



**Ciencia Latina**  
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.  
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), marzo-abril 2024,  
Volumen 8, Número 2.

[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i2](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2)

**CATEGORIZACIÓN HOTELERA COMO  
INDICADOR DE CALIDAD DE SERVICIO EN  
LA PARROQUIA NUEVA LOJA, SUCUMBÍOS –  
ECUADOR**

**HOTEL CATEGORIZATION AS AN INDICATOR OF SERVICE  
QUALITY IN THE NUEVA LOJA PARISH, SUCUMBÍOS –  
ECUADOR**

**M Sc. Ángela María Caiza Barahona**  
Universidad Estatal Amazónica

**M Sc. María José Alvarado Samaniego**  
Universidad Estatal Amazónica

**M Sc. Vanessa Margarita Cueva Navarrete**  
Universidad Estatal Amazónica

**M Sc Jaimar Andrea Cifuentes Caiza**  
Investigador independiente

DOI: [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i2.10567](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10567)

## Categorización Hotelera como Indicador de Calidad de Servicio en la Parroquia Nueva Loja, Sucumbíos – Ecuador

**M Sc. Ángela María Caiza Barahona<sup>1</sup>**  
[angelamariacaizab@uea.edu.ec](mailto:angelamariacaizab@uea.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0001-5478-3731>  
Universidad Estatal Amazónica

**M Sc. María José Alvarado Samaniego**  
[mj.alvarados@uea.edu.ec](mailto:mj.alvarados@uea.edu.ec)  
<https://orcid.org/0009-0003-1242-2569>  
Universidad Estatal Amazónica

**M Sc. Vanessa Margarita Cueva Navarrete**  
[vm.cuevan@uea.edu.ec](mailto:vm.cuevan@uea.edu.ec)  
<https://orcid.org/0009-0002-3545-9092>  
Universidad Estatal Amazónica

**M Sc Jaimar Andrea Cifuentes Caiza**  
[jaimar\\_1993@hotmail.com](mailto:jaimar_1993@hotmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0001-7160-4723>  
Investigador Independiente

### RESUMEN

La calidad en el servicio hotelero es un indicador relevante dentro del mercado competitivo, el cual es valorado por parte del cliente, ya que es la persona que percibe de manera directa el servicio de alojamiento turístico. El objetivo de este proyecto es evaluar la calidad del servicio en los hoteles con categoría 3 estrellas de la parroquia Nueva Loja, que permitirá conocer identificar el nivel de calidad que ofrece los establecimientos a sus huéspedes. Se utilizó la metodología mixta y el método SERVQUAL, encuesta que consta de un cuestionario establecido de 22 preguntas que reflejan la percepción y la expectativa dividida en 5 dimensiones, la cual se aplicó a un total de 72 huéspedes. Se realizó el análisis correspondiente a las brechas existentes entre la percepción y la expectativa de los huéspedes, obteniendo como resultado de brechas ponderadas de -68, esto refleja que la calidad del servicio en los hoteles 3 estrellas existe varias falencias con respecto al servicio en sus dimensiones, es decir, el huésped no está satisfecho con el servicio recibido. Con estos resultados se puede concluir que estas empresas hoteleras deberían plantearse nuevas estrategias de calidad, que fomenten la mejora.

**Palabras clave:** calidad, categorización, cliente, indicador, satisfacción

---

<sup>1</sup> Autor Principal  
Correspondencia: [angelamariacaizab@uea.edu.ec](mailto:angelamariacaizab@uea.edu.ec)

## **Hotel Categorization as an Indicator of Service Quality in the Nueva Loja Parish, Sucumbíos – Ecuador**

### **ABSTRACT**

Quality of the hotel service is a relevant indicator within the competitive market, which is valued by the client, since he is the person who directly perceives the tourist accommodation service. The objective of this project is to evaluate the quality of service in 3-star category hotels in the Nueva Loja parish, which will allow us to identify the level of quality that the establishments offer to their guests. The mixed methodology and the SERVQUAL method were used, a survey that consists of an established questionnaire of 22 questions that reflect the perception and expectation divided into 5 dimensions, which was applied to a total of 72 guests. The analysis corresponding to the existing gaps between the perception and expectation of the guests was carried out, obtaining as a result weighted gaps of -68, this reflects that the quality of the service in 3-star hotels exists several shortcomings with respect to the service in their dimensions, that is, the guest is not satisfied with the service received. These results it can be concluded that these hotel companies should consider new quality strategies that encourage improvement.

