



**UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE HOTELERÍA**

**Propuesta de análisis comparativo de servicios, promoción y tarifas entre establecimientos regulados y no regulados (Airbnb), para establecer los factores de competencia en el sistema de alojamiento. Caso: Cuenca – Ecuador**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de: Licenciado en Hotelería**

**Directora:**

Mgst. Ana Lucia Serrano López

C.I.: 0103086492

**Autoras:**

María Isabel Garzón Villalta

C.I.:0105544548

Maria Elena Villafuerte Pucha

C.I.: 0302092846

**Cuenca- Ecuador**

**2018**



## **RESUMEN**

La investigación se enfoca en la situación del sector de alojamiento de la ciudad de Cuenca, planteando un análisis de tres variables: servicios, promoción y tarifas de los establecimientos de alojamiento regulados y no regulados. Los servicios, se realizó un inventario de acuerdo a la clasificación y categoría del establecimiento regulado para establecer comparaciones entre las ventajas y desventajas con los establecimientos no regulados. La promoción se reconocieron los canales de difusión: redes sociales y canales de uso tradicional, que fueron analizados mediante un cuadro comparativo lo cual permitió reconocer la posición de mercado de los dos sistemas de hospedaje. Las tarifas fueron analizadas para detectar que factor las define en los establecimientos regulados acorde a su clasificación y categoría, al igual que en los no regulados. Como objetivo general se planteó: elaborar un análisis comparativo de servicios, promoción y tarifas entre establecimientos regulados y no regulados (Airbnb), para establecer los factores de competencia en el sistema de alojamiento. Caso Cuenca – Ecuador. Este estudio tiene un alcance comparativo - descriptivo con enfoque cuantitativo a partir de un análisis muestral y una comparación con fuentes secundarias; se analizaron los establecimientos de acuerdo a una delimitación geográfica.

### **Palabras Clave:**

ESTABLECIMIENTOS REGULADOS Y NO REGULADOS, SERVICIOS, PROMOCIÓN, TARIFAS, AGRUPAMIENTOS, FACTORES DE COMPETENCIA, AIRBNB



## **ABSTRACT**

The research focuses on the situation of the accommodation sector in the city of Cuenca, proposing an analysis of three variables: services, promotion and rates for regulated and unregulated accommodation establishments. The services, an inventory was made according to the classification and category of the regulated establishment to establish comparisons between the advantages and disadvantages with the non-regulated establishments. The promotion recognized diffusion channels: social networks and channels of traditional use, which were analyzed through a comparative table which allowed to recognize the market position of the two hosting systems. The rates were analyzed to detect which factor defines them in the regulated establishments according to their classification and category, as well as in the non-regulated ones. As a general objective, it was proposed to develop a comparative analysis of services, promotion and tariffs between regulated and non-regulated establishments (Airbnb), in order to establish the competition factors in the accommodation system. Cuenca Case - Ecuador. This study has a comparative - descriptive scope with a quantitative approach based on a sample analysis and a comparison with secondary sources; The establishments were analyzed according to a geographical delimitation.

## **Keywords:**

REGULATED AND UNREGULATED ESTABLISHMENTS, SERVICES, PROMOTION, RATES, CLUSTERS, COMPETITION FACTORS, AIRBNB



## Índice General

RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	3
Índice General.....	4
Índice de Tablas.....	8
Índice de Gráficos .....	9
Índice de Anexos .....	9
Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional .....	10
Cláusula de Propiedad Intelectual .....	12
DEDICATORIA .....	14
AGRADECIMIENTO .....	16
INTRODUCCIÓN .....	18
Capítulo 1. Análisis de la situación actual de los servicios, promoción y tarifas presentes en el alojamiento regulado y no regulado de la ciudad de Cuenca. .	20
1.1. Antecedentes de la ciudad de Cuenca .....	20
1.2. Antecedentes históricos de la hotelería cuencana.....	20
1.3. Conceptos generales .....	21
1.3.1. Alojamiento regulado.....	21
1.3.2. Alojamiento no regulado o Airbnb .....	21
1.3.3. Casa apartamento.....	22
1.3.4. Habitación privada.....	22
1.3.5. Habitación compartida.....	22
1.3.6. Clasificación de los establecimientos de alojamiento.....	22
1.3.9. Promoción .....	29
1.3.10. Canales de difusión .....	30
1.3.11. Facebook .....	30
1.3.12. Twitter .....	30
1.3.13. Whastapp.....	30
1.3.14. Spotify .....	31
1.3.15. Instagram.....	31



1.3.16.	Radio.....	31	
1.3.17.	TV .....	31	
1.3.18.	Revista especializada .....	32	
1.3.19.	Prensa.....	32	
1.3.20.	Portal web .....	32	
1.3.21.	Guía telefónica.....	33	
1.3.22.	Tarjetas de presentación.....	33	
1.3.23.	Nicho de mercado.....	33	
1.3.24.	Tarifas .....	33	
1.3.25.	Ocupación hotelera.....	34	
1.3.26.	Agrupamientos (Clusters) .....	34	
1.3.27.	Delimitación geográfica.....	34	
1.3.28.	Inventario de servicios de alojamiento .....	34	
1.3.29.	Factores de competencia.....	35	
1.3.30.	Factores de diferenciación .....	35	
1.4.	Metodología .....	36	
Capítulo 2. Agrupamientos (clusters) mediante las variables: servicios, promoción y tarifas, de los establecimientos de alojamiento regulados y no regulados. ....			37
2.1.	Delimitación geográfica.....	37	
2.2.	Inventario de servicios agrupados por clasificación y categoría de los establecimientos regulados .....	40	
2.3.	Canales de difusión agrupados en establecimientos regulados y no regulados.....	51	
2.3.1.	Canal de difusión Radio .....	52	
2.3.2.	Canal de difusión TV.....	54	
2.3.3.	Canal de difusión Prensa .....	56	
2.3.4.	Canal de difusión Revista Especializada.....	58	
2.3.5.	Canal de difusión Facebook.....	60	
2.3.6.	Canal de difusión Whatsapp .....	62	
2.3.7.	Canal de difusión Instagram.....	64	
2.3.8.	Canal de difusión Twitter.....	66	
2.3.9.	Canal de difusión Spotify.....	68	



2.3.10.	Otros canales de difusión.....	70
2.4.	Agrupamiento de tarifas promedio según la clasificación, categoría y tipo de habitación de establecimientos regulados .....	72
2.5.	Agrupación de la tarifa promedio por modalidad de los establecimientos no regulados (Airbnb) .....	77
2.6.	Agrupamiento de servicios y tarifas por clasificación, categoría y tipo de habitación de los establecimientos regulados .....	77
2.6.1.	Agrupamiento de servicios y tarifas en las habitaciones simples por clasificación y categoría de establecimientos regulados .....	80
2.6.2.	Agrupamiento de servicios y tarifas de la habitación doble por clasificación y categoría de establecimientos regulados .....	89
2.6.3.	Agrupamiento de servicios y tarifas en la habitación matrimonial por clasificación y categoría de establecimientos regulados .....	98
2.6.1.	Agrupamiento de servicios y tarifa de la habitación quintuple por clasificación y categoría de establecimientos regulados .....	117
2.7.	Agrupamiento de servicios y tarifas de los establecimientos no regulados.....	127
2.8.	Agrupamiento de la promoción y ocupación por categoría de los establecimientos regulados .....	130
2.8.1.	Radio.....	130
2.8.2.	TV.....	130
2.8.3.	Prensa.....	130
2.8.4.	Revista Especializada .....	130
2.8.5.	Facebook .....	131
2.8.6.	Whatsapp .....	131
2.8.7.	Guía telefónica .....	131
2.8.8.	Portal web .....	131
2.8.9.	Tarjetas de presentación.....	132
2.9.	Matriz de resultados del capítulo 2 .....	136
Capítulo 3.	Valoración de los factores de competencia entre establecimientos regulados y no regulados.....	140
3.1.	Factores de competencia.....	140
3.1.1.	Análisis del índice tarifa – precio habitación simple .....	140
3.1.2.	Análisis del índice tarifa-precio habitación doble.....	143



3.1.3.	Análisis del índice tarifa-precio habitación matrimonial .....	145
3.1.4.	Análisis del índice tarifa-precio habitación triple.....	147
3.1.5.	Análisis del índice tarifa-precio habitación cuádruple.....	149
3.1.6.	Análisis del índice tarifa-precio habitación quíntuple.....	151
3.1.7.	Análisis del índice tarifa-precio habitación suite .....	153
3.1.8.	Análisis del índice tarifa - precio establecimientos no regulados	155
3.2.	Factores de diferenciación .....	157
3.2.1	Estructura de determinación de los servicios .....	157
3.2.2	Estructura de determinación de la promoción en base al nivel de ocupación de alojamiento.....	163
3.3.	Matriz de resultados del capítulo 3 (Factores de diferenciación por variables de competencia).....	166
4.	RESULTADOS .....	168
5.	CONCLUSIONES.....	172
6.	BIBLIOGRAFÍA .....	174
7.	ANEXOS .....	178



## Índice de Tablas

Tabla 1.....	23
Tabla 2.....	23
Tabla 3.....	24
Tabla 4.....	25
Tabla 5.....	45
Tabla 6.....	49
Tabla 7.....	75
Tabla 8.....	77
Tabla 9.....	78
Tabla 10.....	79
Tabla 11.....	86
Tabla 12.....	94
Tabla 13.....	100
Tabla 14.....	107
Tabla 15.....	114
Tabla 16.....	118
Tabla 17.....	124
Tabla 18.....	128
Tabla 19.....	133
Tabla 20.....	161



## Índice de Gráficos

Gráfico 1 .....	39
Gráfico 2 .....	53
Gráfico 3 .....	55
Gráfico 4 .....	57
Gráfico 5 .....	59
Gráfico 6 .....	61
Gráfico 7 .....	63
Gráfico 8 .....	65
Gráfico 9 .....	67
Gráfico 10 .....	69
Gráfico 11 .....	71
Gráfico 12 .....	76
Gráfico 13 .....	142
Gráfico 14 .....	144
Gráfico 15 .....	146
Gráfico 16 .....	148
Gráfico 17 .....	150
Gráfico 18 .....	152
Gráfico 19 .....	154
Gráfico 20 .....	156
Gráfico 21 .....	165

## Índice de Anexos

Anexo 1 .....	178
Anexo 2 .....	180
Anexo 3 .....	181
Anexo 4 .....	182
Anexo 5 .....	184
Anexo 6 .....	186



## Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

### Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

María Isabel Garzón Villalta en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Propuesta de análisis comparativo de servicios, promoción y tarifas entre establecimientos regulados y no regulados (Airbnb), para establecer los factores de competencia en el sistema de alojamiento. Caso: Cuenca – Ecuador", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Así mismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 23 de mayo de 2018

María Isabel Garzón Villalta

C.I: 0105544548



## Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

Maria Elena Villafuerte Pucha en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Propuesta de análisis comparativo de servicios, promoción y tarifas entre establecimientos regulados y no regulados (Airbnb), para establecer los factores de competencia en el sistema de alojamiento. Caso: Cuenca – Ecuador", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Así mismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 23 de mayo de 2018

A handwritten signature in blue ink that reads "Maria E. Villafuerte". The signature is written in a cursive style and is positioned above a horizontal line.

