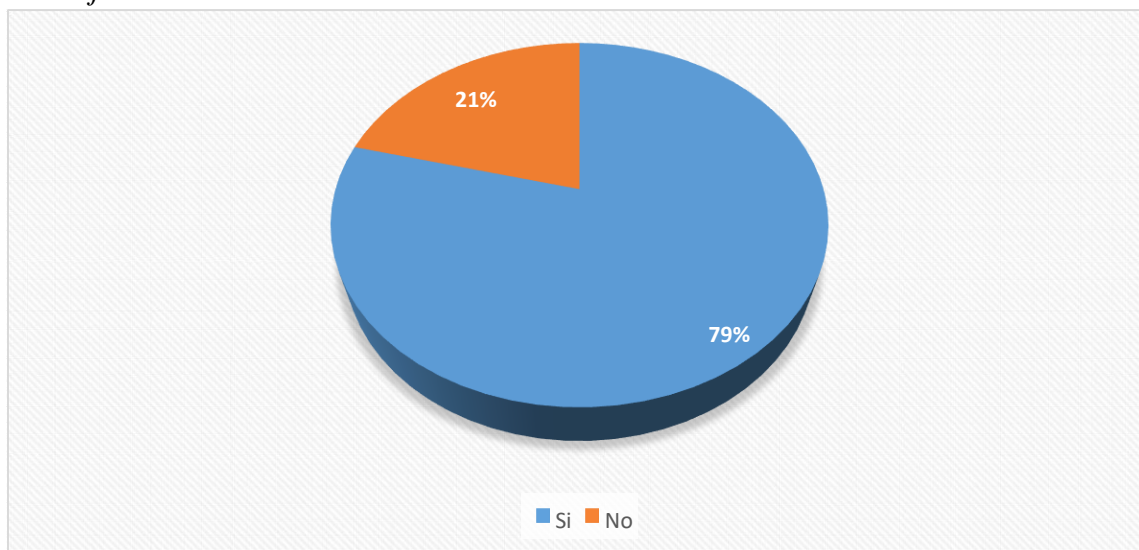
Los visitantes de Pujilí en su mayoría con un 51% de queda en el cantón de 2 a 3 días, el 44% dura solo 1 día, la minoría con el 3% y 2% se quedan en los rangos de 4 a 7 días y más de una semana respectivamente. Para elegir la duración del viaje y estadía interviene la edad, ocupación y con quién viaja el visitante ya que los jóvenes de 18 a 25 años en su mayoría son estudiantes y ellos ocupan solo uno o dos días en el cantón, los de mayor edad ya son profesionales y viajan con pareja, familia o amigos esto se pueden quedar a partir de tres días para adelante y esto ya representa ganancia para los establecimientos.

**Figura**  
*Primera visita*



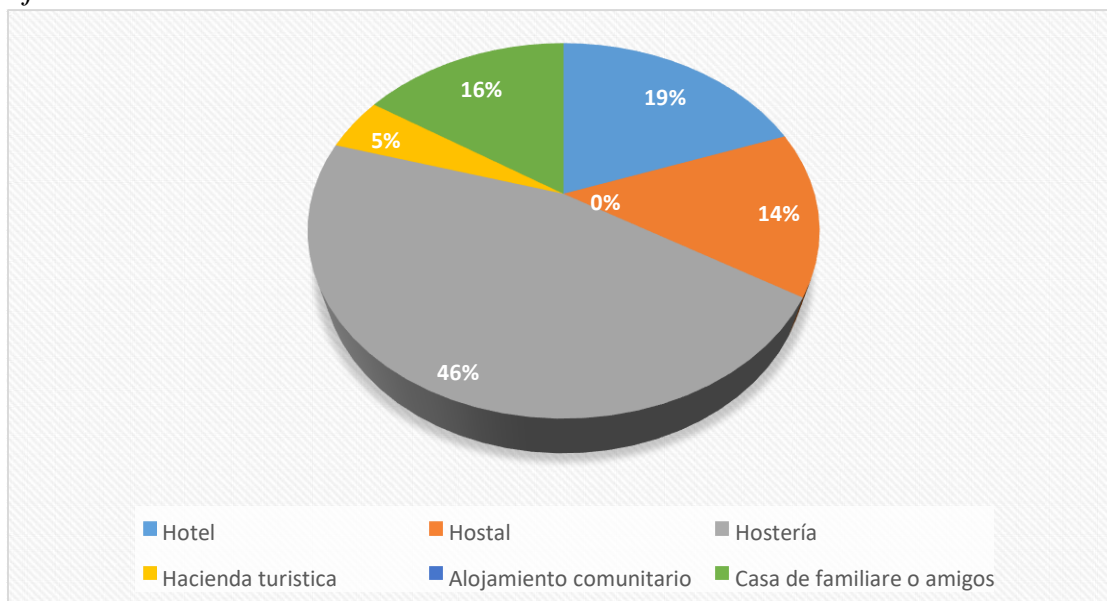
Se realizó la pregunta acerca de que, si es la primera vez que visita Pujilí o no, el 79% que equivale a más de la mitad de los encuestados afirmaron y solo el 21% ya han visitado el Cantón antes. Cuando los alojamientos reciben a visitantes que llegan al cantón Pujilí por primera vez y deciden quedarse por lo menos una noche tienen la oportunidad de brindarles el mejor servicio para de esta manera vuelva en otra oportunidad así también como atraiga a más visitantes con sus recomendaciones.

**Figura**  
*Estadía en Pujilí*



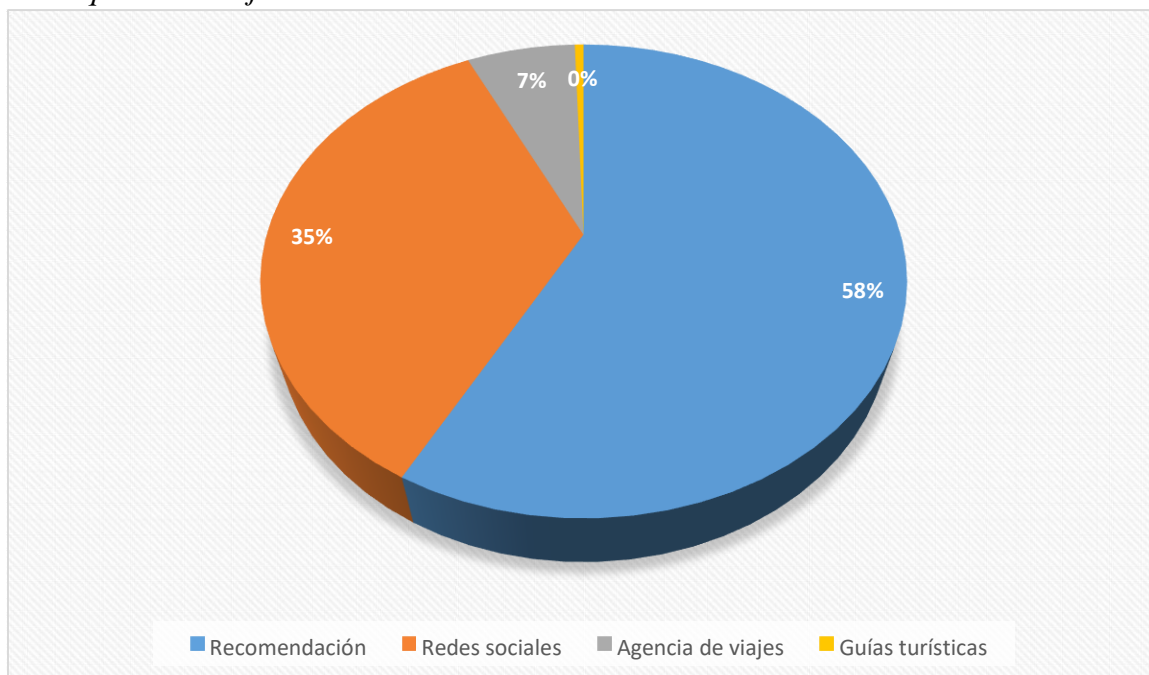
El porcentaje mayor del 79% nos dice que los visitantes que visitaron Pujilí si se quedaron hospedados en los establecimientos del cantón y solo el 21% no lo hicieron. Es importante entender que no todos los visitantes que llegan a los diferentes atractivos deciden quedarse la noche o varias noches en el lugar esto afecta a los servicios de hospedaje, pero pueden brindar otros servicios como alimentos y bebidas, piscina o spa.

**Figura**  
*Hospedaje*



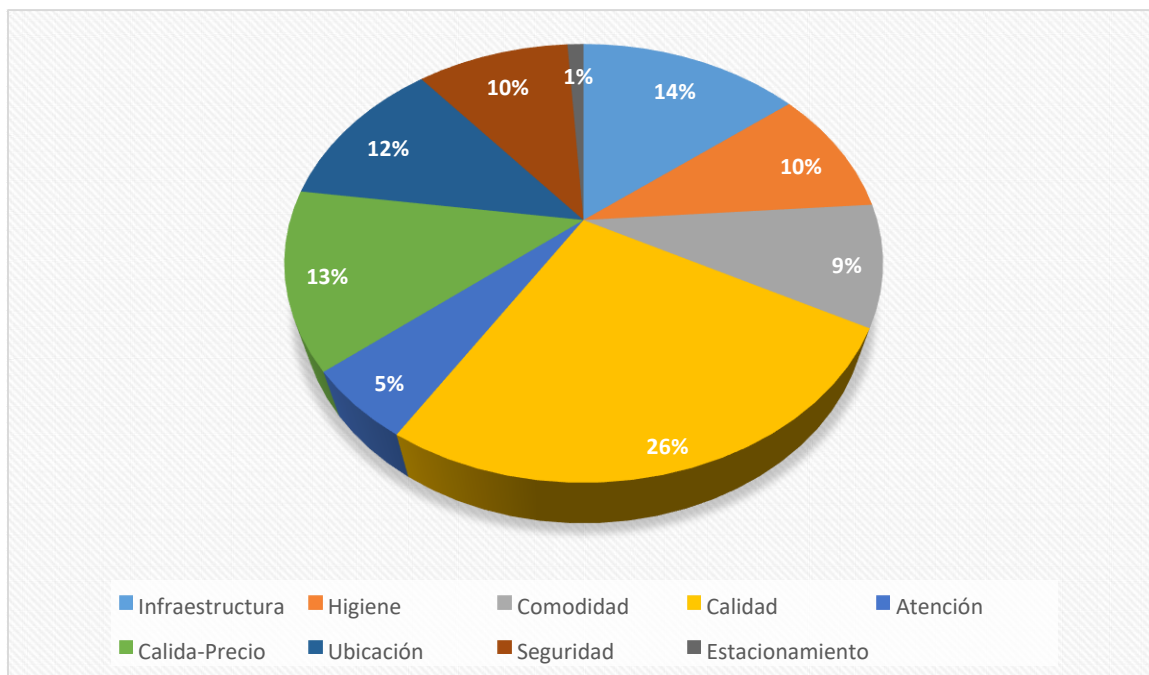
. El 46% de preferencia por hosterías indica que es la opción más atractiva para los visitantes de Pujilí teniendo un balance entre precio, comodidad y calidad de servicio, el 19% por preferencia en hoteles contando los servicios según el visitante y su compañía, el 16% que se hospeda en casas de familiares y amigos que representa una problema para los establecimientos formales, con el 5% en haciendas turísticas indica una oportunidad de desarrollo importante como nicho de mercado con potencial para atraer visitantes profesionales o con familia y amigos con mayor presupuesto económico y estadías más largas .