**Keywords:** quality, categorization, customer, indicator, satisfaction

*Artículo recibido 20 febrero 2024  
Aceptado para publicación: 25 marzo 2024*



## INTRODUCCIÓN

De acuerdo con los autores Santiago, Romero & Alvares (2017), nos mencionan que “la industria hotelera latinoamericana, es relevante en la actualidad, tanto a nivel nacional como internacional, por su aporte a la economía mundial”. (Vidrio, Rebolledo & Galindo, 2020, párr. 3).

Según Muñoz (2021), el mercado hotelero cada vez está más atento a las exigencias de los huéspedes que siempre buscan lo mejor al momento de hospedarse, ya que el cliente desea ser atendido de la mejor manera posible, con comodidades físicas y sentirse seguro en el espacio donde se hospeda, es pocas palabras, el cliente busca calidad total al momento de recibir el servicio hotelero. Debido a estas crecientes exigencias por parte de los huéspedes, para los hoteles el satisfacer las necesidades de los clientes se ha convertido en todo un reto (Rassow, 2016).

Veloz & Vasco (2016), manifiestan que “las empresas hoteleras en la actualidad son conscientes que para mantenerse en el mercado deben realizar cambios radicales en su calidad de servicio, no solo hacia sus clientes externos, sino a sus colaboradores” (p. 20).

El Sistema de Clasificación Hotelera es una herramienta metodológica que funciona a través de un mecanismo de autoevaluación regulado por la Secretaría de Turismo para permitir que los establecimientos de hospedaje den a conocer la situación de sus instalaciones y servicios ofrecidos (Jaramillo, 2022). Así como también, para identificar áreas de oportunidad, siendo importante porque permite medir la calidad y cantidad de servicios que prestan a los huéspedes (Barzallo, 2020).

El reglamento de alojamiento turístico es una normativa que ofrece mecanismos de mejoramiento de los servicios turísticos, el cual se encuentra vigente según el Acuerdo Ministerial 24 desde el año 2016, y tiene por objeto regular la actividad turística de alojamiento, y es aplicado a nivel nacional (Aguirre, 2020). El Ministerio de Turismo basa sus políticas públicas en sólidos pilares de calidad y seguridad, que garanticen el bienestar del turista, con el objeto de consolidar al Ecuador como potencia turística (Ministerio de Turismo, 2016). Por medio de las disposiciones dadas en el reglamento, se realiza el análisis de la categorización asignada a cada hotel, detallando cada una de las reglas y componentes que se establecen para cada estrella (Loor, 2022).

El concepto de calidad es relativo debido a que depende de la percepción de la persona que recibe el servicio, ya que estimará en su opinión si satisface o no con su necesidad, y lo cual implica que la

situación sea mucho más desafiante, por lo que la empresa hotelera deberá ser evaluada, encontrando sus falencias para así buscar nuevas estrategias que mejoren la calidad del servicio, y de esta manera satisfacer la necesidad del cliente cumpliendo con sus expectativas (Cadalso, 2017).

El hotelería es una rama del turismo, en la cual se brinda el servicio de alojamiento, su aporte en la industria turística es importante ya que brinda la estadía del turista en el viaje; la industria hotelera ha evolucionado en los últimos años y se ha adaptado a los gustos, preferencias y necesidades de la demanda, puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren (Peña Miranda, 2023). Cada infraestructura hotelera tiene sus propias cualidades, aporta a la generación de expectativas entre los turistas y a la inmersión dentro de la cadena de valor de la actividad turística, aportando al posicionamiento de las ciudades como destinos turísticos (Núñez, 2022).

Específicamente, en el desarrollo de la actividad turística en el cantón Lago Agrio uno de los factores para cumplir con las expectativas de viaje se relaciona al sistema hotelero y la calidad que brinda a sus visitantes; según Ramírez (2020) existe una falta de análisis a los sistemas de categorización hotelero en el cantón, que tal vez se deba a la inexistencia de una base de datos actualizada, la cual especifique los estándares que se deberían cumplir.