Maria Elena Villafuerte Pucha

C.I: 0302092846



## Cláusula de Propiedad Intelectual

### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

María Isabel Garzón Villalta, autora del trabajo de titulación "Propuesta de análisis comparativo de servicios, promoción y tarifas entre establecimientos regulados y no regulados (Airbnb), para establecer los factores de competencia en el sistema de alojamiento. Caso: Cuenca – Ecuador", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 23 de mayo de 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "M. Isabel Garzón Villalta", written over a horizontal line.

María Isabel Garzón Villalta

C.I.: 0105544548



## Cláusula de Propiedad Intelectual

---

María Elena Villafuerte Pucha, autora del trabajo de titulación "Propuesta de análisis comparativo de servicios, promoción y tarifas entre establecimientos regulados y no regulados (Airbnb), para establecer los factores de competencia en el sistema de alojamiento. Caso: Cuenca – Ecuador", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 23 de mayo de 2018

A handwritten signature in blue ink, reading 'María E. Villafuerte', written over a horizontal line.

María Elena Villafuerte Pucha

C.I: 0302092846



### **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme dado la vida y permitirme que llegara a este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre María del Carmen Villalta, por ser el pilar más importante y demostrarme su cariño y dedicación durante mi formación como persona y de forma académica, por brindarme su apoyo incondicional en todo momento respetando mi forma de pensar y mis decisiones acompañándome así a culminar mi carrera profesional. A mi padrastro Rodrigo González por apoyarme durante este camino. A mi abuela Zoila Villalta N., quien en vida fue una a persona con un ejemplo fundamental en mi formación académica, demostrándome su cariño y su apoyo. A mi esposo Juan Crespo por estar presente en cada paso que doy en la vida siendo un apoyo en todo momento y dándome fuerzas para seguir adelante con mis objetivos y metas propuestas.

**María Isabel Garzón Villalta**



## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este logro a mi mamita Rosalí, una mujer valiente que se enfrentó a todo y todos para traerme al mundo y luchar para criarme como una mujer hecha y derecha, enseñándome a enfrentar los retos de la vida, también quiero dedicar esta meta alcanzada a mi padrastro Raúl por convertirse en mi apoyo incondicional en cada paso que he tenido que dar. Dedico este logro a mis hermanitos Christopher y Jeremy pues día a día se han convertido en mi gran razón para salir, adelante. Finalmente, esta meta adquirida la elevo para mi ángel protector mi abuelita Rosa Elena Ramos quien en vida fue una mujer de ejemplo de lucha y perseverancia.

**Maria Elena Villafuerte Pucha**



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios sobre todas las cosas por haberme permitido culminar con mis estudios profesionales.

A mi madre por enseñarme con su ejemplo a no rendirme ante las dificultades que se presente, perseverar y dar siempre lo mejor de mi mediante sabios consejos.

A mi compañera de tesis Elena Villafuerte por ser una gran compañera y amiga durante el transcurso de mis estudios dentro de la Universidad.

**María Isabel Garzón Villalta**



## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, quiero agradecer a Dios por regalarme la vida, mi extenso agradecimiento a mi mamita Rosalí y mi padrastro Raúl por ser mi apoyo incondicional, a mis hermanitos Christopher y Jeremy, también a mi ñaño del alma Ángel Arévalo, por el inmenso cariño hacia mí. Agradezco de manera especial a la Magister Ana Lucía Serrano por su apoyo absoluto, confianza y su grandiosa amistad, de la misma manera al Economista Segundo Freire y Magister Fredy Espinoza por su gran espíritu de enseñanza, también a la Magister Iliana Sanmartín y Diana Urgiles por sus sabios consejos. Además, quiero agradecer por su paciencia, cariño y amistad incondicional a mis amigas Ma. Fernanda Quizhpi, Jenny Cajas, Lissette Coronel, Andrea Cóndo, Gabriela Barrezueta, Fernanda Patiño, al igual la misma gratitud a mis amigos César Vela y Bernardo Rodríguez. A mi compañera de tesis Ma. Isabel Garzón por la paciencia y amistad absoluta en el transcurso de la Universidad. Agradezco al Departamento de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad por las enseñanzas en el ámbito de la investigación.

Finalmente doy las gracias a todos los que formaron parte de mi trayectoria académica y a los que constituyen como parte de mi diario vivir por caminar junto a mí, soportándome día a día con mis locuras, lágrimas y sonrisas.

**Maria Elena Villafuerte Pucha**



## INTRODUCCIÓN

En esta propuesta de investigación se analizó la situación del sector de alojamiento de la ciudad de Cuenca; para lo cual se planteó una comparación de los establecimientos de alojamiento regulados y no regulados mediante tres variables: servicios, promoción y tarifas.

Este estudio forma parte del proyecto de investigación “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca” mismo que está bajo la dirección del Departamento de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca.

Para la ejecución de este planteamiento se emplea una metodología con un alcance comparativo - descriptivo con enfoque cuantitativo a partir de un análisis muestral, también se plantea una técnica de análisis mediante agrupamientos (clusters), además se utilizó una delimitación geográfica de los establecimientos de alojamiento que serán parte de este estudio. La información ha sido levantada mediante encuestas a los establecimientos regulados y los datos levantados de los establecimientos no regulados han sido obtenidos mediante un seguimiento en las diferentes redes online. Finalmente se ha creado una base de datos mediante el programa estadístico SPSS, su interpretación y creación de tablas ha sido mediante el programa Excel y Tableau Public.

En el primer capítulo se abordará los antecedentes de la hotelería ecuatoriana centrándose en el caso Cuenca – Ecuador, seguidamente se abordará todos los conceptos que se tratará a lo largo de esta propuesta.

En el segundo capítulo se plantea los diferentes agrupamientos (clusters) mediante las variables: servicios, promoción y tarifas, de los establecimientos de alojamiento regulados y no regulados, el cual ayudará a determinar el análisis situacional de la hotelería cuencana.



El tercer y último capítulo aborda la valoración de los factores de competencia entre establecimientos regulados y no regulados, así también la estructura de la determinación de los servicios, promoción y tarifas, finalmente se realizará la validación de las ventajas competitivas entre los establecimientos regulados y no regulados.



## **CAPÍTULO 1**

### **Capítulo 1. Análisis de la situación actual de los servicios, promoción y tarifas presentes en el alojamiento regulado y no regulado de la ciudad de Cuenca.**

#### **1.1. Antecedentes de la ciudad de Cuenca**

La ciudad de Cuenca es considerada la tercera ciudad más importante del Ecuador, además fue declarada como Patrimonio Cultural de la Humanidad el 01 de diciembre de 1999 por la UNESCO, dicho reconocimiento fue concedido por conservar la cuadrícula original del Centro Histórico desde su fundación el 12 de abril de 1557 (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2017).

#### **1.2. Antecedentes históricos de la hotelería cuencana**

La actividad hotelera en la ciudad de Cuenca da sus inicios en la conocida Casa de las Posadas que data del año 1760, es una edificación de estilo colonial ubicada en las hoy denominadas calles Gran Colombia 17-44 y Baltazara de Calderón, esta edificación fue utilizada como una posada para los visitantes nacionales, sobre todo de la región costa. En el año de 1980 se da una readecuación del inmueble convirtiéndolo en hospedaje para comerciantes de diferentes sectores del Ecuador y Perú. En la actualidad la Casa de las Posadas es parte del Patrimonio de la ciudad de Cuenca, (El Comercio, 2014).

En la ciudad de Cuenca existen varios establecimientos de alojamiento en los cuales se tiene que porcentaje mayoritario existente corresponde al 56% de hostales, luego se encuentran un 34% de hoteles, seguidamente de un 4% de hoteles boutique continuando con el 3% de hosterías y con el 1% de casa de huéspedes y apartamentos turísticos, finalmente el 2% son pensiones y refugios (Serrano & Villafuerte Pucha, 2017, pág. 61).



### **1.3. Conceptos generales**

#### **1.3.1. Alojamiento regulado**

Se conoce como alojamiento regulado a todos los establecimientos hoteleros que se encuentran inscritos como tales dentro del Ministerio de Turismo, pues deben cumplir con ciertos requisitos y normas según el reglamento hotelero vigente. Por el hecho que están capacitados para ofrecer de manera profesional y habitual hospedaje o residencia, mediante el cobro de un precio justo dependiendo de los servicios que brinden.

Ministerio de Turismo, Ejercicio de la actividad. - Para ejercer la actividad turística de alojamiento es obligatorio contar con el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, así como sujetarse a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento y demás normativa vigente. El incumplimiento a estas obligaciones dará lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la Ley (Ministerio de Turismo , 2016).

#### **1.3.2. Alojamiento no regulado o Airbnb**

El alojamiento no regulado o más conocido como el sistema airbnb es un mercado comunitario basado en la confianza en el que la gente publica, reserva y descubre alojamientos únicos en todo el mundo ya sea desde su computador o cualquier dispositivo móvil, (Airbnb, 2017).

Cabe mencionar que airbnb exige parámetros como disponer de una reserva inmediata, buenos precios y excelentes fotografías, además utiliza un método de posicionamiento que responde a un conjunto de algoritmos, el cual permite usar las preferencias de los invitados y la información ingresada en la herramienta de búsqueda. Estos algoritmos intentan identificar las preferencias de los invitados y las características de sus viajes para resaltar los anuncios



que mejor se adapten a ellos. Los resultados pueden variar dependiendo de quien realiza, donde alojarse y qué es lo que está buscando (Airbnb, 2017).