**Figura**  
*Medio de búsqueda de alojamiento*

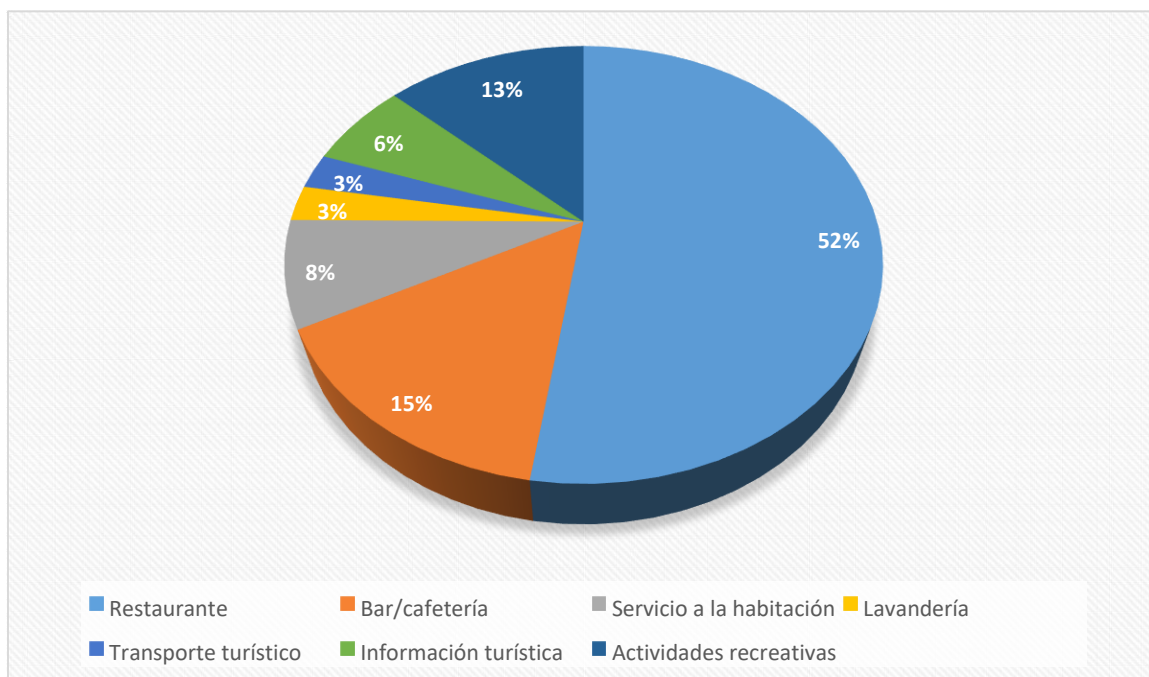


Por medio de la pregunta 10 se concluyó que las recomendaciones de visitantes a otros influyen demasiado al momento de escoger hospedaje siendo el 58% esto mayormente con turistas de procedencia internacional o empresarios, igualmente las redes sociales son la herramienta utilizada por los visitantes en un 35% para buscar y conocer un hospedaje, una parte menor lo realiza por medio de agencias de viajes y guías turísticas.

**Figura**  
*Aspectos considerados*

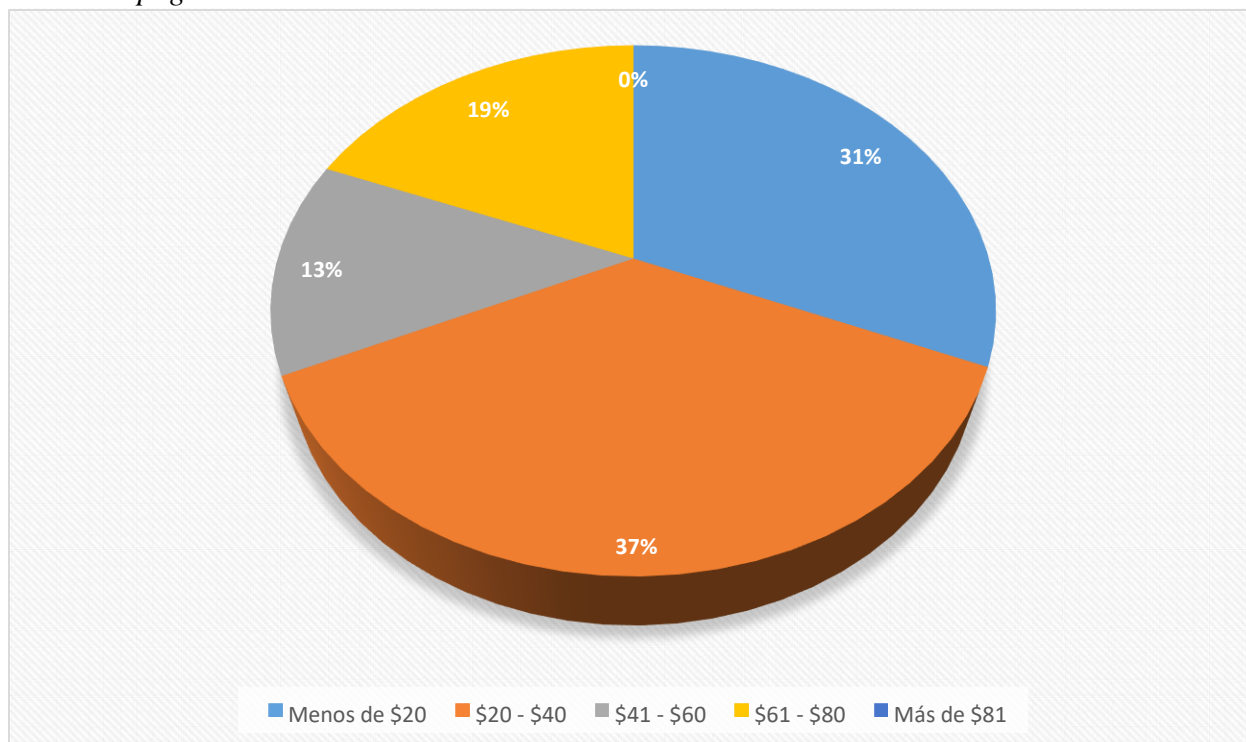


Los resultados de la encuesta revelan los aspectos que los visitantes consideran más importantes al escoger establecimientos de alojamiento. La calidad del servicio como el factor más valorado por visitante nacionales e internacional con el 26%, la importancia de la infraestructura con el 14%, la relación de calidad-precio es tomado en cuenta por el 13% de los visitantes en su mayoría grupos grandes de familias o amigos, la ubicación influye en el 12%, la seguridad, la higiene y la comodidad con el 10% en dos factores y el 9% respectivamente presentan niveles de importancia considerable por parte de visitantes de todas las edades, mientras que el aspecto de atención con 20 resultados es decir el 5% y el 1% sobre estacionamiento dando poco interés en estos.

**Figura 17** *Servicios adicionales*

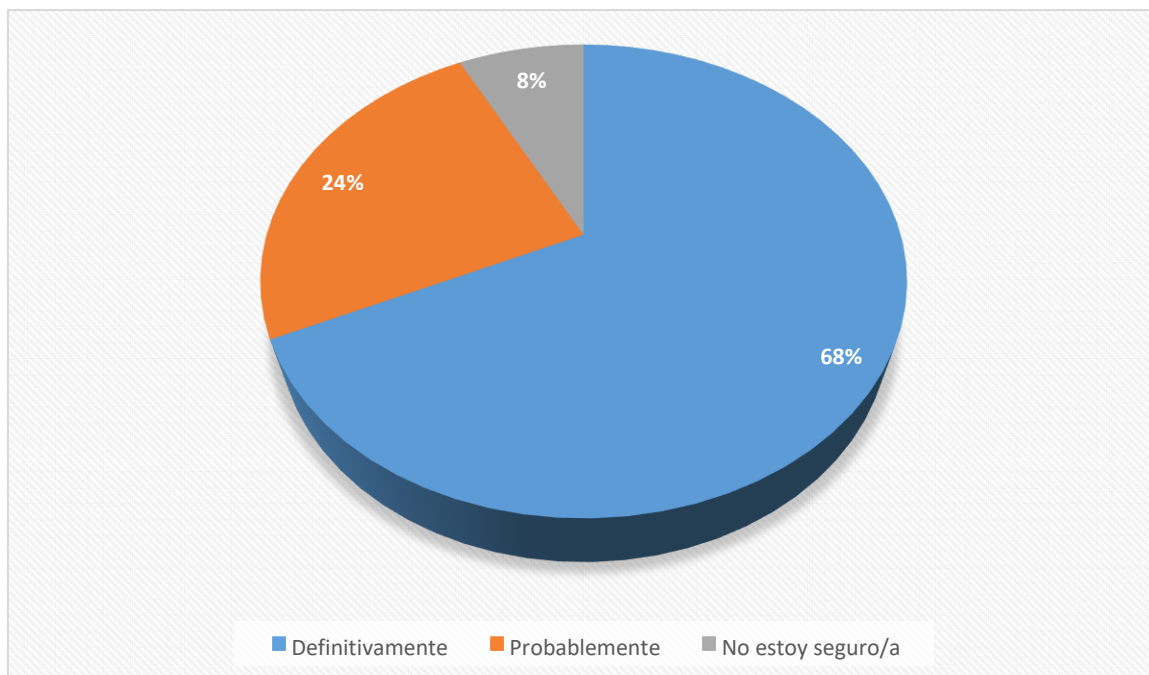
Los visitantes requieren o les gustaría servicios adicionales en el alojamiento dependiendo de su edad, si viaja solo o no, la duración de su viaje y el tipo de hospedaje como el 52% eligen restaurante, importante también el bar y cafetería con el 15%, seguido por la emoción de realizar actividades recreativas con el 13% para la relajación y socialización, para la privacidad el 8% los visitantes creen elemental el servicio a la habitación, el 6% requiere información turística sobre atractivos, los aspectos menos considerados y relevantes son lavandería y transporte con un 3% ambos.