En la actualidad, dentro de la parroquia Nueva Loja, está creciendo el turismo, atrayendo a turistas tanto nacionales y locales que disfrutan de la naturaleza y de más actividades turísticas que ofrece el sector. Asimismo, ofrece servicio de hospedaje, de las cuales el cliente pueda elegir según lo demande, buscando siempre obtener calidad en el servicio para satisfacer su necesidad de la mejor manera posible. La presente investigación se enfoca en analizar la relación entre la categorización hotelera y la calidad del servicio de alojamiento en la parroquia Nueva Loja, con el propósito de identificar cómo las categorías asignadas a los hoteles influyen en la percepción de los huéspedes sobre la calidad de servicio ofrecida por los establecimientos de alojamiento de la localidad.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

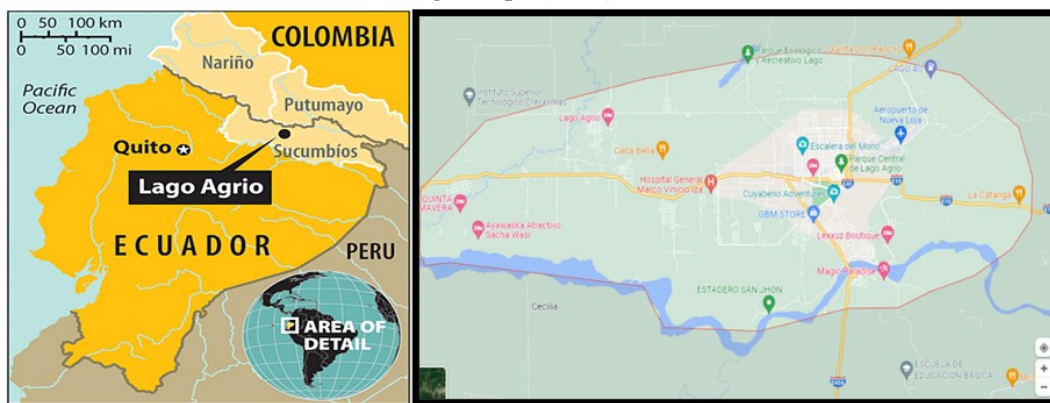
El cantón Lago Agrio, se encuentra ubicado en nor-oriente de Ecuador, en la provincia de Sucumbíos, zona de frontera con Colombia; posee una variada cantidad de recursos naturales y culturales que aportan al desarrollo turístico del cantón; la parroquia Nueva Loja, cabecera cantonal de Lago Agrio, se ha convertido en un punto de concentración de visitantes que no solo son parte del flujo turístico que

busca ingresar a la Reserva de Producción de Fauna Cuyabeno o a la Reserva Biológica Limoncocha, sino que también son parte del flujo migratorio desde y hacia Colombia y del creciente número de prestadores de servicios petroleros.

El presente trabajo se logró con una serie de métodos y herramientas que se aplicaron en el lugar de estudio, por lo que, para tener una referencia más acertada donde se realizó la investigación se indica desde lo macro a lo micro el espacio geográfico de la zona. Ver Ilustración 1.

Macro y micro localización de la parroquia Nueva Loja - Sucumbios

**Ilustración 1.** Nota: Tomado de GoogleMaps (2023)



La parroquia Nueva Loja, es la cabecera parroquial del cantón Lago Agrio, capital de la Provincia de Sucumbios ubicada en la zona norte de la región amazónica, se asienta en una zona llamada "Mar de pequeñas colinas" lo que explica la presencia de muchas colinas en sus alrededores; posee una hidrografía muy extensa por la gran cantidad de ríos que confluyen en esta zona, los más importantes son: El río Aguarico y el río San Miguel, espacio limítrofe entre Ecuador y Colombia.

Lago Agrio administrativamente se divide en 8 parroquias, de las cuales 1 es parroquia urbana, Nueva Loja, y 7 son parroquias rurales, la población total del cantón, según los datos del el Instituto nacional de estadística y censos (INEC) realizadas en el año de 2010, es de 91.744 habitantes, del cual 46.966 son hombres y 44.778 mujeres. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

### **Diseño de la investigación**






La presente investigación tiene un enfoque mixto lo que permite comprobar, interpretar y analizar la categorización de los hoteles de la parroquia de Nueva Loja y si ésta se encuentra acorde a los parámetros establecidos por el ente regulador de la actividad turística en Ecuador, Ministerio de Turismo.