### **1.3.3. Casa apartamento**

La modalidad casa apartamento se encuentra en el sistema airbnb, siendo una forma de que el huésped pague por un espacio completo y a la vez mantenga privacidad en el cual se tiene todo el espacio a disposición (Airbnb, 2017)

### **1.3.4. Habitación privada**

La habitación privada también pertenece a una modalidad de alojamiento en el sistema airbnb, permite al huésped tener cierta privacidad sin omitir el contacto con el resto de huéspedes que estén alojados en un determinado lugar, además el gasto está escatimado en un tercio de lo que podría costar una habitación de un hotel; el contacto con otros huéspedes será exclusivamente en áreas comunes (Airbnb, 2017).

### **1.3.5. Habitación compartida**

En cuanto a la habitación compartida también pertenece al sistema airbnb, la cual comprende en que el huésped comparte todos los espacios incluyendo la habitación, esta modalidad es de preferencia para viajeros flexibles que buscan alojamiento económico y que además quieren conocer más gente (Airbnb, 2017).

### **1.3.6. Clasificación de los establecimientos de alojamiento**

Los establecimientos de hospedaje regulados, de acuerdo al artículo 13 del Capítulo tres del Reglamento de Alojamiento elaborado por el Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo , 2016) designa una clasificación y nomenclatura como se puede visualizar en la Tabla N° 1.



Tabla 1  
*Clasificación y nomenclatura establecimientos de alojamiento*

Clasificación	Nomenclatura
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

**Nota:** elaboración propia con base al Reglamento de alojamiento turístico. Adaptado de Ministerio de Turismo Ecuador (2015). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

### 1.3.7. Categorización de los establecimientos de alojamiento en el Ecuador

La categorización de los establecimientos de alojamiento turístico en el Ecuador ha sido establecida por el Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo, 2015) el cuál ha designado diversos parámetros de cumplimiento de acuerdo a la clasificación; se puede visualizar en la Tabla N°2.

Tabla 2  
*Categorización de acuerdo al Ministerio de Turismo*

Clasificación	Categoría
a) Hotel	5 a 2 estrellas
b) Hostal	3 a 1 estrella
c) Hostería	5 a 3 estrellas
d) Hacienda Turística	5 a 3 estrellas
e) Lodge	5 a 3 estrellas
f) Resort	5 a 4 estrellas
g) Refugio	Categoría Única
h) Campamento Turístico	Categoría Única
i) Casa de Huéspedes	Categoría Única



**Nota:** elaboración propia con base al Reglamento de alojamiento turístico. Adaptado de Ministerio de Turismo Ecuador (2015). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Es necesario mencionar que al analizar el catastro hotelero se puede visualizar que la categoría de los establecimientos no está siendo reconocida con el número de estrellas como cataloga el Ministerio de Turismo en su acuerdo actual otorgado el 18 de febrero de 2016, sino están reconocidos como las siguientes categorías: lujo, primera, segunda, tercera y cuarta, las cuales eran reconocidas antes de la modificación del Reglamento de Alojamiento Turístico pues esta categorización se definía como se muestra en la Tabla N°3.

Tabla 3  
*Categorización utilizada en el Reglamento de Alojamiento del 16 de septiembre de 2011*

Categoría	Categoría anterior
5 estrellas	Lujo
4 estrellas	Primera
3 estrellas	Segunda
2 estrellas	Tercera
1 estrella	Cuarta

**Nota:** elaboración propia con base al Reglamento general de actividades turísticas. Adaptado de Ministerio de Turismo Ecuador (2002). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TURISTICAS.pdf>

### 1.3.8. Servicios

En la Teoría General del turismo se menciona que los servicios de hospedaje son todos aquellos relacionados con la organización, facilitación, tramitación y administración del propio viaje (Ibañez Pérez & Cabrera Villa, 2011).

El Reglamento de Alojamiento detalla que dentro de los servicios turísticos se encuentra una subcategoría como son los servicios complementarios definidos como: servicios que se prestan de manera adicional a los servicios de hospedaje que brinda el establecimiento de



alojamiento turístico, estos pueden gratuitos o parte de un gasto, estos suelen ser: restaurantes, bares, gimnasio, servicios de lavado y planchado (Ministerio de Turismo, 2016).

En el reglamento de actividades turísticas el Ministerio de Turismo ha dispuesto que los establecimientos de alojamiento deberán cumplir con los siguientes servicios acorde a la categoría, como se muestra en la Tabla N°4.

Tabla 4  
*Lista general de los servicios planteado por el MINTUR*

<b>Categorización por Estrellas</b>					
<b>REQUISITOS</b>		<b>5 estrellas</b>	<b>4 estrellas</b>	<b>3 estrellas</b>	<b>2 estrellas</b>
Servicio de estacionamiento temporal		X	X		
Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento		20%	15%	10%	0%
Generados de emergencias	Para suministro general para todo el establecimiento	X	X		
	Para suministro común. Ascensores, salidas de emergencia, pasillos, áreas comunes			X	
	Sistema de iluminación de emergencias				X
Agua caliente en lavabos de cuartos de baño y aseo en áreas comunes		X	X	X	
Cambiador de pañales de bebe en cuarto de baño y aseo ubicados en áreas comunes		X	X		



Contar con (por lo menos) los siguientes servicios/ubicación: 1) Piscina 2) Hidromasaje 3) Baño turco 4) Sauna 5) Gimnasio 6) SPA 7) Servicio de peluquería 8) Local comercial afín a la actividad. Por ejemplo: Agencia de viajes, artesanías, etc.; se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales 9) Áreas deportivas 10) Exposición de colección de arte permanente o temporal 11) Salones para eventos 12) Establecimiento ubicado en un edificio patrimonial que cuente con la respectiva declaratoria por parte de la Autoridad Competente. 13) Tienda virtual para venta de productos ecuatorianos por catálogo.		6 servicios	4 servicios	2 servicios	0
Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial o natural		X	X	X	X
Áreas de uso exclusivo para el personal	Cuartos de baño y aseo	X	X	X	X
	Duchas	X	X		
	Vestidores	X	X		
	Casilleros	X	X	X	
	Área de comedor	X	X	X	
	Área administrativa	X	X		
Área de recepción y servicio		X	X	X	
Ascensor para el uso de huéspedes, donde el establecimiento posee dos o más pisos incluido planta baja.		X	X		
Ascensor para el uso de huéspedes, donde el establecimiento posee tres o más pisos incluido planta baja.				X	
Ascensor de servicios		X	X		
Centro de negocios con servicio de internet		X	X		
Área de vestíbulo, recepción, consejería y salas		X	X	X	
Área de vestíbulo y recepción					X
Recepción con acceso para personas discapacitadas		X	X		
Restaurante dentro de las instalaciones y/o cafetería		X	X	X	



Servicio de preparación de dietas especiales y restricciones alimenticias bajo pedido del huésped	X	X		
Bar con instalación propia dentro del establecimiento	X			
Servicio de bar		X	X	
Contar con habitaciones para personas con discapacidad	X	X	X	
Habitaciones con cuarto de baño y aseo privado	X	X	X	X
Acondicionamiento térmico en cada habitación.	X	X	X	X
Habitaciones insonorizadas	X	X	X	
Internet en todas las habitaciones	X	X		
Caja fuerte en habitación	X	X		
Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción			X	X
Cerradura para puerta de acceso a la habitación	X	X	X	X
Almohada extra a petición del huésped	X	X	X	
Frigo bar	X	X		
Portamaletas	X	X	X	
Clóset y/o armario	X	X	X	X
Escritorio y/o mesa	X	X		
Silla, sillón o sofá	X	X	X	X
Funda de lavandería	X	X	X	
Luz de velador o cabecera por plaza	X	X	X	X
Cortina completa y visillo o blackout y visillo	X	X		
Cortinas o persianas			X	X
Televisión ubicada en mueble o soporte con tv cable	X	X		
Televisión ubicada en mueble o soporte con canales nacionales			X	X
Teléfono en habitación	X	X	X	
Teléfono en cuarto de baño y aseo	X			
Sistema de comunicación				X
Servicio telefónico nacional e internacional en cada habitación	X	X	X	
Servicio telefónico con atención en español y un idioma extranjero	X	X		
Servicio telefónico las 24 horas	X			



Servicio telefónico nacional e internacional desde la recepción				X
Agua caliente disponible en la ducha de cuartos de baño y aseo privado	X	X	X	X
Iluminación independiente sobre el lavamanos	X	X	X	
Espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos	X	X	X	
Espejo sobre el lavamanos				X
Espejo flexible de aumento	X	X		
Secador de cabello	X	X	X	
Juego de toallas por huésped cuerpo, manos y cara	X			
Juego de toallas por huésped cuerpo y manos		X	X	X
Toalla de piso para salida de tina y/o ducha	X	X	X	X
Amenities de limpieza, shampoo, jabón, papel higiénico de repuesto, acondicionador	X	X		
Amenities de limpieza, shampoo, jabón, papel higiénico de repuesto			X	X
Amenities de cuidado personal, crema, pañuelos desechables y cotonetes	X	X		
Amenities adicionales como gorro de baño, peinilla, lustrador de zapatos, kit dental, costurero	X			
Amenities adicionales como gorro de baño, peinilla, lustrador de zapatos		X		
Bata de baño	X			
Zapatillas disponibles en la habitación	X			
Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación	X	X	X	
Servicio de lavandería propio o contratado	X	X	X	
Servicio de limpieza en seco propio o contratado	X	X		
Servicio de planchado propio o contratado	X			
Servicio de planchado, plancha a disposición del huésped	X	X	X	X
Servicio de room service 24 horas	X			
Servicio de room service 16 horas		X		
Servicio de room service 12 horas			X	
Carta de restaurante en 2 idiomas	X	X		



Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en áreas operativas y administrativas del establecimiento	30%	20%	10%	1P
Contar (al menos) con personal que hable un idioma extranjero, en áreas de contacto y relación directa con el huésped	25%	15%	10%	1P
Personal bilingüe que brinde el servicio de recepción, consejería o guardianía 24 horas	X	X		
Servicio de botones, con idioma español y un idioma extranjero	X	X		
Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con: sistema de tratamientos de aguas residuales	X	X		
Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con: al menos pozo séptico			X	X
Servicio médico para emergencias propio o contratado	X	X		
Valet parking	X			
Servicio de transfer, propio o contratado	X	X		
Cuenta con formas de pago de tarjeta de crédito, débito, voucher	X	X	X	
Circuito de cerrado de cámaras de seguridad con capacidad de almacenamiento de al menos 30 días	X	X		
Silla de ruedas disponible para uso del huésped	X	X		
Servicio adicional de cama extra, cuna. Silla de bebé	X	X		
Servicio adicional de cama extra			X	

**Nota:** elaboración propia con base al Reglamento de alojamiento turístico con anexos. Adaptado de Federación hotelera del Ecuador (2015). <http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Turismo-RO-465-Reglamento-de-Alojamiento-Turistico-con-anexos.pdf>

### 1.3.9. Promoción

El concepto de promoción se puede definir como una campaña para dar a conocer o incitar la compra de un producto o servicio mediante publicidad con una accesibilidad más factible.