**Figura**  
*Precios a pagar*



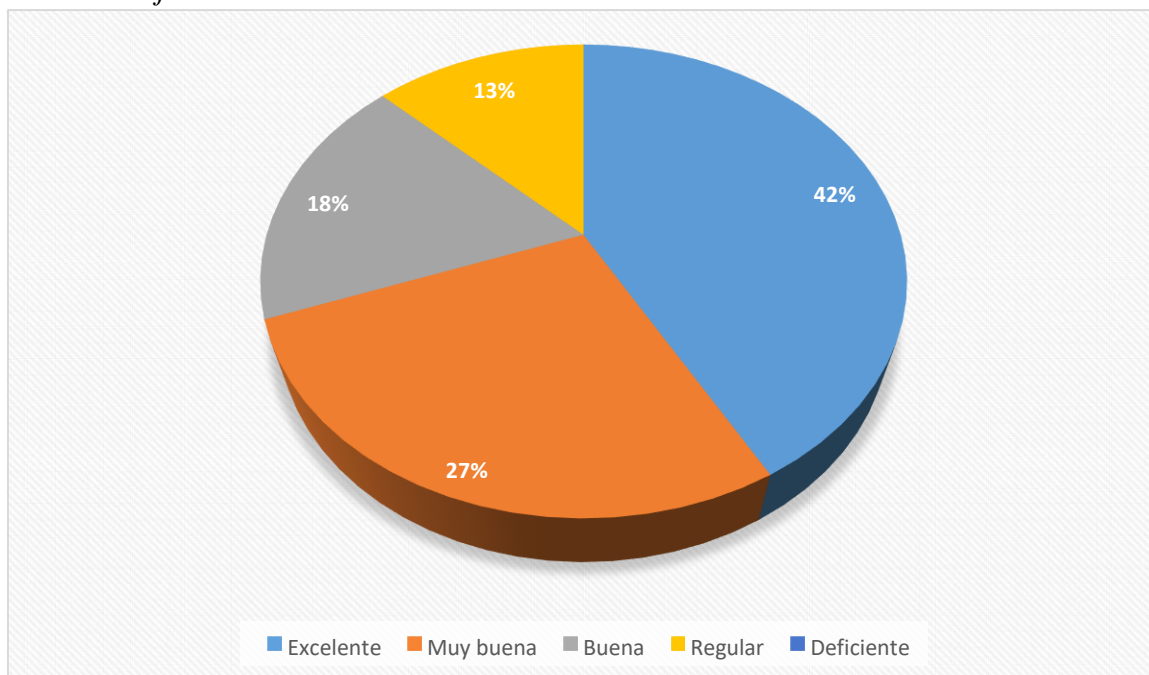
Es importante saber el rango que está dispuesto a pagar el visitante según su poder adquisitivo y duración de estadía por un servicio de alojamiento, el 37% pagaría de \$20 a \$40 precio razonable con respecto al tiempo de estadía, con el 31% le sigue el rango de precio de \$20 para abajo, con el 13% y el 19% el rango sube a \$41 a \$60 y \$61 a \$80 respectivamente esto representa que los visitantes prefieren gastar de más en alojamiento.

**Figura**  
*Recomendaciones*

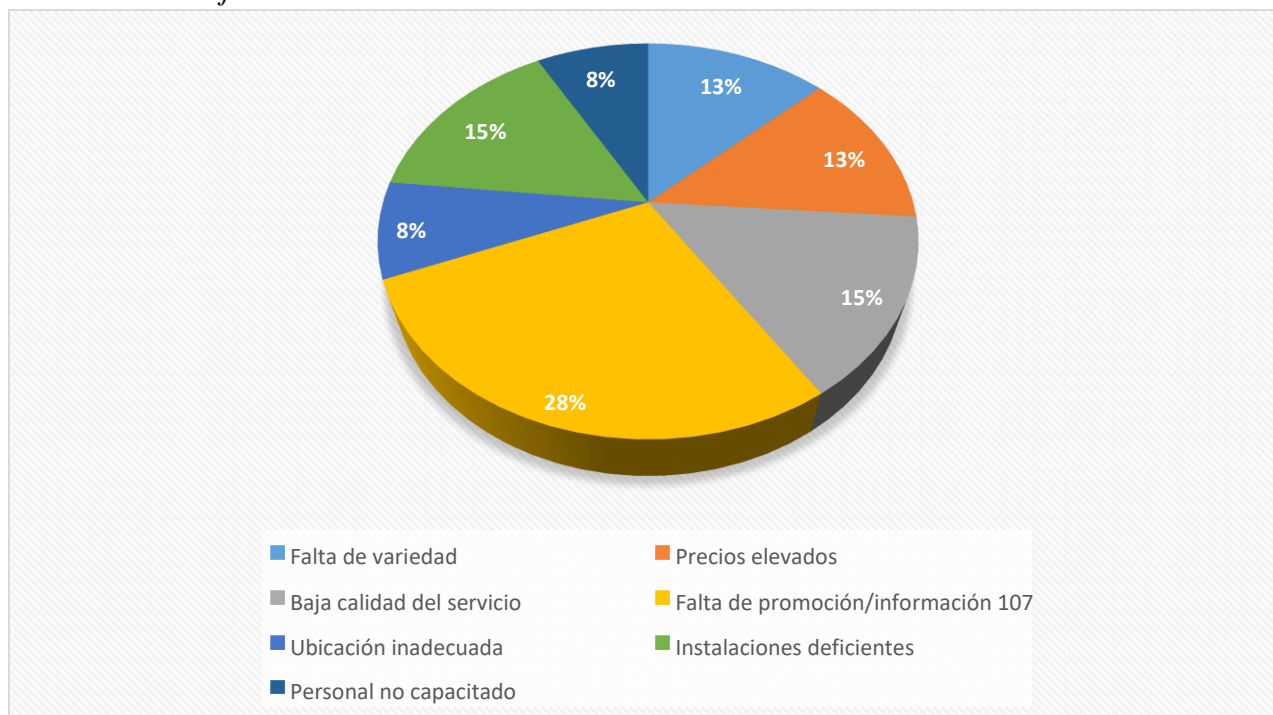


En esta pregunta que se refiere que, si recomendaría el hospedaje un visitante a otro tomando en cuenta su experiencia en calidad, atención, comodidad y servicios, el resultado con un número de encuestas de 260 dando el 68% definitivamente aconsejaría sobre el hospedaje, el 24% probablemente lo haría y por último el 8% no tiene la seguridad de recomendar donde se hospedo.

**Figura**  
*Calificación de alojamiento*



A los visitantes se les pidió su calificación desde su vivencia en el cantón Pujilí hacia los establecimientos de alojamiento los resultados son que el 42% califica de manera excelente el servicio, el 27% como muy buena, el 18% como un servicio bueno y el 13% lo califica como regular esto nos permite concluir que al final en el área de servicio y atención se destaca el cantón.

**Figura***Problema en alojamiento*

Para saber la perspectiva de los visitantes sobre el problema que tiene la oferta de alojamiento en el cantón Pujilí, la mayoría con el 28% manifestó la falta de promoción e información, el 15% dijo que las instalaciones eran deficientes y la baja calidad del servicio, el 13% corresponde el mismo porcentaje a dos problemas como son los precios elevados y la falta de variedad de alojamientos, por último con un empate del 8% correspondiente a la ubicación inadecuada y al personal no capacitado, estos problemas se encuentran en todo el cantón varía según el tipo de establecimiento y las opiniones de cada visitante.

## 10.2. Análisis FODA

### 10.2.1 Matriz PEST-LA

La matriz PEST-LA ayudo a analizar los factores externos de la situación política, económica, social, tecnológica, legal y ambiental para el desarrollo de estrategias operativas.

**Tabla 19** Matriz PEST-LA

<b>Factor</b>	<b>Elemento considerado</b>
Político	La constancia en la crisis política en el país afecta la estabilidad del turismo. Organización de eventos por parte de la actual administración del Gad de Pujilí para atraer turistas. Mantenimiento de infraestructura turística por parte de las autoridades. Comunicación constante entre prestadores de servicios turísticos y autoridades del cantón para el desarrollo turístico. Certificaciones por parte del Ministerio de Turismo
Económico	Incremento de costos operativos y de construcción. Costos elevados para obtener licencias. Mayores ingresos económicos al cantón provienen de la agricultura. Fomentar el sistema económico del cantón para atraer inversiones.
Socio cultural	Se encuentra turismo comunitario en la laguna de Quilotoa. Se evidencia demanda estacional relacionada con festividades culturales y religiosas. Competencia entre establecimientos del mismo sector. Participación de la localidad en ferias de emprendimientos. Crecimiento del segmento de la demanda nacional y extranjera que visita el cantón Pujilí. Integración de la dinámica campo ciudad.
Tecnológico	Sistemas de reserva en plataformas digitales para agilizar el proceso. Utilización de redes sociales para promoción y publicidad con contenido de eventos del cantón sin considerar a los alojamientos y otros prestadores turísticos. Facilidad para transacciones turísticas para pagos de servicios y productos.

---

	Deficiente conectividad a internet en áreas rurales.
Legal	Ordenanzas municipales que influyen en la actividad turística del cantón. Normativas específicas para diferentes tipos de alojamiento. Regulación de patentes municipales.
Ambiental	Normativas sobre el funcionamiento de plazas y mercados. Variación climática en zonas altas y bajas del cantón. Impacto negativo del turismo en ecosistemas como degradación de hábitats y contaminación de recursos hídricos. Protección de valores paisajísticos en el cantón. Impulsar la sostenibilidad ambiental.