En el enfoque cualitativo de esta investigación se realizó un levantamiento de información de datos generales de la ciudad, se realizó una investigación y georreferenciación sobre los límites de la parroquia Nueva Loja, siendo esto considerado como información de base para desarrollar el análisis y limitar el tema de estudio. Así como también, se analizaron los datos presentados en el catastro vigente en el año 2023 y a partir de los mismos se seleccionó la muestra de estudio.

Se utilizó el método SERVQUAL desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1994), encuesta estandarizada compuesta por 22 preguntas distribuidas en cinco dimensiones: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. En conjunto con este método se usó el método Escala de Likert, que “es una escala de calificación que se utiliza para cuestionar a una persona sobre su nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración. Es ideal para medir reacciones, actitudes y comportamientos de una persona” (Questionpro, 2022).

**Tabla 2** Escala likert

<b>Totalmente desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Neutro</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
				

Nota: Elaborado por los autores en base a la información obtenida de la escala de likert

En el presente estudio se definió la siguiente población: hoteles que están ubicados en la parroquia Nueva Loja del cantón Lago Agrio, que se encuentran registrados y categorizados en el Catastro de establecimientos turísticos fecha corte diciembre 2023, el cual es considerado el producto final del proceso de recopilación de los insumos utilizados, se torna en una herramienta referencial y de relevante importancia dentro de los procesos para el registro y actualización de datos de los establecimientos legalmente registrados en el Ministerio de Turismo.

## RESULTADOS

De los 25 establecimientos turísticos que prestan el servicio de alojamiento turístico se ha identificado que recibieron un promedio en 2023 de 5111 huéspedes.

De acuerdo a los datos registrados por el Ministerio de Turismo y GAD Municipal del cantón Lago Agrio, en su catastro de establecimientos y servicios turísticos existen 55 establecimientos de

alojamiento registrados en el cantón, de los cuales 25 establecimientos tipo hotel corresponden a la parroquia Nueva Loja.

**Tabla 1** Catastro de los Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Nueva Loja

<b>N°</b>	<b>Nombre Del Hotel</b>	<b>Categoría</b>
1	Hotel D' Mario	3 Estrellas
2	Gran Hotel D' Ávila	2 Estrellas
3	La Cascada	3 Estrellas
4	Heliconias Hotel	2 Estrellas
5	Residencia Canaima	3 Estrellas
6	Zumag Residencial	2 Estrellas
7	Uriel	2 Estrellas
8	Platinum Class	2 Estrellas
9	Sumac Amazonico (Sucursal)	3 Estrellas
10	Oro Negro	2 Estrellas
11	Ecuador	2 Estrellas
12	Marques Amazónico	2 Estrellas
13	Shalom	2 Estrellas
14	Hotel Araza	4 Estrellas
15	Selva Real Internacional	2 Estrellas
16	Gran Colombia	2 Estrellas
17	San Carlos	3 Estrellas
18	Restaurant Lago Imperial	3 Estrellas
19	Hotel Rey Amazónico	2 Estrellas
20	Grand Hotel Oriente	2 Estrellas
21	Gran Hotel De Lago C.P.	5 Estrellas
22	Victoria	2 Estrellas
23	Dubai	2 Estrellas
24	Marsella	2 Estrellas
25	Rey Salomon Suites	2 Estrellas

Nota: Catastro Turístico, Ministerio de Turismo (2023)

Una vez aplicada la encuesta, según el dato obtenido aplicando la fórmula de la muestra se pudo aplicar a 72 huéspedes, mostrando así las brechas existentes entre la experiencia que obtuvieron (percepción) y los que esperaban que fuera (expectativa) en relación al servicio recibido en cada uno de estos hoteles.