Según Kotler, autor del libro Dirección de Marketing, la promoción es la cuarta herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren (Publicaciones Vértice S.L, 2008).



Jeffrey Sussman, autor del libro "El Poder de la Promoción", enfoca a la promoción como "los distintos métodos que utilizan las compañías para promover sus productos o servicios (Sussman, 1998).

### **1.3.10. Canales de difusión**

En el marketing directo se encuentra una serie de enfoques que puede abarcar desde la respuesta directa realizando ventas desde diferentes medios de difusión, tales como: prensa escrita, radio, televisión, por pedido postal, catálogos, vía telefónica y sistemas de internet (Instituto de Formación y Estudios Sociales , 2009).

### **1.3.11. Facebook**

Facebook fue creado en el año 2004 por Mark Zuckerberg, la misión de esta red social es dar a las personas el poder de construir una comunidad y acercar el mundo, puesto que los usuarios utilizan Facebook para mantenerse en contacto con amigos y familiares, además permite compartir todo tipo información siempre y cuando esta haya sido filtrada; hasta el 31 diciembre del año 2017 se contabilizó 2.13 mil millones de usuarios activos mensuales, convirtiendo a este medio en un canal masivo de transmisión de información (Newsroom, 2018).

### **1.3.12. Twitter**

Twitter fue creado en marzo de 2006 por Jack Dorsey, es considerado como una red de comunicación instantánea en la cual se puede compartir todo de información por medio de los llamados tweets, hasta el año 2017 twitter cuenta con 317 millones de usuarios activos por mes; además tiene una opción de mercadeo que se llama tweets promocionados los cuales se muestran únicamente a usuarios segmentados en las campañas publicitarias que realice una determinada empresa (Twitter, 2017).

### **1.3.13. Whastapp**



Whatsapp fue fundado por Jan Koum y Brian Acton, es una aplicación gratuita que ofrece mensajería y llamadas de una forma simple, confiable y segura, está disponible en los teléfonos celulares alrededor del mundo. Cabe mencionar que Whatsapp inició como una opción alternativa a los SMS, pero en la actualidad tiene la capacidad de enviar archivos tales como: textos, fotos, videos documentos y ubicación (Whatsapp, 2017).

#### **1.3.14. Spotify**

Spotify es un servicio de transmisión de música, videos y podcasts que te ofrecen acceso a millones de canciones y otros contenidos, además se pueden utilizar opciones básicas como reproducir música totalmente gratis, pero también existe la opción de suscribirse a spotify premium donde se puede elegir lo que se quiere escuchar, novedades y obtener recomendaciones personalizadas, dicha aplicación está disponible para varios dispositivos, sin dejar de lado que entre el paso de contenido multimedia se puede realizar publicad de contenido corto (Spotify, 2017).

#### **1.3.15. Instagram**

Instagram es una aplicación en la cual existen más de 800 millones de usuarios que capturan y comparten contenido con todo el mundo; Instagram se ha convertido en el lugar de narraciones visuales para todos, desde celebridades, salas de redacción y marcas, hasta adolescentes, músicos y cualquier persona con pasión creativa, el cofundador de Instagram es Kevin Systrom (Instagram, 2017).

#### **1.3.16. Radio**

La radio es un medio de comunicación de masas que tiene una característica por su flexibilidad e instantaneidad en la difusión de mensajes; en los años treinta la radio y el cine se convierten en un gran medio de entretenimiento, y junto con la prensa se desarrollan como un gran medio de información (Muñoz Corvalán , 2012).

#### **1.3.17. TV**



La televisión surge a raíz de la aceptación cultural que tuvo la radio y el cine a mitad del siglo XX y por el desarrollo tecnológico; después de la segunda guerra mundial la televisión se convirtió en un medio muy popular por las inversiones públicas o privadas, que crearon canales que emitieron señales para audiencias consideradas masivas y homogéneas, pero a comienzos del siglo XXI la televisión enfrenta una dura competencia puesto que el internet empieza a quitarle más público e inicia la misma forma publicitaria, se considera a la televisión como un medio popular por el hecho de tener fácil acceso a millones de personas (Delio, 2011).

### **1.3.18. Revista especializada**

Las revistas en general se consideran medios de comunicación heterogéneos en su composición, contenido y relevancia; las revistas especializadas son empleadas como fuente de información valorada y demandada por los usuarios además la calidad del medio confiere prestigio a los anunciantes, favorecen en la utilización de encartes como formas publicitarias (Rodríguez del Bosque, Suárez Vázquez, & García de los Salmones, 2011).

### **1.3.19. Prensa**

La prensa fue el resultado de la unión de la imprenta y los servicios regulares de correos, los primeros periódicos se caracterizan por la aparición regular, además la base comercial se dirigía a la venta, la finalidad múltiple para la información, la publicidad, esta entrega de información es de carácter público o abierto (Muñoz, 2012).

### **1.3.20. Portal web**

Los portales web o páginas web son sitios online que se utilizan para manejar la presencia de la empresa en internet, en donde ofrece información sobre la empresa e incluso puede exponer y vender sus productos o servicios, también se puede utilizar como vía de comunicación con proveedores y clientes entre otros (Soto, 2012).



### **1.3.21. Guía telefónica**

Conocida también como directorio telefónico en el cual se publica una lista de personas u organizaciones ordenadas alfabéticamente, direcciones, números de teléfono, filiación entre otros; por lo tanto se trata de una obra de referencia con información que permite la identificación o localización de personas, organismos y entidades públicas o privadas, las entradas de información que contienen los directorios telefónicos son amplias en las cuales permiten conocer la actividad en la que desarrolla una persona o entidad (Biblioteca Nacional de España, 2016).

### **1.3.22. Tarjetas de presentación**

Las tarjetas de presentación o también conocidas como tarjetas de publicidad, son una presentación de los datos más importantes de una empresa, persona o negocio, esta forma de publicidad pretende llamar la atención de la persona a la que va dirigida, esta es una forma económica de hacer publicidad además las personas conservan estas tarjetas siempre y cuando contengan información de interés (GROPPE, 2010).

### **1.3.23. Nicho de mercado**

El nicho es un grupo definido en forma más estrecha que busca una combinación particular de beneficios, en la medida que el vendedor subdivide un mercado al introducir características más singulares, los segmentos tienden a convertirse en un conjunto de nichos, es necesario mencionar que los clientes de un nicho están dispuestos a pagar una prima aquella empresa que satisfaga sus necesidades (Kotler, 2001).

### **1.3.24. Tarifas**

Asignación de precios a las habitaciones teniendo en cuenta los costos y la rentabilidad, las tarifas van a depender del servicio que se brinde y las comodidades, debemos tener en cuenta que dentro de la Ciudad de Cuenca hay tarifas específicas que no se podrán manipular.



Según Diario Del Hotelero para “las tarifas hoteleras se toman en cuenta dos elementos: los costos y los márgenes de ganancia. La variación de uno afecta directamente al otro. En tal sentido, hoy la hotelería se enfrenta a una caída de la rentabilidad por un incremento sostenido de los costos y por la presión del mercado” (Onorato, 2017).

### **1.3.25. Ocupación hotelera**

La ocupación hotelera hace referencia a un ratio de habitaciones disponibles mismas que se obtienen mediante el cociente entre el número de habitaciones vendidas por habitaciones disponibles a la venta (Marrero, 2016).

En cuanto al porcentaje de ocupación, hace referencia a la proporción de ocupación que registra el establecimiento el cual se obtiene dividiendo el total de cuartos ocupados entre el total de cuartos disponibles al período de interés, finalmente se multiplica por 100 a fin de que éste quede expresado en porcentaje (SECTUR, 2008).

### **1.3.26. Agrupamientos (Clusters)**

El análisis cluster es una técnica estadística multivariante que tiene la finalidad de dividir un conjunto de objetos en grupos (cluster) considerando los perfiles de los objetos pues estos deben ser similares entre sí. También conocido por su nombre genérico como análisis de conglomerados siendo este un método matemático, además es una herramienta útil para los investigadores puesto que permite realizar conjuntos similares o diferentes, para en un siguiente paso ejecutar clasificaciones (Romesburg, 2004).

### **1.3.27. Delimitación geográfica**

Una delimitación geográfica hace referencia a la definición del campo donde se va a realizar la investigación realizar esta actividad facilita la ejecución del estudio y posterior valoración del mismo, también una delimitación puede abarcar diferentes parámetros tales como: geográfico, funcional, ocupacional y social (EURES, 2017).

### **1.3.28. Inventario de servicios de alojamiento**



El inventario de servicios de alojamiento hace referencia a listar todos los elementos contenidos que ofrece un hotel tanto en cada una de las habitaciones como en el resto de dependencias (Corfú Turismática, 2016).

Los servicios que deben existir en los establecimientos de alojamiento deberán estar acorde a la categoría, en el caso del hotelería ecuatoriana se deberá regir al listado presentado por el Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo, 2015).

### **1.3.29. Factores de competencia**

Cuando se habla de factores de competencia, se refiere a los niveles de competencia de precios entre establecimientos de igual característica en la misma área geográfica. También analiza la producción de servicios; los que se relacionan con la comercialización del producto o servicios como el precio de competencia y las estrategias de comercialización (Guerrero González & Ramos Mendoza, 2014).

### **1.3.30. Factores de diferenciación**

Los factores de diferenciación están compuestos por variables como: relevancia, exclusividad y credibilidad; a la hora de seleccionar estos factores es importante tener en cuenta que estos deben ser deseables para los consumidores y que la empresa debe ser capaz de cumplir con tales factores (Kotler & Keller, 2006).