---

Nota: investigación de campo (María Zapata, 2025)

Se analizaron 27 elementos en la tabla mostrada anteriormente, dividido en 6 factores. Por medio de este análisis se identificó los impactos que tiene el entorno ayudando al desarrollo de estrategias que logren el mejoramiento de la planta turística oferta de alojamiento del cantón Pujilí.

### ***10.2.1 Matriz FODA***

La matriz FODA es una herramienta que tiene como objetivo identificar y analizar los factores que aportan como características fuertes y débiles que conlleva las situaciones internas y externas del cantón Pujilí es decir las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la oferta de alojamiento.

**Tabla 20** *Matriz FODA*

Factores internos	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
de la empresa, organización o entidad.	<p>La totalidad de los establecimientos cuenta con personal certificado en áreas operativas.</p> <p>La mayoría de los establecimientos registrados tiene personal certificado en idioma extranjeros. El acondicionamiento térmico e internet en áreas sociales.</p> <p>Facilidad de pago electrónico (transferencia y De Una).</p> <p>Los alojamientos con ventaja competitiva por su ubicados cerca de recursos naturales.</p> <p>Alianza de colaboración entre el hostel el Danzante y el hotel Navardun.</p>	<p>No se maneja sistema operativo hotelero.</p> <p>Falta de conocimiento de gestión hotelera digital.</p> <p>Baja promoción de los establecimientos.</p> <p>Deficiencia en protocolos de atención y servicio al cliente.</p> <p>Bajo uso de plataformas digitales para comercialización del servicio.</p>
Factores externos	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
del ambiente	<p>Organización de eventos por parte de la actual administración del Gad de Pujilí para atraer turistas.</p> <p>Mantenimiento de infraestructura turística por parte de las autoridades.</p> <p>Crecimiento del segmento de la demanda nacional y extranjera que visita el cantón Pujilí.</p> <p>Sistemas de reserva en plataformas digitales para agilizar el proceso.</p> <p>Protección de valores paisajísticos en el cantón.</p> <p>Participación de la localidad en ferias de emprendimientos</p>	<p>Se evidencia demanda estacional relacionada con festividades culturales y religiosas.</p> <p>La constancia en la crisis política en el país afecta la estabilidad del turismo.</p> <p>Competencia entre establecimientos del mismo sector.</p> <p>Utilización de redes sociales para promoción y publicidad con contenido de eventos del cantón sin considerar a los alojamientos y otros prestadores turísticos.</p> <p>Variación climática en zonas altas y bajas del cantón.</p> <p>Mayores ingresos económicos al cantón provienen de la agricultura.</p>

Nota: Elaborado por María Zapata (2025)

### 10.2.1 Matriz MEFE

Después de la matriz FODA se realizó la Matriz MEFE en la cual se evaluó los factores externos los mismos que son las oportunidades y amenazas de la planta turística oferta de alojamiento del cantón Pujilí que previamente se obtuvo en la matriz FODA.

**Tabla 21** Matriz MEFE

<u>Factores externos</u> Oportunidades	<u>Importancia</u>	<u>Calificación</u>	<u>Valor</u>
O1: Organización de eventos por parte de la actual administración del Gad de Pujilí para atraer turistas.	0.10	4	0.40
O2: Mantenimiento de infraestructura turística por parte de las autoridades.	0.09	4	0.36
O3: Crecimiento del segmento de la demanda nacional y extranjera que visita el cantón Pujilí.	0.08	4	0.32
O4: Sistemas de reserva en plataformas digitales para agilizar el proceso.	0.12	4	0.48
O5: Protección de valores paisajísticos en el cantón.	0.08	3	0.24
O6: Participación de la localidad en ferias de emprendimientos.	0.08	3	0.24
<b>Total</b>			<b>2.04</b>
<b>Amenazas</b>			
A1: Se evidencia demanda estacional relacionada con festividades culturales y religiosas.	0.07	2	0.14
A2: La constancia en la crisis política en el país afecta la estabilidad del turismo.	0.08	1	0.08
A3: Competencia entre establecimientos del mismo sector.	0.09	1	0.09
A4: Utilización de redes sociales para promoción y publicidad con contenido de eventos del cantón sin considerar a los alojamientos y otros prestadores turísticos.	0.08	1	0.08
A5: Variación climática en zonas altas y bajas del cantón.	0.08	1	0.08
A6: Mayores ingresos económicos al cantón provienen de la agricultura.	0.06	2	0.12
<b>Total</b>			<b>0.51</b>
<b>TOTAL MEFE</b>			<b>2.55</b>

Nota: Elaborado por María Zapata (2025)

El resultado de una ponderación de 2.55 indica que los establecimientos del cantón Pujilí son medianamente influidos por las oportunidades y amenazas, por lo cual es importante establecer estrategias que le permitan aprovechar lo primero y disminuir lo segundo.

### 10.2.1 Matriz MEFI

A continuación de la matriz MEFE se realizó la Matriz MEFI en la cual se evaluó los factores internos los mismos que son las fortalezas y debilidades de la planta turística oferta de alojamiento del cantón Pujilí que previamente se obtuvo en la matriz FODA.

**Tabla 22 Matriz MEFI**

<b><u>Factores externos</u></b>	<b><u>Importancia</u></b>	<b><u>Calificación</u></b>	<b><u>Valor</u></b>
<b>Fortalezas</b>			
F1: La totalidad de los establecimientos cuenta con personal certificado en áreas operativas.	0.09	4	0.36
F2: La mayoría de los establecimientos registrados tiene personal certificado en idioma extranjeros.	0.09	4	0.36
F3: El acondicionamiento térmico e internet en áreas sociales.	0.08	3	0.24
F4: Facilidad de pago electrónico (transferencia y De Una).	0.10	4	0.40
F5: Los alojamientos con ventaja competitiva por su ubicados cerca de recursos naturales.	0.11	4	0.44
F6: Alianza de colaboración entre el hostel El Danzante y el hotel Navardun.	0.07	3	0.21
<b>Total</b>			<b>2.01</b>
<b>Debilidades</b>			
D1: No se maneja sistema operativo hotelero.	0.11	1	0.11
D2: Falta de conocimiento de gestión hotelera digital.	0.07	2	0.14
D3: Baja promoción de los establecimientos.	0.10	1	0.10
D4: Deficiencia en protocolos de atención y servicio al cliente.	0.08	2	0.16
D5: Bajo uso de plataformas digitales para comercialización del servicio.	0.10	1	0.10
<b>Total</b>			<b>0.61</b>
<b>TOTAL MEFI</b>	<b>1.0</b>		<b>2.62</b>

Nota: Elaborado por María Zapata (2025)

Como resultado total de la matriz MEFI nos dio 2.62 que es positivo entendiendo así que tiene una posición interna fuerte lo cual implica que los establecimientos tienen fortalezas para seguir desarrollándolas y mitigando las debilidades.

### 10.2.1 Matriz MAFE

Se presenta la matriz de análisis de factores externos e internos la cual se dará a conocer a través del análisis correlacionado de los factores, para obtener las estrategias a seguir.

**Tabla 23** Matriz MAFE

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	F1: La totalidad de los establecimientos cuenta con personal certificado en áreas operativas.	D1: No se maneja sistema operativo hotelero.
	F2: La mayoría de los establecimientos registrados tiene personal certificado en idioma extranjeros.	D2: Falta de conocimiento de gestión hotelera digital.
	F3: El acondicionamiento térmico e internet en áreas sociales.	D3: Baja promoción de los establecimientos.
	F4: Facilidad de pago electrónico (transferencia y De Una).	D4: Deficiencia en protocolos de atención y servicio al cliente.
	F5: Los alojamientos con ventaja competitiva por su ubicados cerca de recursos naturales. F6: Alianza de colaboración entre el hostel el Danzante y el hotel Navardun.	D5: Bajo uso de plataformas digitales para comercialización del servicio.
<b>Oportunidades</b>	O1: Organización de eventos por parte de la actual administración del Gad de Pujilí para atraer turistas.	O2: Mantenimiento de infraestructura turística por parte de las autoridades. O3: Crecimiento del

segmento de la demanda nacional y extranjera que visita el cantón Pujilí.  
**O4:** Sistemas de reserva en plataformas digitales para agilizar el proceso. **O5:** Protección de valores paisajísticos en el cantón. **O6:** Participación de la localidad en ferias de emprendimientos.  
**FO:** Estrategias ofensivas  
**F1+F2+O3:** Colocar al personal capacitado y certificado en áreas operativas, así como en idioma extranjero en áreas de mayor contacto con el cliente para fortalecer el servicio dentro de los establecimientos de alojamiento logrando una ventaja competitiva frente a sectores que no cuentan con personal preparado.  
**F3+O2:** Utilizar el confort moderno con

alojamientos que cuentan con acondicionamiento térmico e internet en sus áreas sociales y una infraestructura turística bien cuidada por el mantenimiento continuo del GAD para capturar la atención de los turistas que buscan conectividad para trabajar y comunicarse, también espacios frescos para relajarse.  
**F4+O4:** Implementar un sistema donde todos los alojamientos ofrecen pagos electrónicos sea por transferencias o por la aplicación De Una y reservas online en plataformas como despegas, booking y kayak, para que el cantón destino más fácil de reservar y pagar, llamando la atención de turistas jóvenes que buscan comodidad digital.  
**F5+O5:** Impulsar un programa donde los alojamientos se benefician de su ubicación cerca de recursos naturales, mientras se busca la colaboración con las autoridades para garantizar la protección de los valores paisajísticos del cantón, llegando al creciente mercado de ecoturismo.  
**F6+O1+O6:** Crear una alianza estratégica entre el hostel El Danzante (ya existe alianza con el GAD), el hotel Navardun y la hostería El Aliso alojamientos de la cabecera parroquial Pujilí, junto  
**DO:** Estrategias de adaptación **D5+O2:** Transformar el bajo uso digital en ventaja competitiva usando la infraestructura turística mantenida y bien conservada por las autoridades