**Tabla 2** Brechas por dimensiones

Dimensiones	Preguntas	Percepción	Expectativa	Brechas	Promedio de brechas
<b>Tangible</b>	1. ¿Los hoteles 3 estrellas tienen equipos de apariencia moderna?	3.59	4.34	-0.75	-0.59
	2. ¿Las instalaciones físicas de los hoteles 3 estrellas son visualmente atractivas?	3.65	4.62	-0.97	
	3. ¿Los hoteles 3 estrellas tiene señalética adecuada?	3.47	3.68	-0.21	
	4. ¿En los hoteles 3 estrellas los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, trípticos, información de servicios, precios, etc.) son físicamente atractivos?	3.57	4.01	-0.44	
<b>Fiabilidad</b>	5. ¿Cuándo los hoteles 3 estrellas prometen hacer algo en cierto tiempo, lo cumplen?	3.45	3.75	-0.30	-0.56
	6. ¿Cuándo el cliente tiene un problema, los hoteles 3 estrellas muestra un sincero interés en solucionarlo?	2.47	3.86	-1.39	
	7. ¿En los hoteles 3 estrellas realizan bien el servicio a la primera?	3.11	3.77	-0.66	
	8. ¿En los hoteles 3 estrellas concluyen el servicio en el tiempo establecido?	3.73	3.95	-0.22	
	9. ¿En los hoteles 3 estrellas, los empleados demuestran estar capacitados para brindar el servicio?	4.07	4.32	-0.25	
<b>Capacidad de respuesta</b>	10. ¿En los hoteles 3 estrellas, los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes?	3.93	4.11	-0.18	-0.77
	11. ¿En la los hoteles 3 estrellas, los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los clientes?	3.12	4.12	-1	
	12. ¿En los hoteles 3 estrellas, los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes?	2.97	4.04	-1.07	
	13. ¿En los hoteles 3 estrellas, los empleados responden correctamente a las preguntas que le hacen los	3.05	4.3	-1.25	

Dimensiones	Preguntas	Percepción	Expectativa	Brechas	Promedio de brechas
	clientes?				
	14. ¿El tiempo que aguardó para obtener el servicio/información en los hoteles 3 estrellas es satisfactorio?	4.08	4.44	-0.36	
	15. ¿El comportamiento de los empleados en los hoteles 3 estrellas le generan confianza?	3.51	4.43	-0.92	
<b>Seguridad</b>	16. ¿Se siente seguro con el servicio que brindan los empleados de los hoteles 3 estrellas?	3.43	4.47	-1.04	-0.72
	17. ¿Hay seguridad al momento de dejar su medio de transporte en el parqueadero?	3.79	4.33	-0.54	
	18. ¿Se siente seguro al momento de cancelar el servicio ya sea en tarjeta o al contado?	3.7	4.09	-0.39	
	19. ¿En los hoteles 3 estrellas los empleados le brindan una atención personalizada?	3.04	4.41	-1.37	
	20. ¿Los horarios de funcionamiento en los hoteles 3 estrellas, son adecuados para los clientes?	3.85	4.52	-0.67	
<b>Empatía</b>	21. ¿Los empleados de los hoteles 3 estrellas tienen una imagen pulcra y agradable?	3.77	4.39	-0.62	-0.78
	22. ¿Los empleados de los hoteles 3 estrellas demuestran paciencia, respeto y buena voluntad para atender a sus clientes?	3.81	4.29	-0.48	

Nota: Modelo de cuestionario SERVQUAL adaptado a la investigación; resultado de brechas por dimensión (2023).

Una vez obtenida las brechas por dimensión, se le otorga una ponderación a cada una de estas dimensiones de acuerdo a la opinión de los huéspedes, esta ponderación se distribuye en un total de 100 puntos

**Tabla 3** Ponderación por dimensión

Dimensión	Ponderación
Tangible	25
Fiabilidad	20
Capacidad de respuesta	20
Seguridad	20
Empatía	15
<b>Total</b>	<b>100</b>

Con esta ponderación se puede apreciar que para el huésped los aspectos o dimensiones más importantes son la parte tangible, la fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad, por último, le dejan a la empatía con un puntaje de 15. Con estos valores se calcula las brechas ponderadas

**Tabla 4** Brechas ponderadas por dimensión

Dimensión	Puntajes obtenidos				Calificación ponderada		
	Peso	Percepción	Expectativa	Brecha	Percepción	Expectativa	Brecha
Tangible	25	3.57	4.16	-0.59	89.25	104	-14.75
Fiabilidad	20	3.36	3.93	-0.57	67.2	78.6	-11.4
Capacidad de respuesta	20	3.43	4.20	-0.77	68.6	84	-15.4
Seguridad	20	3.60	4.33	-0.73	72	86.6	-14.6
Empatía	15	3.61	4.40	-0.79	54.15	66	-11.85
<b>Total</b>	<b>100</b>			<b>-3.45</b>			<b>-68</b>