En la estrategia de diferenciación una empresa busca ser única en el sector industrial o empresarial junto con algunas dimensiones que son ampliamente valoradas por los compradores, esta estrategia selecciona uno o más atributos que muchos compradores en el sector empresarial o industrial perciben como importantes y se ponen en exclusiva a satisfacer sus necesidades, es recompensada su exclusividad con un precio superior; es decir que la estrategia de diferenciación requiere que



una empresa elija atributos en los que se diferencia de sí misma y de la competencia (Porter, 1991).

#### **1.4. Metodología**

En el estudio planteado se ha empleado una metodología con alcance comparativo - descriptivo con enfoque cuantitativo a partir de un análisis muestral, además se plantea una técnica de análisis mediante agrupamientos (clusters), se utilizó una delimitación geográfica de los establecimientos de alojamiento ubicados en el centro histórico que serán parte de este estudio.

La información ha sido recopilada mediante encuestas a los establecimientos regulados y los datos levantados de los establecimientos no regulados han sido obtenidos mediante un seguimiento en las diferentes redes online.

Las encuestas empleadas en los establecimientos de alojamiento regulado han sido estructuradas mediante las siguientes variables: número de plazas, tipo de habitación y tarifa, canales de promoción, ocupación hotelera, estas variables se pueden visualizar en la primera encuesta del Anexo N° 1.

Mientras que las variables: clasificación y categoría del establecimiento, tarifa y tipo de habitación y finalmente los servicios con los que cuenta el establecimiento, la encuesta propuesta se puede visualizar en el Anexo N° 2.

Se crea una base de datos de toda la información levantada tanto de establecimientos de alojamiento regulados y no regulados mediante el programa estadístico SPSS, su interpretación y creación de tablas ha sido mediante el programa Excel y Tableau Public.



## CAPÍTULO 2

**Capítulo 2. Agrupamientos (clusters) mediante las variables: servicios, promoción y tarifas, de los establecimientos de alojamiento regulados y no regulados.**

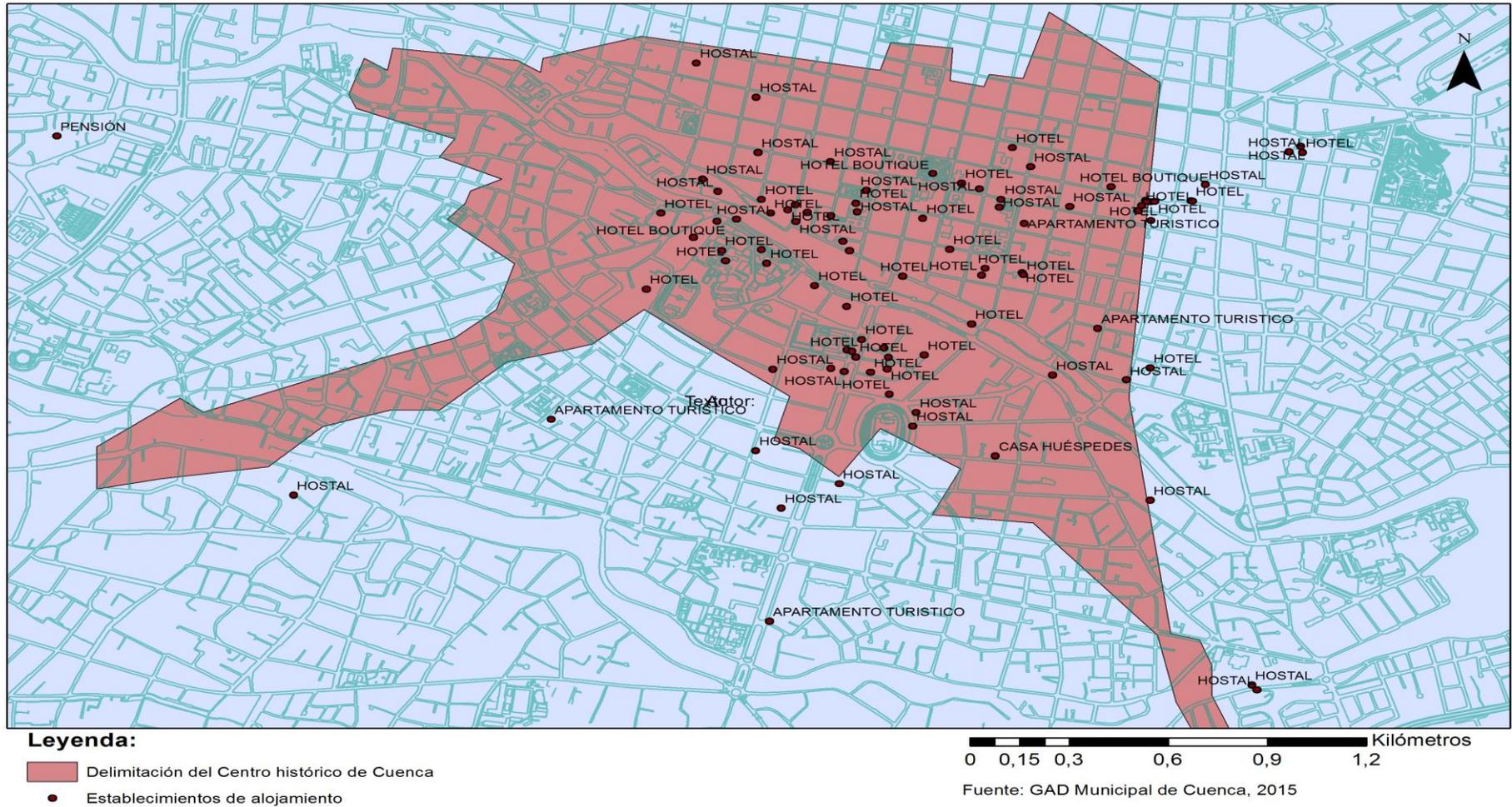
### **2.1. Delimitación geográfica**

En el mapa presentado se puede visualizar diferentes establecimientos de alojamiento que están ubicados en el Centro Histórico de Cuenca. Cabe mencionar que el denominado Centro Histórico es considerado como un soporte fundamental de la economía urbana de Cuenca en donde se han creado nuevos modos de actividad económica debido a la restricción que pone la ciudad antigua. Esta zona es considerada como un espacio emblemático de la ciudad por lo tanto concentra una gran cantidad y calidad de valores intangibles, en los cuales se tienen monumentos, circuitos de visita, recorridos temáticos, áreas vocacionales y vestigios arqueológicos, además los elementos antes mencionados se consideran atractivos que hacen que Cuenca sea visitada por propios y extraños (Ilustre Municipalidad de Cuenca, 2010).



En el Centro Histórico de Cuenca de acuerdo al catastro hotelero del año 2016, se encuentra un total de 139 establecimientos de alojamiento entre hoteles, hoteles boutique, hostales, pensiones y apartamentos turísticos; de los cuales para el caso de éste estudio se detecta 101 establecimientos representando el 72.66% de los cuales son: hoteles, hoteles boutique, hostales y apartamentos turísticos, para posteriormente establecer un estudio de una muestra al azar de 48 establecimientos de diferente clasificación siendo esta el 34.53% del total mencionado anteriormente (Gráfico N°1), es importante indicar que se emplearon como complemento del estudio tres hosterías mismas que no se encuentran ubicadas dentro del Centro Histórico.

Gráfico 1  
Localización de los establecimientos de alojamiento del Centro Histórico





## **2.2. Inventario de servicios agrupados por clasificación y categoría de los establecimientos regulados**

En la Tabla N°5 se ha analizado un total de 48 establecimientos de alojamiento regulado de acuerdo a la clasificación y categoría; entendiéndose como clasificación a la división de los establecimientos siendo estos: hoteles, hostel, hostería, hacienda turística, lodge, resort, refugio, campamento turístico, casa de huéspedes cabe mencionar que para éste estudio se hizo uso de la siguiente clasificación: hotel, hostel, hostería, apartamento turístico y hotel boutique éste último no se encuentra en la clasificación del reglamento de alojamiento pero es tomado en cuenta como importante estos establecimientos son construidos en edificaciones antiguas y se caracterizan por el toque de exclusividad y lujo. Con respecto a la categoría se entiende que es una forma de distinguir a los establecimientos de alojamiento otorgándoles las siguientes menciones: lujo, primera, segunda, tercera, cuarta; en la actualidad se define una distinción mediante estrellas.

Se realizó un análisis de los servicios que ofrecen los diferentes establecimientos de alojamiento acorde a la categoría, en el cual se obtuvo los siguientes resultados: Los apartamentos turísticos de primera categoría poseen los siguientes servicios: aire acondicionado, amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), ascensor, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, radio, restaurante y bar – cafetería, servicio a la habitación, servicio de consejería, transfer, Tv por cable y Wi-fi.

En el análisis realizado a los hostales de primera categoría se determinó que ofrecen los siguientes servicios: aire acondicionado, amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, información turística, juegos infantiles, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de conserjería, servicio de



estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-Fi.

Con respecto a los hostales de segunda categoría se puede indicar que ofrecen los siguientes servicios: amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, calefacción, guarda equipaje, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio de estacionamiento, Tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

En los hostales de tercera categoría se ofrecen servicios de: amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, información turística, radio, recepción las 24 horas, servicio de estacionamiento, tv por cable y Wi-Fi; como se puede hacer notorio que en estos establecimientos los servicios ofertados son en una minoría.

En el caso de las hosterías de lujo se puede evidenciar que ofrecen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities básicos (elementos de aseo). baños de cajón, baño privado, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, canchas deportivas, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, juegos infantiles, lavandería, mini bar en la habitación, piscina, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

En cuanto al análisis que se realizó en las hosterías de primera categoría se determina los servicios que ofertan en estos establecimientos, siendo estos los siguientes: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, ascensor, área de computación con acceso a internet gratuito, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, espacio para mascotas, guarda equipaje, habitación insonorizada, información



turística, lavandería, mini bar en la habitación , piscina, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, spa, transfer, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

En los hoteles de lujo los servicios que se ofrecen son los siguientes: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), ascensor, atención médica, área de computación con acceso a internet gratuito, baños de cajón, baño privado, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, galería de artesanías, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de niñera, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, sistema de seguridad con video de circuito cerrado, spa, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Los hoteles de primera categoría en el análisis efectuado indica que en estos establecimientos los servicios que se ofertan son los siguientes: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), ascensor, área de computación con acceso a internet gratuito, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, espacio para mascotas, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación , radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Con respecto a los servicios en los hoteles de segunda categoría, en el análisis realizado se determinó que se ofertan los siguientes: amenities de lujo,



amenities básicos (elementos de aseo), ascensor, baño privado, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales/ internacionales, transfer, tv por cable y Wi-fi.