(parques, miradores, iglesias y espacios públicos) como contenido relevante para digitalizar la comercialización de los establecimientos, y de esta manera. **D1+O4:** Implementar un el sistema operativo hotelero siendo este un software donde se gestiona las operaciones diarias internas y diferenciar con las plataformas digitales que ya son utilizadas por una parte de los alojamientos la misma que ayuda a reservar habitaciones a los turistas permitiendo así un desarrollo eficiente en la industria hotelera.  
**D2+O3:** Desarrollar un programa de capacitación sobre gestión hotelera digital que maneja la tecnología para optimizar las actividades de recepción, limpieza, manejo de reservas, facturación e inventario mejorando la experiencia del cliente aprovechando en crecimiento del mercado internacional y nacional en el cantón.  
**D3+O1:** Establecer un convenio donde los establecimientos de alojamiento se benefician de la promoción oficial de eventos municipales, aumentando exponencialmente su alcance a posibles clientes sin inversión representativa en publicidad propia.  
**D4+O2:** Capacitar sobre protocolos de atención al personal que se caractericen en vincular a los huéspedes con los sitios turísticos bien

	<p>con el GAD de Pujilí que organiza eventos turísticos y ferias de emprendimientos para promocionar y garantizar a los visitantes la disponibilidad de alojamiento atrayendo los mercados de turismo experiencial aumentando las ventas de los alojamientos</p>	<p>mantenidos por el gobierno, enfocándose en explicar los mejores lugares públicos cercanos, y ayudar con información importante y de esta manera brindar una experiencia agradable a los visitantes.</p>
<p><b>Amenazas A1:</b> Se evidencia demanda estacional relacionada con festividades culturales y religiosas.  <b>A2:</b> La constancia en la crisis política en el país afecta la estabilidad del turismo.  <b>A3:</b> Competencia entre establecimientos del mismo sector.  <b>A4:</b> Utilización de redes sociales para promoción y publicidad con contenido de eventos del cantón sin considerar a los alojamientos y otros prestadores turísticos.  <b>A5:</b> Variación climática en zonas altas y bajas del cantón.  <b>A6:</b> Mayores ingresos económicos al cantón provienen de la agricultura.</p>	<p><b>FA:</b> Estrategias de supervivencia  <b>F6+A1:</b> Utilizar la colaboración entre el hostel El Danzante y el hotel Navardun que cuando el primero esté saturado, automáticamente envía huéspedes al segundo, mientras crean paquetes conjuntos para atraer demanda estacional, intervenir costos de promoción, ofrecer mayor capacidad y así maximizar ganancias durante eventos masivos religiosos y culturales.  <b>F1+F2+A3:</b> Iniciar un plan entre establecimientos de alojamiento beneficiándose del personal certificado operativo presente en todos los establecimientos y la mayoría en idiomas extranjeros eliminando la competencia destructiva al compartir conocimientos, experiencias, estrategias y recursos teniendo una ventaja competitiva colectiva.  <b>F4+A4:</b> Captar la demanda generada por la promoción oficial del Cantón y convertirla en posibles reservas dando la facilidad de pago electrónico servicio rápido y fácil para los clientes.  <b>F5+A1:</b> Diversificar temporadas asando la ubicación cerca de recursos naturales para operar en temporada bajas enfocándose en la demanda de</p>	<p><b>DA:</b> Estrategias defensivas  <b>D1+A4:</b> Utilizar el contenido de eventos cantonales para crear un sistema de gestión básico sin inversión tecnológica. Los establecimientos utilizan las redes sociales como sistema operativo improvisado donde cada publicación sobre eventos del cantón se convierte en oportunidad de promoción directa permitiendo que los hospedajes llegar a ese mercado y gestionar reservas directamente a través de WhatsApp y redes sociales.  <b>D2+A3:</b> Construir una alianza temporal donde los establecimientos competidores compartan capacitación, intercambiar conocimientos básicos sobre gestión hotelera digital, y rotar personal en entrenamientos conjuntos transformando la ignorancia digital individual en aprendizaje colectivo que les permita sobrellevar la competencia.  <b>D3+A4:</b> Contrarrestar la baja promoción individual comentando estratégicamente en publicaciones gubernamentales ofreciendo alojamiento, es decir sacar ventaja promocionalmente en los eventos realizados en el cantón.  <b>D3+A1:</b> Concentrar la promoción durante festividades culturales y religiosas cuando hay</p>

---

turismo natural, de aventura y relajación, mientras que durante festividades culturales-religiosas

---

direccionándose a la demanda de turismo cultural y religioso siendo rentable para los establecimientos.

**F3+F4+A3:** Promocionar las áreas sociales climatizadas con internet para nómadas digitales, familias y turistas de negocios, Los establecimientos de otros

destinos evidencian tarifas superiores por estos espacios de experiencia o comodidad y utilizan el pago electrónico instantáneo (transferencias/De Una) para capturar reservas cuando los clientes experimentan directamente la comodidad climatizada y conectividad de calidad.

demanda garantizada, invirtiendo sus recursos promocionales 2 a 3 meses antes de cada festividad importante, aprovechando que solo necesitan capturar demanda existente, no crearla  
**D5+A4:** Convertir las redes sociales en un recurso mejor desarrollado para compensar el bajo uso de plataformas digitales propias vinculándose a promociones turísticas por parte del GAD ya que este no toma en cuenta a los prestadores de servicio.

---

Nota: Elaborado por María Zapata (2025)

Después de realizar la matriz MAFE resulto 20 estrategias operativas, 5 estrategias ofensivas, 5 estrategias de adaptación, 5 estrategias de supervivencia y 5 estrategias defensivas, para la aplicación en la planta turística oferta de alojamiento del cantón Pujilí.

Las estrategias obtenidas se presentan a continuación:

**Tabla 24** *Estrategias Operativas*

---

Tipo de estrategias	Estrategias operativas
---------------------	------------------------

---

---

Estrategias ofensivas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Colocar al personal capacitado y certificado en áreas operativas, así como en idioma extranjero en áreas de mayor contacto con el cliente para fortalecer el servicio dentro de los establecimientos de alojamiento logrando una ventaja competitiva frente a sectores que no cuentan con personal preparado.</li> <li>2. Utilizar el confort moderno con alojamientos que cuentan con acondicionamiento térmico e internet en sus áreas sociales y una infraestructura turística bien cuidada por el mantenimiento continuo del GAD para capturar la atención de los turistas que buscan conectividad para trabajar y comunicarse, también espacios frescos para relajarse.</li> <li>3. Implementar un sistema donde todos los alojamientos ofrecen pagos electrónicos sea por transferencias o por la aplicación De Una y reservas online en plataformas como despegas, booking y kayak, para que el cantón destino más fácil de reservar y pagar, llamando la atención de turistas jóvenes que buscan comodidad digital.</li> <li>4. Impulsar un programa donde los alojamientos se benefician de su ubicación cerca de recursos naturales, mientras se busca la colaboración con las autoridades para garantizar la protección de los valores paisajísticos del cantón, llagando al creciente mercado de ecoturismo.</li> <li>5. Crear una alianza estratégica entre el hostel El Danzante (ya existe alianza con el GAD), el hotel Navardun y la hostería El Aliso alojamientos de la cabecera parroquial Pujilí, junto con el GAD de Pujilí que organiza eventos turísticos y ferias de emprendimientos para promocionar y garantizar a los visitantes la disponibilidad de alojamiento atrayendo los mercados de turismo experiencial aumentando las ventas de los alojamientos</li> </ol>
Estrategias de adaptación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transformar el bajo uso digital en ventaja competitiva usando la infraestructura turística mantenida y bien conservada por las autoridades (parques, miradores, iglesias y espacios públicos) como contenido relevante para digitalizar la comercialización de los establecimientos, y de esta manera.</li> <li>2. Implementar un el sistema operativo hotelero siendo este un software donde se gestiona las operaciones diarias internas y diferenciar con las plataformas digitales que ya son utilizadas por una parte de los alojamientos la misma que ayuda a reservar habitaciones a los turistas permitiendo así un desarrollo eficiente en la industria hotelera.</li> </ol> <hr/> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Desarrollar un programa de capacitación sobre gestión hotelera digital que maneja la tecnología para optimizar las actividades de recepción, limpieza, manejo de reservas, facturación e inventario mejorando la experiencia del cliente aprovechando en crecimiento del mercado internacional y nacional en el cantón.</li> <li>4. Establecer un convenio donde los establecimientos de alojamiento se benefician de la promoción oficial de eventos municipales, aumentando exponencialmente su alcance a posibles clientes sin inversión representativa en publicidad propia.</li> </ol>

5. Capacitar sobre protocolos de atención al personal que se caractericen en vincular a los huéspedes con los sitios turísticos bien mantenidos por el gobierno, enfocándose en explicar los mejores lugares públicos cercanos, y ayudar con información importante y de esta manera brindar una experiencia agradable a los visitantes.

#### Estrategias de supervivencia

1. Utilizar la colaboración entre el hostel El Danzante y el hotel Navardun que cuando el primero esté saturado, automáticamente envía huéspedes al segundo, mientras crean paquetes conjuntos para atraer demanda estacional, intervenir costos de promoción, ofrecer mayor capacidad y así maximizar ganancias durante eventos masivos religiosos y culturales.
2. Iniciar un plan entre establecimientos de alojamiento beneficiándose del personal certificado operativo presente en todos los establecimientos y la mayoría en idiomas extranjeros eliminando la competencia destructiva al compartir conocimientos, experiencias, estrategias y recursos teniendo una ventaja competitiva colectiva.
3. Captar la demanda generada por la promoción oficial del Cantón y convertirla en posibles reservas dando la facilidad de pago electrónico servicio rápido y fácil para los clientes.
4. Diversificar temporadas asando la ubicación cerca de recursos naturales para operar en temporada bajas enfocándose en la demanda de turismo natural, de aventura y relajación, mientras que durante festividades culturales-religiosas direccionándose a la demanda de turismo cultural y religioso siendo rentable para los establecimientos.
5. Promocionar las áreas sociales climatizadas con internet para nómadas digitales, familias y turistas de negocios, Los establecimientos de otros destinos evidencian tarifas superiores por estos espacios de experiencia o comodidad y utilizan el pago electrónico instantáneo (transferencias/De Una) para capturar reservas cuando los clientes experimentan directamente la comodidad climatizada y conectividad de calidad.

#### Estrategias defensivas

1. Utilizar el contenido de eventos cantonales para crear un sistema de gestión básico sin inversión tecnológica. Los establecimientos utilizan las redes sociales como sistema operativo improvisado donde cada publicación sobre eventos del cantón se convierte en oportunidad de promoción directa permitiendo

---

que los hospedajes llegar a ese mercado y gestionar reservas directamente a través de WhatsApp y redes sociales.