Al analizar los resultados de la evaluación de la calidad del servicio, con los resultados obtenidos de percepción y expectativa, se puede observar que las brechas de las siguientes dimensiones son las más negativas, capacidad de respuesta con -15.4, tangible con -14.75 y la dimensión de seguridad con -14.6. Las dimensiones de empatía con -11.86 y Fiabilidad con -11.4 tienen la brecha negativa más bajas con relación a las demás. Con todo esto se obtiene un resultado de -68 de brecha negativa el cual podemos deducir que no existe una muy buena satisfacción en cuanto calidad, siendo hoteles con categoría de 3 estrellas tienen mucho que mejorar aún en todas las dimensiones dadas a conocer. Estas dimensiones

permitirán y fortalecerán las planificaciones y estrategias para que los impulse a mejorar continuamente y así ofrecer una mejor calidad del servicio.

## DISCUSIÓN

En el análisis de las dimensiones se establecen parámetros relacionados con ofrecer al huésped actividades que involucren a la comunidad local, para lo que los establecimientos de alojamiento no proponen productos o actividades alternativas para los huéspedes y al igual que en el servicio o renta de equipos deportivos solo se recomienda espacios que pueden ser visitados u operadoras que pueden contribuir al desarrollo de estas actividades.

Martínez, Pérez y Caamal (2020b) manifiestan que “de acuerdo con el modelo SERVQUAL, los huéspedes de los hoteles tienen altas expectativas sobre el estado de la infraestructura de las instalaciones (tangibilidad) y sobre la atención que reciben (empatía)” (p. 16). Es por ello que al aplicar este método se puede apreciar de mejor manera lo que el cliente espera del servicio una vez lo haya recibido.

En las percepciones de los huéspedes, todas las dimensiones son importantes. Sin embargo, como lo menciona Cabrera (2021), hay que tomar en cuenta que:

El crecimiento de la competencia es algo que influye directamente en la relación precio vs calidad, ya que con el objetivo de captar el mayor número de clientes en algunos momentos puede sacrificarse el precio, pero siempre brindando servicios de calidad o lo que el cliente desee percibir del establecimiento (párr. 4).

De acuerdo a las brechas calculadas entre la percepción y expectativa, se reflejan ineficiencias por parte de estos establecimientos hoteleros en cuanto las 5 dimensiones.

Las dimensiones de empatía y capacidad de respuesta son las que demuestran más fallas, por lo tanto, los hoteles deben centrar su atención en el mejoramiento de estas áreas, de acuerdo con otros estudios similares, Ríos, Ortega y Matilla (2016) citado por Martínez, Pérez y Caamal (2021b, p. 16) concluye que:

Las habitaciones, el trato y la eficacia del personal son los factores más valorados por los huéspedes.

Por lo que sin importar donde se ubique el hotel, los clientes consideran que la eficacia del personal, el

estado físico de las instalaciones y la atención personalizada son factores que permiten hacer placentera su estancia.

## **CONCLUSIÓN**

La evaluación de la calidad del servicio en los hoteles 3 estrellas dentro de la parroquia Nueva Loja se realizó bajo el método SERVQUAL, por lo que, se determinó la calidad del servicio mediante encuestas a los huéspedes y datos anual 2022 para determinar la población encuestada. Una vez terminada la evaluación de los hoteles se concluye, que el servicio hotelero muestra varias falencias en sus 5 dimensiones, destacando así las dimensiones de empatía y capacidad de respuesta, lo cual determina que el personal de los hoteles no está plenamente capacitado, por lo que debería implementarse nuevas estrategias en relación a la capacitación del personal, para que puedan ofrecer un servicio de calidad a los huéspedes.

La categorización de los establecimientos de alojamiento debe estar enfocada al cumplimiento de los parámetros dispuestos en el Reglamento de Alojamiento Turístico, lamentablemente en la parroquia Nueva Loja se identificó que los organismos de control han restado importancia al sistema de categorización, permitiendo que los propietarios o administradores de los establecimientos incumplan la normativa.