Los servicios que ofrecen los hoteles de tercera categoría son los siguientes: amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, guarda equipaje, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, sala de eventos, transfer, tv por cable y Wi-fi.

En el caso de los hoteles boutique de lujo ofertan los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, amenities de lujo, baño privado, caja fuerte por habitación , calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, sistema de seguridad con video de circuito cerrado, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Finalmente, en el análisis realizado a los hoteles boutique de primera categoría se determina que ofrecen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.





Tabla 5  
*Servicios detectados por clasificación y categoría de establecimientos regulados (Número de establecimientos que cuentan con el servicio)*

Servicios	Apartamento Turístico	Hostal			Hostería		Hotel				Hotel Boutique		Total general
	Primera	Primera	Segunda	Tercera	Lujo	Primera	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Lujo	Primera	
Acceso para personas con capacidades especiales					1	1	4	6			1	1	14
Aire acondicionado	2	1			1	1	4	5				1	15
Amenities de lujo	1	2	4		1		4	6	1		1	2	22
Amenities básicos (elementos de aseo)	1	4	1	1		2		10	4	1			24
Áreas verdes y espacio para BBQ													
Ascensor	1						3	1	1				6
Atención médica							3						3
Área de computación con acceso a internet gratuito							3	1					4
Baños de cajón					1	1	1						3
Baño privado	2	6	5	1	1	2	3	16	6	1	1	1	45
Business center					1	1	4		1				7
Caja fuerte por habitación	1	4		1	1	2	4	12	2	1	1	2	31
Calefacción	2	4	1		1	1	4	6	1		1	2	23
Canchas deportivas					1								1



Cocina													
Espacio para mascotas								1					1
Desayuno normal													
Desayuno buffet		1			1		4	2			1	1	10
Estación de café y té gratuito		2			1		3	5			1		12
Galería de artesanías							3						3
Gimnasio							4	1					5
Guarda equipaje	2	4	1		1	1	4	6	1	1	1		22
Habitación insonorizada	1				1	2	4	3	1			2	14
Información turística	1	6	4	1	1	2	4	11	4	1	1	1	37
Juegos Infantiles		1			1								2
Jacuzzi													
Microondas													
Lavadora personal													
Lavandería	2	2	3		1	2	4	10	4	1	1	1	31
Mini bar en la habitación					1	1	3	4			1	2	12
Piscina					1	2							3
Radio	2	6	5	1	1	2	4	17	6	1	1	2	48
Recepción las 24 horas		5	5	1	1	2	4	12	5	1	1	2	39
Restaurante y bar – cafetería	1	2	2		1	2	4	9	4		1	1	27
Sala de eventos			1		1	1	4	4	1	1			13



Secadora de cabello en la habitación		1	1		1	1	4	10			1	1	20
Secadora de ropa													
Servicio a la habitación	2	3			1	1	4	12	2		1	2	28
Servicio de niñera							2						2
Servicio de conserjería	1	1					3	1					6
Servicio de estacionamiento		5	1	1	1	1	4	7	3				23
Servicio de portería													
Sistema de seguridad con video de circuito cerrado							3				1		4
Spa					1	2	2	1			1		7
Teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales		1			1		4	7	2		1	2	18
Transfer	2	4			1	1	4	12	2	1	1	2	30
Turco					1	2		1					4
TV													
TV por cable	2	5	5	1	1	1	4	15	6	1	1	2	44
Wake up call con previa solicitud		1	1		1	1	4	1			1	1	11
Wi-Fi	2	6	5	1	1	2	4	17	6	1	1	2	48

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



### **2.3. Inventario de servicios agrupados por modalidad de establecimientos no regulados**

En el sistema de los establecimientos no regulados como se ha mencionado anteriormente que los establecimientos no regulados son aquellos que no están creados bajo una norma legal además a estos establecimientos se los conoce como sistema airbnb y es un mercado comunitario basado en la confianza en el que la gente publica, reserva y descubre alojamientos únicos en todo el mundo ya sea desde su computador o cualquier dispositivo móvil.

En los establecimientos no regulados se pueden encontrar diferentes servicios, similares a un establecimiento regulado con la diferencia que los llamados airbnb ofrecen servicios que hacen sentir al huésped como en su hogar convirtiéndolo en un espacio único (Airbnb, 2018).

A continuación, en la Tabla N° 6, se presentan los servicios ofertados de acuerdo al levantamiento de una muestra de 48 establecimientos no regulados, que han sido tomados de la base de datos realizada en el proyecto de investigación “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”.

Continuando con el estudio, se indica el número de establecimientos que poseen un determinado servicio acorde a la modalidad de alojamiento.

En el análisis realizado se determinó que la modalidad casa apartamento ofrece los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, amenities básicos (elementos de aseo), áreas verdes y espacio para bbq, calefacción, cocina, espacio para mascotas, desayuno normal, gimnasio, jacuzzi, microondas, lavadora personal, piscina, secadora de cabello en la habitación, secadora de ropa, servicio de estacionamiento, servicio de portería, tv, tv por cable y Wi-fi.

Con respecto a la modalidad de habitación compartida, en el análisis establecido se indica que estos establecimientos ofrecen los siguientes servicios: amenities básicos (elementos de aseo), cocina, desayuno normal, tv por cable y Wi-fi.



Finalmente, en el análisis a los establecimientos de modalidad habitación privada se estableció ofrecen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, amenities básicos (elementos de aseo), calefacción, cocina, espacio para mascotas, desayuno normal, lavadora personal, secadora de cabello en la habitación, secadora de ropa, servicio de estacionamiento, tv, tv por cable y Wi-fi.

Tabla 6

*Servicios ofertados en los establecimientos no regulados (Número de establecimientos que cuentan con el servicio)*

Servicios	Casa Apartamento	Habitación Compartida	Habitación Privada	Total general
Acceso para personas con capacidades especiales	1		1	2
Aire acondicionado				
Amenities de lujo				
Amenities básicos (elementos de aseo)	22	1	23	46
Áreas verdes y espacio para BBQ	1			1
Ascensor				
Atención médica				
Área de computación con acceso a internet gratuito				
Baños de cajón				
Baño privado				
Business center				
Caja fuerte por habitación				
Calefacción	3		3	6
Canchas deportivas				



Cocina	18	3	18	39
Espacio para mascotas	6		1	7
Desayuno normal	1	1	5	7
Desayuno buffet				
Estación de café y té gratuito				
Galería de artesanías				
Gimnasio	1			1
Guarda equipaje				
Habitación insonorizada				
Información turística				
Juegos Infantiles				
Jacuzzi	1			1
Microondas	4			4
Lavadora personal	12		9	21
Lavandería				
Mini bar en la habitación				
Piscina	1			1
Radio				
Recepción las 24 horas				
Restaurante y bar – cafetería				
Sala de eventos				
Secadora de cabello en la habitación	2		3	5
Secadora de ropa	13		5	18
Servicio a la habitación				



Servicio de niñera				
Servicio de conserjería				
Servicio de estacionamiento	16		4	20
Servicio de portería	2			2
Sistema de seguridad con video de circuito cerrado				
Spa				
Teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales				
Transfer				
Turco				
TV	1		7	8
TV por cable	20	1	7	28
Wake up call con previa solicitud				
Wi-Fi	22	3	23	48

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

### **2.3. Canales de difusión agrupados en establecimientos regulados y no regulados**

Para establecer el análisis de los canales de difusión se presenta una identificación de los mismos, siendo estos: prensa escrita, radio, televisión, postal, catálogos, vía telefónica y sistemas de internet son medios donde se puede realizar ventas directas.

Con respecto al estudio planteado se realizó el análisis mediante la selección de medios que son utilizados por los establecimientos de alojamiento tanto regulados como no regulados, tales como: Radio, televisión,



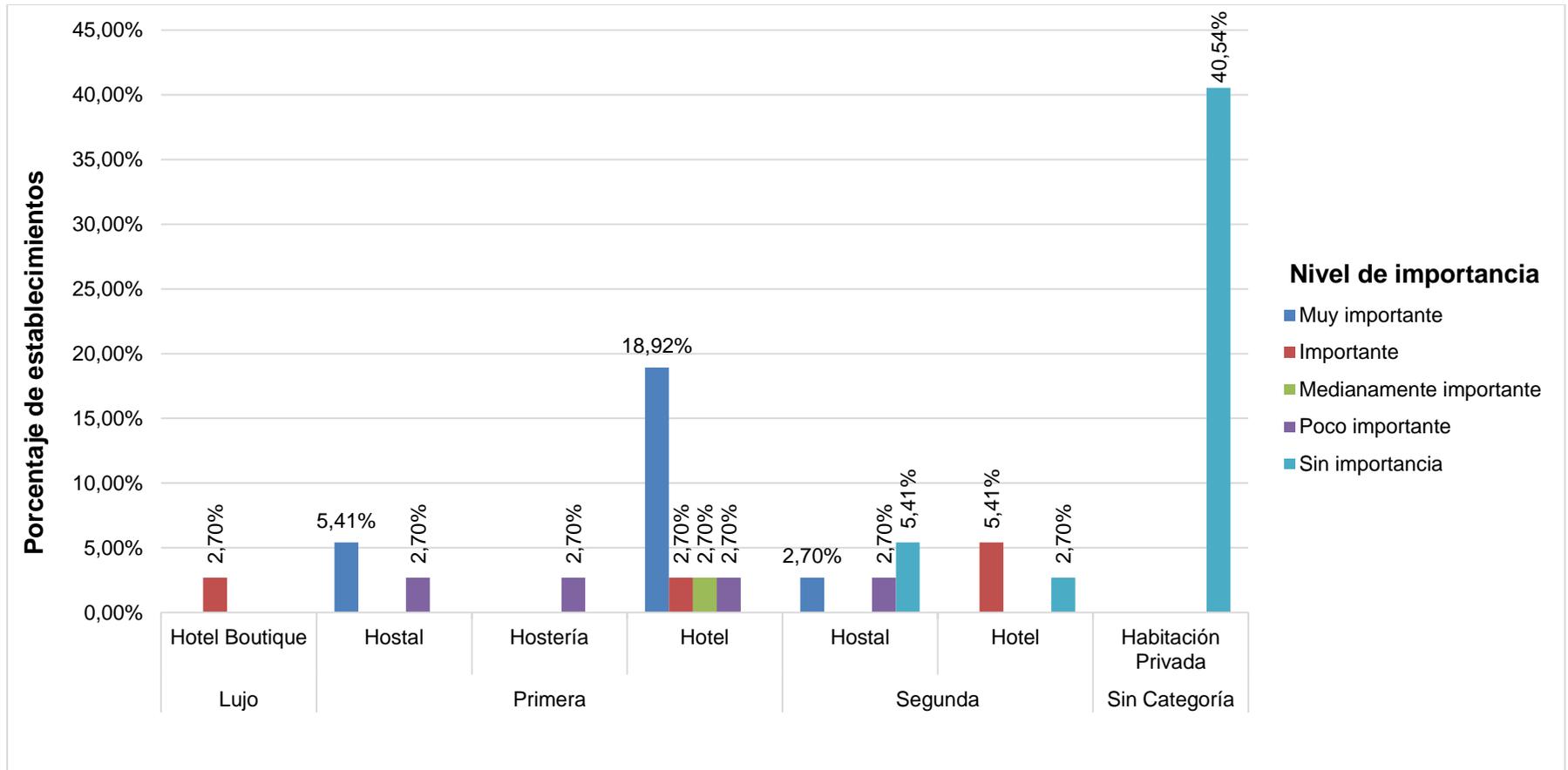
prensa, revista especializada, Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, Spotify; además se ha tomado en cuenta las opciones que han manifestado los establecimientos regulares encuestados, siendo estos los siguientes medios: guía telefónica, portal web y tarjetas.