2. Construir una alianza temporal donde los establecimientos competidores compartan capacitación, intercambiar conocimientos básicos sobre gestión hotelera digital, y rotar personal en entrenamientos

---

conjuntos transformando la ignorancia digital individual en aprendizaje colectivo que les permita sobrellevar la competencia.

**3.** Contrarrestar la baja promoción individual comentando estratégicamente en publicaciones gubernamentales ofreciendo alojamiento, es decir sacar ventaja promocionalmente en los eventos realizados en el cantón.

**4.** Concentrar la promoción durante festividades culturales y religiosas cuando hay demanda garantizada, invirtiendo sus recursos promocionales 2 a 3 meses antes de cada festividad importante, aprovechando que solo necesitan capturar demanda existente, no crearla

**5.** Convertir las redes sociales en un recurso mejor desarrollado para compensar el bajo uso de plataformas digitales propias vinculándose a promociones turísticas por parte del GAD ya que este no toma en cuenta a los prestadores de servicio.

---

Nota: Elaborado por María Zapata (2025)

Tomando como base la tabla anterior se identificó seis estrategias que tengan las áreas que indica Olsen (2009) en el marco teórico y se realizó una propuesta de plan de acción plan de acción presentado a continuación:

**Tabla 25** *Plan de acción*

---

Estrategia	Objetivo de la estrategia	Actividades a realizar	Recursos necesarios
------------	---------------------------	------------------------	---------------------

---

<p>1. Colocar al personal capacitado y certificado en áreas operativas, así como en idioma extranjero en áreas de mayor contacto con el cliente para fortalecer el servicio dentro de los establecimientos de alojamiento logrando una ventaja competitiva frente a sectores que no cuentan con personal preparado.</p>	<p>Fortalecer la calidad de servicio mediante la admisión de personal capacitado en competencias operativa e idioma extranjero</p>	<p>Identificar áreas de conocimiento y habilidades del personal. Elaborar un plan de formación continua. Resignar al personal certificado en puestos con mayor contacto con el cliente. Establecer indicadores de satisfacción del cliente.</p>	<p>Personal Manual de protocolos de atención. Guías de servicio.</p>
<p>2. Implementar un sistema operativo hotelero siendo este un software donde se gestiona las operaciones diarias internas y diferenciar con las plataformas digitales que ya son utilizadas por una parte de los alojamientos la misma que ayuda a reservar habitaciones a los turistas permitiendo así un desarrollo eficiente en la industria hotelera.</p>	<p>Optimizar procesos administrativos y operativos con un sistema operativo.</p>	<p>Identificar procesos internos en recepción e inventarios. Comparar soluciones en el mercado. Configurar el sistema en base a la estructura y operación del lector. Capacitar al personal sobre el uso del sistema.</p>	<p>Personal de soporte técnico Equipos informáticos necesarios Presupuesto para instalación y capacitación</p>
<p>3. Utilizar el confort moderno con alojamientos que cuentan con acondicionamiento térmico e internet en sus áreas sociales y una infraestructura turística bien</p>	<p>Atraer a demanda que busca espacios funcionales y ambientes cómodos con elementos de confort moderno e</p>	<p>Revisar condiciones actuales como sistemas de ventilación, aire acondicionado, calidad de mobiliario y conectividad de internet.</p>	<p>Personal de mantenimiento Equipo de marketing y comunicación</p>

<p>cuidada por el mantenimiento continuo del GAD para capturar la atención de los turistas que buscan conectividad para trabajar y comunicarse, también espacios frescos para relajarse</p>	<p>infraestructura turística optima.</p>	<p>Coordinar con el GAD para evaluar el estado del mobiliario urbano, iluminación y limpieza. Destacar estos servicios en campañas de marketing</p>	<p>Equipos de climatización y red</p>
<p>4. Utilizar el contenido de eventos cantonales para crear un sistema de gestión básico sin inversión tecnológica. Los establecimientos utilizan las redes sociales como sistema operativo improvisado donde cada publicación sobre eventos del cantón se convierte en oportunidad de promoción directa permitiendo que los hospedajes llegaran a ese mercado y gestionar reservas directamente a través de WhatsApp y redes sociales.</p>	<p>Promocionar los establecimientos en eventos cantonales.</p>	<p>Recopilar el calendario de eventos culturales, religiosos y ferias locales. Diseñar publicaciones simples e incluir información clara de contacto. Usar las redes sociales como canales de promoción incluyendo hashtags del evento y etiquetar páginas oficiales. Responder de manera rápida mensajes con inquietudes.</p>	<p>Personal encargado de redes sociales. Imágenes del alojamiento y entorno local. Celular Conexión a Internet</p>
<p>5. Impulsar un programa donde los alojamientos se benefician de su ubicación cerca de recursos naturales, mientras se busca la colaboración con las autoridades para garantizar la protección de los valores paisajísticos del cantón, llegando al creciente mercado de ecoturismo.</p>	<p>Fomentar los alojamientos cerca de recursos naturales para atraer el mercado del ecoturismo.</p>	<p>Identificar los recursos naturales. Determinar el estado de conservación del paisaje y entorno. Crear contenido que destaque la conexión entre el alojamiento y la naturaleza. Coordinar con la comunidad para realizar actividades para mejorar la experiencia del turista.</p>	<p>Personal en área operativa. Material promocional</p>

---

6. Crear una alianza estratégica entre el hostal El Danzante (ya existe alianza con el GAD), el	Fortalecer el sector de alojamiento del cantón Pujilí	Identificar y contactar a los prestadores de servicio líderes. Establecer acuerdos de cooperación.	Espacios virtuales para reuniones.
---	---	---	------------------------------------

---

<p>hotel Navardun y la hostería El Aliso alojamientos de la promoción. que organiza eventos turísticos y ferias de emprendimientos para promocionar y garantizar a los visitantes la disponibilidad de alojamiento atrayendo los mercados de turismo experiencial aumentando las ventas de los alojamientos.</p>	<p>Desarrollar estrategias en conjunto de promoción. cabecera parroquial Pujilí, junto con el GAD de Pujilí</p>	<p>Material de</p>
--	---	--------------------

---

Nota: Elaborado por María Zapata (2025)

Se tomó la primera estrategia sobre la gestión de recurso humano es decir su personal y sus conocimientos en el sector de alojamiento para la atención al cliente. La segunda estrategia sobre la implementación de un sistema de gestión para mejorar la operación de los alojamientos del cantón Pujilí representando un desarrollo en la profesionalización del sector turístico local, con impactos positivos en la economía, el empleo y la imagen del cantón como destino turístico. La tercera estrategia propone utilizar los servicios de acondicionamiento térmico e internet junto con la infraestructura en buen estado para mejorar experiencia para el turista dentro y fuera del alojamiento. La cuarta estrategia ocupa la promoción de eventos cantonal para obtener una oportunidad de promoción propia y lograr llegar a un mercado más amplio y posibles clientes. La quinta estrategia se beneficia de la ubicación de los alojamientos cerca de recursos y atractivos turísticos en conjunto a la protección de valores paisajísticos y llegar a un mercado turístico natural. La sexta estrategia busca fortalecer el sector turístico frente a la competencia en otros sectores con una alianza de colaboración entre establecimientos del sector para compartir conocimientos, recursos y estrategias.

### 10.3. Boletín Informativo

El boletín informativo cuenta con información y datos importante para los prestadores de servicios de alojamiento del cantón Pujilí.

- Encabezado o título

Se encuentra el tema del boletín informativo el mismo que es: Boletín Informativo de la Planta Turística de Establecimientos de Alojamiento en el Cantón Pujilí.

**Figura 22** Encabezado

## BOLETÍN INFORMATIVO DE LA PLANTA TURÍSTICA DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO EN EL CANTÓN PUJILÍ.



- Contenido

Se divide el boletín en seis secciones, la primera sobre el tipo de alojamiento presentes en la investigación.

**Figura 23** Tipo de alojamiento

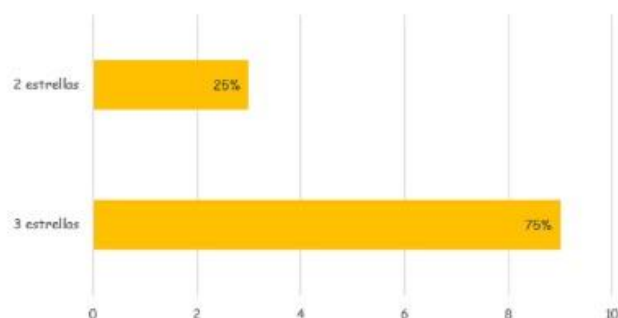


La segunda sección es sobre la categoría de los establecimientos catastrados.

**Figura**  
*Categoría*

### CATEGORÍA DE LOS <<< ALOJAMIENTOS

De los 12 establecimientos 9 tienen una categoría de 3 estrellas y los otros 3 tienen una categoría de 2 estrellas



La tercera sección contiene los aspectos considerados por los turistas al elegir un alojamiento.

**Figura 25** *Aspectos considerados*

### >>> ASPECTOS CONSIDERADOS AL ELEGIR ALOJAMIENTOS



Desde el punto de vista de los prestadores de servicio sus clientes toman en cuenta algunos factores al momento de elegir alojamiento, según sus repuestas en su mayoría es la ubicación, seguido de las comodidades, servicios, reseñas y el precio, por ultimoesta la infraestructura.