Es urgente que se establezca un proceso de recategorización de los hoteles de la parroquia Nueva Loja para que se garantice un servicio confortable y de calidad para el turista, además de que se contribuya a la conservación de las certificaciones y reconocimientos que el destino turístico Lago Agrio ha obtenido.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Aguirre Páramo, S. C. (2020). Plan de mejora de calidad para el área de alojamiento del Hotel San José de Puenbo, ubicado en la parroquia de Puenbo, DMQ (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2020).

Barzallo Zeas, J. N. (2020). Modelo de evaluación aplicada a hoteles de la ciudad de Cuenca para conocer la realidad del sector (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).

Cabrera, G. (2021). Precios vs calidad ¿Cómo influye en los consumidores? Recuperado de <https://neuromarketing.la/2018/08/precio-vs-calidad-como-influye-en-los-consumidores>.

Cadalso, N. L. (2017). Procedimiento para la categorización hotelera. Obtenido de dspace:



<https://dspace.uclv.edu.cu/handle/123456789/8313>

Google Maps. (2023). Lago Agrio, Nueva Loja, Sucumbíos [imagen]. Recuperado de

<https://www.google.com.ec/maps/place/Lago+Agrio/@0.1127777,-76.9795868,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e2823794919b6dd:0xf05afb87ea4dcca!8m2!3d0.1127778!4d-76.9119444?hl=es>.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010). Fascículo provincial de Sucumbios. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y censo:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/sucumbios.pdf>.

Jaramillo, S. (5 de mayo de 2022). ¿Qué importancia tienen los sistemas de clasificación hotelera?

Obtenido de Inxgest:

<https://inxgest.es/que-importancia-tienen-los-sistemas-de-clasificacion-hotelera/>

Loor Vera, V. F. (2022). Evaluación y clasificación de los alojamientos turísticos para la satisfacción del cliente: caso Chone (Bachelor's thesis, Calceta: ESPAM MFL).

Martínez Luis, D., Pérez Fernández, A., & Caamal Cauich, I. (2020b). Calidad y demanda del servicio de hoteles de tres estrellas en la región petrolera de Ciudad del Carmen, Campeche. región Y Sociedad, 32, e1259. <https://doi.org/10.22198/rys2020/32/1259>

Ministerio de Turismo. (18 de febrero de 2016). Reglamento de alojamiento turístico. Obtenido de turismo.gob.ec: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Ministerio de Turismo. (29 de Mayo de 2023). Comunicado oficial: 25 establecimientos de alojamiento turístico inscritos para APO. Obtenido de Ministerio de Turismo:

<https://www.turismo.gob.ec/comunicado-oficial-25-establecimientos-de-alojamiento-turistico-inscritos-para-apo/>

Muñoz López, R. (2021). Análisis de los diferentes grupos de establecimientos hoteleros, y como transformar su clasificación mediante un ejemplo práctico (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València).



- Núñez, D. S. (2022). Propuesta de categorización hotelera para Ciudad del Este. REVISTA CIENTÍFICA UNE, 5(1), 36-40.
- Peña Miranda, J. J. (2023). Análisis del Sector Turístico de los Hoteles Categorizados en 1, 2 y 3 Estrellas en el Centro Histórico de la Ciudad de Santa Marta para Proponer Estrategias que Generen Competitividad.
- Questionpro. (2022). ¿Qué es la escala de Likert y como utilizarla? Recuperado de [https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/#que\\_es\\_la\\_escala\\_de\\_likert](https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/#que_es_la_escala_de_likert)
- Rassow, G. (2016). Propuesta de un sistema de categorización en base a la sostenibilidad de las prácticas de establecimientos que brindan servicios de alojamiento (Doctoral dissertation).
- Ramírez, L. (2020). Análisis y Desarrollo de una página web en el hotel Oro Negro. Universidad Católica del Ecuador, 20-22.
- Sánchez, G. (2016). Definición de Servicio. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Veloz, C. & Vascos, J. (2016a). Calidad en el servicio de las empresas hoteleras de segunda categoría. Revista ciencia UNEMI. 9(18). 19–25. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/5826/582663825004.pdf>
- Vidrio, S., Rebolledo, A. & Galindo, S. (2020). Calidad del servicio hotelero, lealtad e intención de compra. Investigación administrativa. 49(145). <https://doi.org/10.35426/iav49n125.02>