### **2.3.1. Canal de difusión Radio**

En el primer análisis con respecto al canal de difusión radio siendo este un medio de comunicación masivo que tiene una característica por su flexibilidad e instantaneidad en la transmisión de mensajes, continuando con el estudio se plantea una comparación entre los establecimientos de alojamiento regulado y no regulado, empleando la escala de Likert.

En el Gráfico N° 2 se identifica que el 18.92% de los hoteles de primera categoría indican que el canal de difusión radio es considerado como muy importante para realizar actividades de promoción, por otro lado, el 40.54% de los establecimientos no regulados en la modalidad habitación privada determinan que el canal radio no tiene importancia con respecto a sus actividades de promoción.

Gráfico 2  
Canal de difusión radio



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



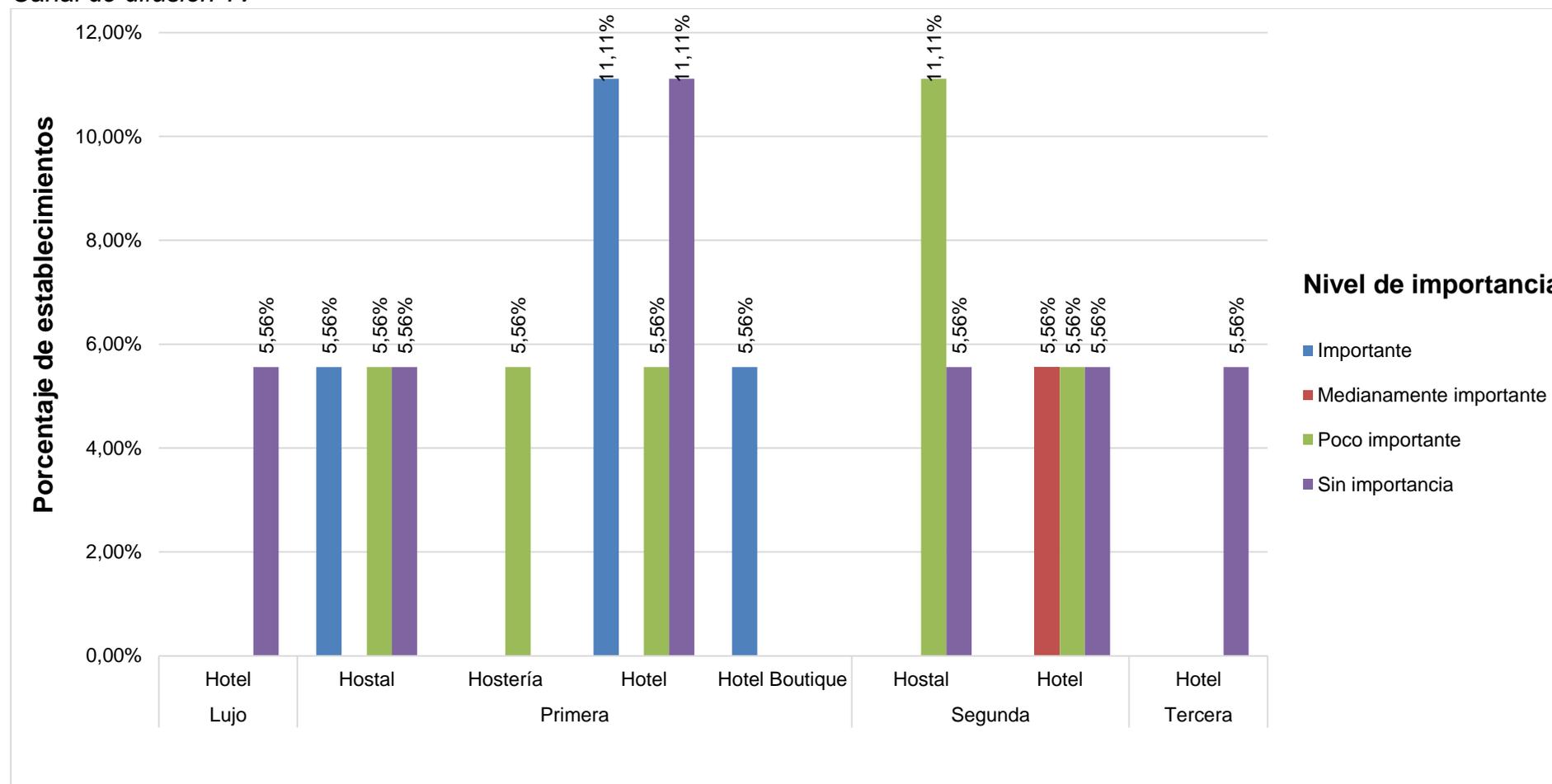
### **2.3.2. Canal de difusión TV**

Con respecto al canal de difusión conocido como TV (televisión) es considerado como un medio popular por el hecho de tener fácil acceso a millones de personas convirtiéndolo en un medio masivo y homogéneo.

Continuando con el estudio referente al medio de difusión TV, se establece una comparación entre los establecimientos de alojamiento regulado y no regulado empleando la escala de Likert para determinar el nivel de importancia que mantiene este canal de difusión en relación al sistema de alojamiento.

En el análisis realizado en el Gráfico N° 3, se diagnostica que el 11.11% de hoteles de primera categoría indican que éste canal es considerado como importante para realizar la promoción de los establecimientos en mención. Mientras que los establecimientos de alojamiento no regulado no hacen uso del canal de difusión TV.

Gráfico 3  
Canal de difusión Tv



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

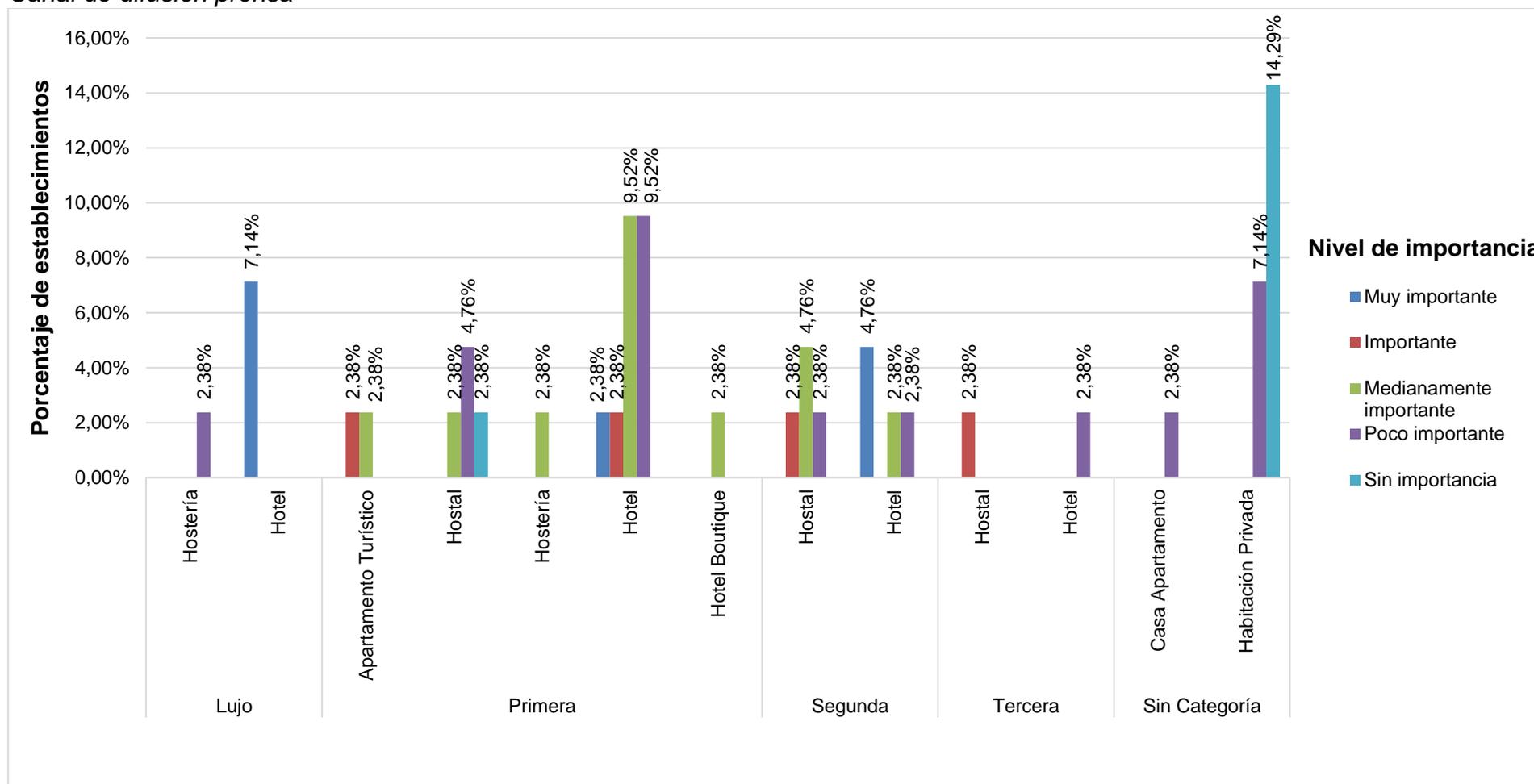


### **2.3.3. Canal de difusión Prensa**

En el caso del canal de difusión prensa, es necesario recalcar que este medio de comunicación es el resultado de la unión de la imprenta y los servicios regulares de correos, se caracterizan por tener la finalidad múltiple para la información, la publicidad, esta entrega de información es de carácter público o abierto.