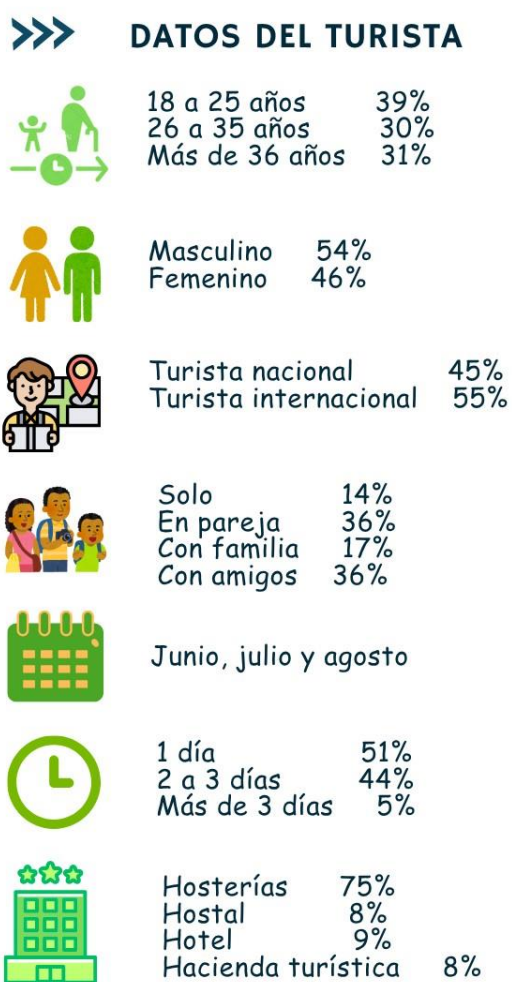
La cuarta sección contiene los servicios y actividades importantes para los turistas.

**Figura***Servicios y actividades*

La quinta sección tiene el perfil del turista en base a las encuestas realizadas.

**Figura**  
27

*Datos del turista*



**Figura**

La sexta sección contiene las estrategias operativas.

**28**

**Figura**  
*Estrategias operativas*

## »»» ESTRATEGIAS OPERATIVAS



Personal capacitado en áreas operativas e idioma extranjero en áreas de contacto con el cliente.

Sistema operativo hotelero donde se gestiona las operaciones diarias internas.



El confort moderno y una infraestructura turística bien cuidada atrae a turistas que buscan relajarse y comunicarse.

Cada publicación sobre eventos del cantón en una oportunidad de promoción directa de los hospedajes.



Alojamientos cerca de recursos naturales y la protección de los valores paisajísticos llegan al mercado de ecoturismo.

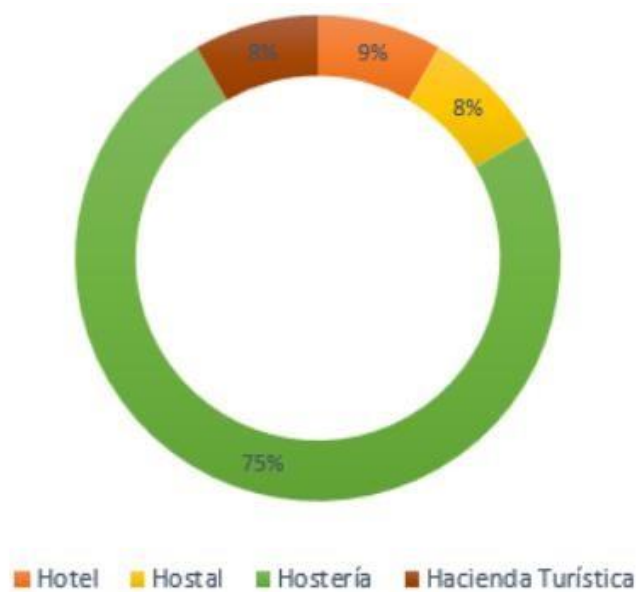
Promocionar la disponibilidad de alojamiento para el mercados de turismo experiencial en eventos turísticos y ferias de emprendimientos del Cantón.



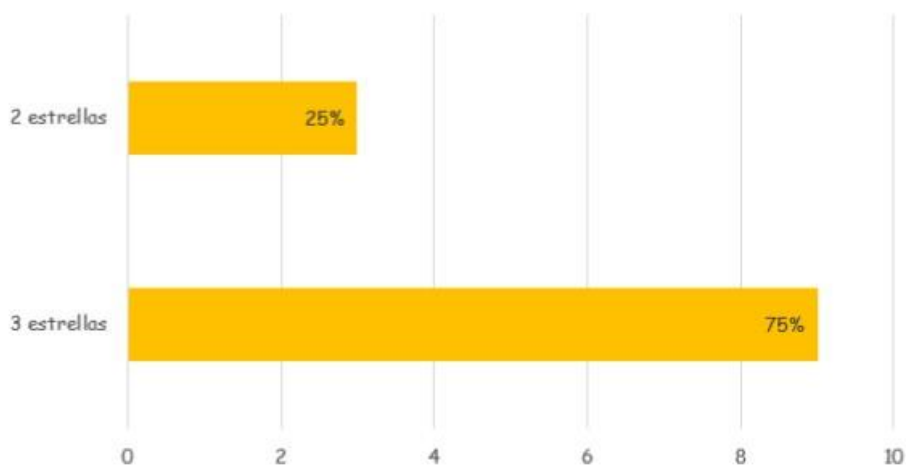
- Imágenes y gráficos

En el boletín informativo muestra gráficos importantes para la comprensión de la sistematización de información recopilada con las entrevistas a los propietarios de los establecimientos de alojamiento y a los visitantes que ingresaron al cantón.

**Figura 29** *Porcentajes de tipos de alojamiento*



**Figura 30** *Porcentajes de categorías*



**Figura 31** *Porcentajes de aspectos considerados*



- Contacto

Se encuentra al final de página donde contiene información sobre el autor, diseño y contacto.

**Figura 32** *Contacto*

<b>Créditos</b> Investigador: María Zapata Fotografía y deiseño: María Zapata	<b>Fuente</b> Proyecto de investigación: Planta turística de la oferta de alojamiento del cantón Pujilí, 2025	<b>Contacto</b> Telf: 0983730721
---	--	-------------------------------------

## 11. Impactos

El desarrollo de esta investigación sobre la planta turística oferta de alojamiento del cantón Pujilí, teniendo como objetivo de proponer alternativas de gestión para los establecimientos a través del análisis de la información para impulsar y diversificar la oferta turística. Se generó impactos técnicos, sociales y económicos. A continuación, se describes estos impactos:

### **11.1 Impacto Técnico**

- Logra mejorar la calidad de los servicios disponibles y la infraestructura de los alojamientos turísticos, por medio de la aplicación de planes operativos.
- Implementa programas de capacitación que fortalecerá las habilidades del personal, resultando favorablemente para el alojamiento.
- Difusión de la información relacionada con la planta turística oferta de alojamiento, los resultados de las entrevistas y encuestas por medio del boletín

### **11.2 Impacto Social**

- Las alianzas estratégicas de colaboración entre establecimientos del cantón para compartir conocimientos, recursos y estrategias que fortalezcan el sector turístico frente a la competencia en otros cantones.
- Mejora la experiencia del visitante dentro y fuera de los alojamientos, logrando que se recomiende el cantón, los atractivos y sobre todo los establecimientos.
- Por medio del boletín informativo se promueve la participación de las autoridades pertinentes, los prestadores de servicio y los visitantes para fomentar el crecimiento del sector de alojamiento del cantón Pujilí.

### **11.3 Impacto económico**

- Incremento de los ingresos económicos por el aumento del flujo de visitantes y las reservas en alojamientos del cantón a consecuencia de mejorar el servicio y productos.
- Incentivación al desarrollo de mercados y emprendimientos relacionados con el turismo
- Trabajo en conjunto de los prestadores de servicio para desarrollar alternativas de promoción del sector y de esta manera obtener beneficios económicos.

## 12. Conclusiones

La presente investigación ha permitido realizar un diagnóstico situacional sobre la planta turística oferta de alojamiento de 12 establecimientos registrados en el catastro del Ministerio de Turismo, de los cuales 9 son hosterías, 1 hotel, 1 hostel y 1 hacienda turística, como resultado de las entrevistas resalta la falta de preparación de los propietarios en hotelería o turismo, la limitada presencia de personal certificado y capacitado en áreas operativas los mismos que cumplen varias funciones, también personal profesional en idioma extranjero contratado eventualmente, la gestión de reservas e inventarios deficiente por falta de un sistema operativo enfocado en alojamiento, uso carente de las redes sociales como Tik Tok, Facebook e Instagram para la promoción de los servicios, los establecimientos realizan actualmente inversiones para mejorar infraestructura, equipamiento e instalaciones, por otro lado de las encuestas a los visitantes se obtuvo que la mayoría de la demanda es internacional y que los aspectos a considerar para seleccionar el alojamiento son la ubicación, reseñas y comentarios en plataformas digitales, redes sociales y de persona a persona, desde su punto de vista la problemática en el sector conlleva la falta de promoción y variedad de alojamientos, personal no apto en la atención y calidad del servicio, así como deficiencias en las instalaciones.

Se plantearon seis estrategias operativas resultantes al analizar los factores internos y externos que influyen en el funcionamiento de los establecimientos de alojamiento por medio de las matrices PETS-LA, FODA, MEFE, MEFI y MAFE enfocándose en las áreas de gestión de recursos humanos, implementación de sistemas de gestión, manejo de servicios, marketing y ventas, sostenibilidad y alianzas o colaboraciones con el propósito de mejorar la experiencia del turista en servicio, infraestructura, desarrollo tecnológico y digital a la vez que fortalece al desarrollo de los establecimientos.

Para finalizar se presenta un boletín informativo con seis secciones de interés para los prestadores de servicio y los visitantes, las mismas que son clasificación, categoría, aspectos considerados al momento de elegir alojamiento, servicios y actividades, perfil del turista y las estrategias resultantes de manera llamativa y clara convirtiéndose en una herramienta para los establecimientos de alojamiento.

### **13. Recomendaciones**

Se recomienda implementar un plan de fortalecimiento de la planta turística de alojamiento entre los establecimientos de alojamiento y las autoridades locales encargándose de mantener las alianzas establecidas, coordinar programas de capacitación, gestionar la red de colaboración entre establecimientos enfocado en el crecimiento del mercado.

Se sugiere establecer acciones de mejora continua en base a las estrategias operativas identificadas, priorizando las que fortalecen el marketing digital básico, las habilidades de comunicación, la atención al cliente, la resolución de problemas y administración de recursos humanos para mejorar la situación actual de sector de alojamiento.

Se recomienda difundir y actualizar cada cierto tiempo el boletín informativo y utilizarlo como herramienta de comunicación estratégica para orientar a los alojamientos y a los visitantes fortaleciendo la toma de decisiones internas.

### **14. Bibliografía**

Aguaje, S. (2017). Plan de Promoción Turística de Atractivos Naturales y Culturales del Cantón Pujilí Ubicado en la Provincia de Cotopaxi con la Finalidad de Incrementar el Turismo en la Localidad. Recuperado de <https://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/3434/1/TUR-16-16-1722765888.pdf>

- Anta, G. (2021). Matriz MEFE y MEFI, herramientas para análisis estratégico. Recuperado de <https://gonzalodeanta.es/mefe-mefi-queson/#:~:text=La%20Matriz%20de%20Evaluaci%C3%B3n%20de,un%20negocio%2C%20marca%20u%20organizaci%C3%B3n.>
- Bone, V. (2024). Análisis de la calidad de los servicios de los establecimientos turísticos de alojamiento y alimentación que operan en la Laguna de Quilotoa en el cantón Pujilí – provincia de Cotopaxi. Recuperado de <https://repositorio.utc.edu.ec/items/501b000a-6dc7-425a-b571-1eaa6b473f9f>
- Cabezas, E., Andrade, D., y Torres, J. (2018). Introducción a la metodología de la investigación científica (1ra ed.). Universidad de las Fuerzas Armadas.
- Cáceres, J. (2015). Diagnóstico situacional de la planta turística del cantón Pujilí. Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Calle, M., Lazo, A., & Granados, M. (2018). Gestión del Sector Alojamiento – Hotel. Recuperado de <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12486/3/GestionDelSectorAlojamientoHotel.pdf>
- Campos, D. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. Recuperado de <https://www.elsevier.es/es-revistaatencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion-elaboracioncuestionarios-13047738>
- Carrillo, F. (2021). La importancia de los diagnósticos para la gestión turística. *Revista de Investigación Turística*, 5(2), 25-31.
- Carvajal, S. (2019). Experiencia turística: clave para la competitividad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28(3), 876-890.

- Chekin blog. (2023). Gestión de alojamientos turísticos: definición y servicios. Recuperado de <https://chekin.com/blog/gestion-de-alojamientosturisticos/#:~:text=%C2%BFEn%20qu%C3%A9%20consiste%20la%20gesti%C3%B3n, hasta%20su%20control%20y%20comercializaci%C3%B3n>.
- Demuner, M., Nava, R. & Mercado, P. (2016). Alternativas de gestión del capital estructural en las instituciones de educación superior. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6267386>
- E. A. Hernandez D. (1982). Planificación turística un enfoque metodológico. México: Trillas. Etecé Ed. (2025). Gestión. Recuperado de [https://concepto.de/gestion/#:~:text=cabo%20un%20proyecto.,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20gesti%C3%B3n?,\(CEO%20y%20junta%20directiva\)](https://concepto.de/gestion/#:~:text=cabo%20un%20proyecto.,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20gesti%C3%B3n?,(CEO%20y%20junta%20directiva)).
- Flores, C (2012). Elementos Fundamentales en la Actividad Turística. Recuperado de: [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/tizayuca/turismo/elementos\\_fundamentales\\_en\\_la\\_actividad\\_turistica.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/turismo/elementos_fundamentales_en_la_actividad_turistica.pdf)
- Flores, D. (2015). Manual de gestión de operaciones turísticas. Trillas.
- Folgueiras, P. (2016). La Entrevista. Recuperado de <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Franzolini, D. (2023). Boletín informativo: qué es, partes, cómo hacerlo y ejemplos. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/como-crear-boletines-informativos-eficaces>
- Freire, A. (2005). Pasión por Hospedar. Técnicas para el Éxito en la Hotelería. Editorial Panorama.
- GAD PUJILÍ (2022). Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Pujilí 2022-2026

- Hernández, G. (2017). Método Analítico. Recuperado de [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/b\\_huejutla/2017/Metodo\\_Analitico.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Metodo_Analitico.pdf)
- Hotelgest. (2024). La importancia de la integración de sistemas en la gestión hotelera. Recuperado de <https://hotelgest.com/consejos/la-importancia-de-la-integracion-desistemas-en-la-gestionhotelera/#:~:text=La%20integraci%C3%B3n%20de%20sistemas%20permite%20a%20los%20hoteles%20gestionar%20de,equipos%20de%20limpieza%20y%20mantenimiento.>
- Hoteliga. (2018). Los 5 campos de errores más comunes en la gestión hotelera. Recuperado de <https://www.hoteliga.com/es/blog/los-5-campos-de-errores-m%C3%A1s-comunes-en-lagesti%C3%B3n-hotelera>
- Huang, N. (2022). 5 tendencias del sector hotelero para 2023 y como prepararse. Recupera de: <https://www.cloudbeds.com/es/articulos/tendencias-industria-hotelera-viajes/>
- Ilaquiche, W. (2024). Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi. Recuperado de <https://repositorio.utc.edu.ec/items/f769ccb3-7f62-41e2-a899-b05bb9179205>
- INEC (2022). Censo de Población y de Vivienda. Recuperado de <https://www.censoecuador.gob.ec/resultados-censo/>
- Lara, F. (2024). ¿Qué es un boletín? 7 pasos para crear uno exitoso. Recuperado de <https://www.godaddy.com/resources/latam/disenio/boletin-7-pasos-para-crear-uno-exitoso>
- Mamani, W. (2016). Manual para el Diagnóstico Turístico Local. Recuperado de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/02/24/manual-para-el-diagnosticoturistico-local/>
- Marketing, d. d. (2000). Análisis y estrategias de desarrollo. En e. s. marketing. Madrid.

- Márquez, A. (2020). Bases y orientaciones para el diseño de herramientas gráficas de comunicación corporativa. Barcelona, España: Barceló.
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú.  
<https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Ministerio de Turismo (2020). Cifras del turismo en Ecuador 2019.  
<https://www.turismo.gob.ec/cifras-turismo-ecuador-2019/>
- Ministerio de Turismo . (2016). Reglamento de Alojamiento Turístico. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- MINTUR (2025) Catastro de establecimientos turísticos. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/>
- MINTUR.(2014). Ley de turismo. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- MINTUR.(2016). Reglamento de alojamiento turístico. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Olsen, M. D. (2009). Estrategia de operaciones en los servicios y su ventaja competitiva. En M. D. Olsen (Ed.), Estrategia operativa en los servicios al cliente (pp. 147-174). Ediciones Díaz de Santos.
- OMT (2008). Introducción al turismo. Recuperado de: <https://www.entornoturistico.com/wpcontent/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3nal-turismo-de-la-OMT.pdf>

OMT. (2008). GLOSARIO DE TERMINOS DE TURISMO.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2022). Glosario de términos de turismo.

<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Ortega, C. (2022). Metodología de la Investigación.

<https://www.questionpro.com/blog/es/metodologia-de-la-investigacion/>

Ortiz, A.; Matamoro, V.; Psathakis, V. (2016). Guía para confeccionar un mapeo de actores,

Bases conceptuales y metodológicas. Recuperado de <https://cambiodemocratico.org.ar/wp-content/uploads/2017/03/Gu%C3%ADa-paraconfeccionar-un-Mapeo-de-Actores.pdf>

Parra, D. (2004). Manual de estrategia de comunicación institucional. DIRCOM.

Peiró, R. (01 de 07 de 2020). Análisis PEST. Recuperado de

<https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html>

Ponce, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. Recupera de

<chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/292/2921>

21

08.pdf

Pontificia Universidad Javeriana. (2021). Cómo seleccionar información relevante y pertinente.

Recuperado de [https://javeriana.libguides.com/como\\_seleccionar](https://javeriana.libguides.com/como_seleccionar)

Portillo, F. (2015). Equipamiento Turístico. Recuperado de

<https://prezi.com/b2udsjmcrjlg/equipamiento-turistico/>

Questionpro. (2025). Calculadora de Muestras. Recuperado de

<https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html>

Ramírez, C. (2015). Modalidades de Turismo. Editorial Trillas.

Ricaurte, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local. ESPOL.

- Rivera, D. (2017). Calidad de servicios hoteleros y satisfacción del turista en Pujilí.
- Rozas Patricio, NU. CEPAL(2008). División de Recursos Naturales e Infraestructura.
- Ruiz, M. (2025). MEFE y MEFI, herramientas para análisis estratégico. Recuperado de <https://milagrosruizbarroeta.com/mefe-y-mefi-herramientas-para-analisisestrategico/#:~:text=%C2%BFMEFE%2C%20qu%C3%A9%20es?,Pincha%20en%20a%20imagen>.
- Sampedro Arrieta, M. A., Abarca Zaquinaula, M. A., Vinueza Morales, D. K., & Rivas Bonilla, K. D. (2020). Diagnóstico Situacional PEST-LA para Identificar los Problemas Turísticos de la Provincia de Cotopaxi, Ecuador. Recuperado de European Scientific Journal: <https://doi.org/10.19044/esj.2020.v16n17p29>
- Sánchez, H.; Reyes, C. y Mejía, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. Lima: Universidad Ricardo Palma, Departamento de Investigación.
- Sánchez, Ricardo (2004). Desarrollo de infraestructura y crecimiento económico: revisión conceptual. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/11362/6441>
- Sancho, A. (Ed.). (2011). Introducción al Turismo. Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: [https://books.google.com.ec/books/about/Introducci%C3%B3n\\_al\\_turismo.html?hl=es&id=uOfUAAAACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books/about/Introducci%C3%B3n_al_turismo.html?hl=es&id=uOfUAAAACAAJ&redir_esc=y)
- Santos, D. (2023). Matriz EFI: qué es, para qué sirve, cómo se crea y ejemplos. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/matriz-efi>
- Santos, D. (2023). Qué es una matriz EFE, cómo se realiza y ejemplos. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/matriz-efe>
- Secretaría de Turismo de México. (2010). Guía de Acampada y Campings.

Shirgwin, T. (2024). Análisis FODA del turismo: guía paso a paso con ejemplos. Recuperado de

<https://www.decantdigital.com/tourism-swot-analysis-step-by-step-guide-with-examples/>

Singh, A., & Singh, S. (2021). Challenges and Problems of Hotel and Tourism Industry. In

*Advances in Management & Applied Economics* (pp. 75-88). IGI Global.

Vazquez, B. (2022). Calidad en el turismo: sellos y distinciones que debes conocer.

<https://blogs.unitec.mx/vida-universitaria/calidad-en-el-turismo-sellos-y-distinciones/>

Vera, M. (2021). Análisis del ausentismo laboral en el sector hotelero de Guayaquil año 2021.

Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23953/1/UPS->

[GT004129.pdf](https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23953/1/UPS-GT004129.pdf)