Con respecto al estudio realizado en el Gráfico N° 4 se determina que 7.14% de los hoteles de lujo indican que el canal de difusión prensa es considerado como muy importante para generar su promoción. Mientras que en el caso de los establecimientos no regulados el 14.29% de los establecimientos con la modalidad habitación privada consideran que el canal prensa no es importante para efectuar su promoción.

Gráfico 4  
Canal de difusión prensa



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

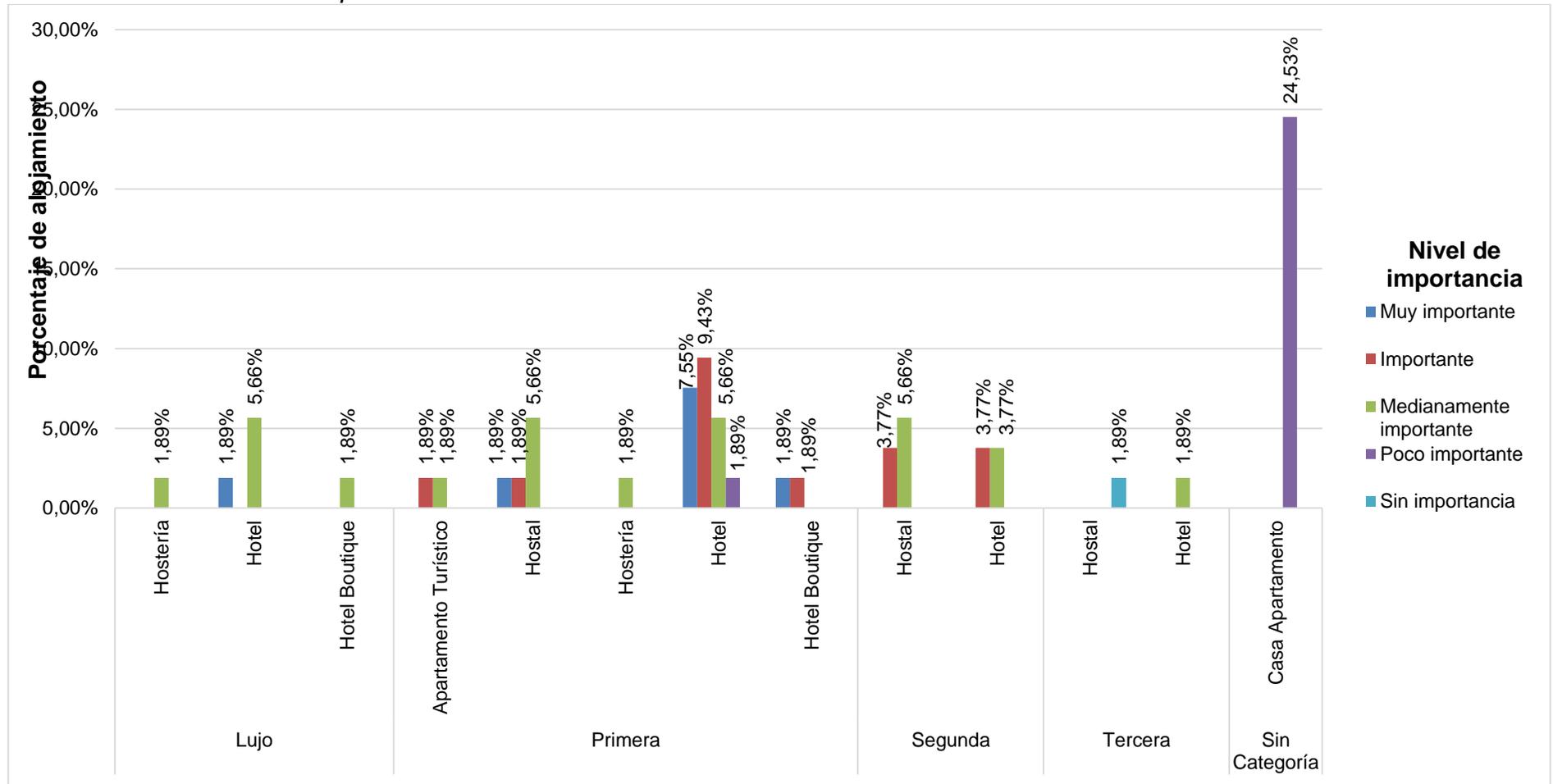


#### **2.3.4. Canal de difusión Revista Especializada**

Siendo la revista especializada un medio de comunicación heterogéneo en su composición, contenido y relevancia; son empleadas como fuente de información valorada y demandada por los usuarios también favorecen en la utilización de encartes como formas publicitarias.

Continuando con el análisis en el Gráfico N° 5, se obtiene que el 7.55% de los hoteles de primera categoría consideran el canal de difusión de revista especializada como muy importante esto quiere decir que los hoteles de primera realizan su promoción por este medio; en el caso de los establecimientos no regulados el 24.53% de las casas apartamento consideran que este canal es poco importante para generar su promoción mediante el canal revista especializada.

Gráfico 5  
Canal de difusión Revista especializada



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



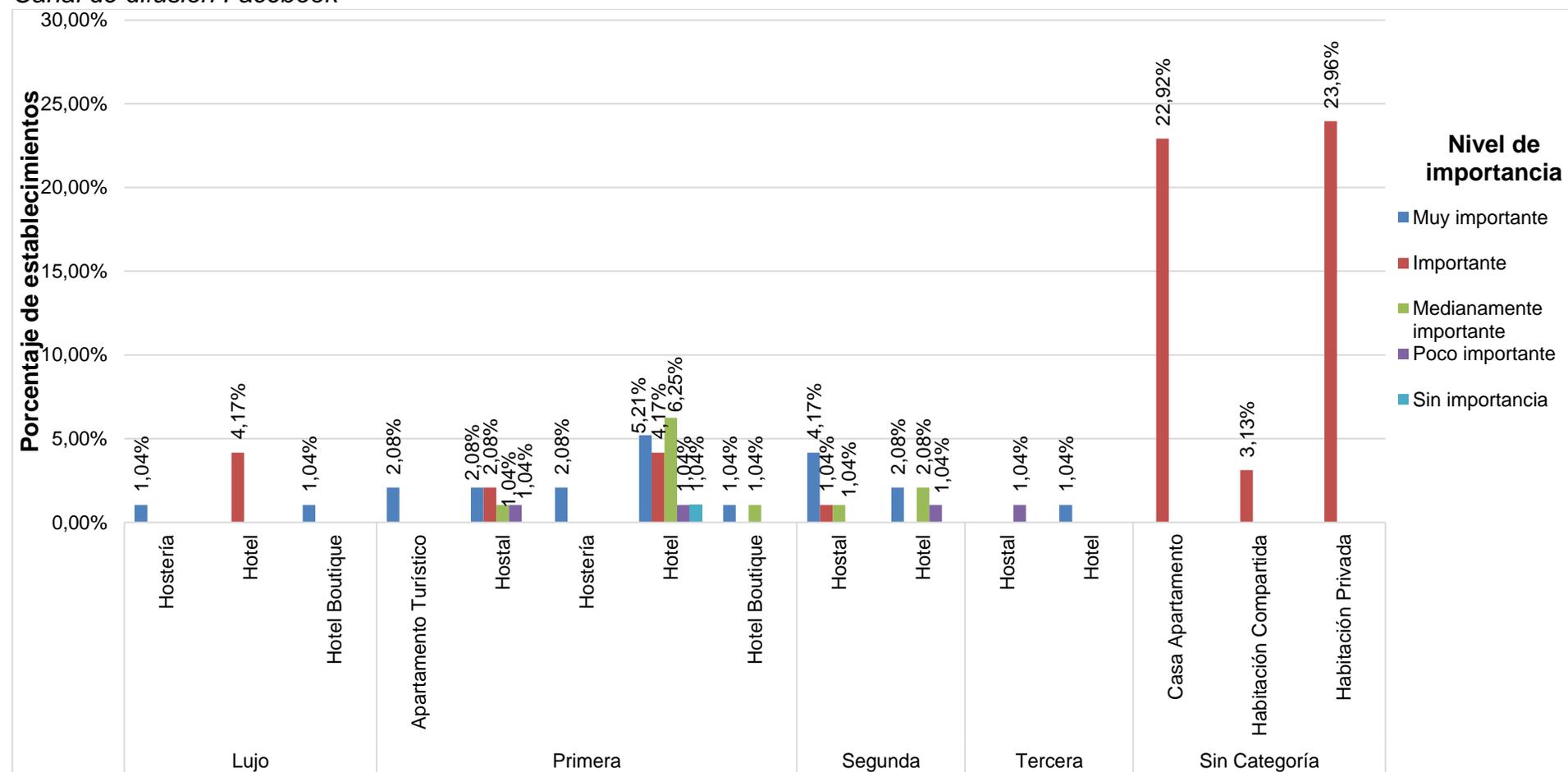
### **2.3.5. Canal de difusión Facebook**

Facebook es una red social que da a las personas el poder de construir una comunidad y acercar el mundo, puesto que esta red social es considerada un canal de comunicación, convirtiendo a este medio en un canal masivo de transmisión de información.

En el estudio realizado al canal de difusión Facebook se obtiene que el 23.96% de las habitaciones privadas pertenecientes a los establecimientos no regulados consideran como importante este canal para efectuar las actividades de promoción, mientras que el 22.92% de las casas apartamento indican que Facebook es importante.

Por lo antes analizado se puede indicar que los resultados del Gráfico N° 6 muestran que los establecimientos de alojamiento no regulado hacen mayor uso de la red social Facebook, en tanto que los establecimientos regulados hacen uso minoritario de este medio.

Gráfico 6  
Canal de difusión Facebook



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

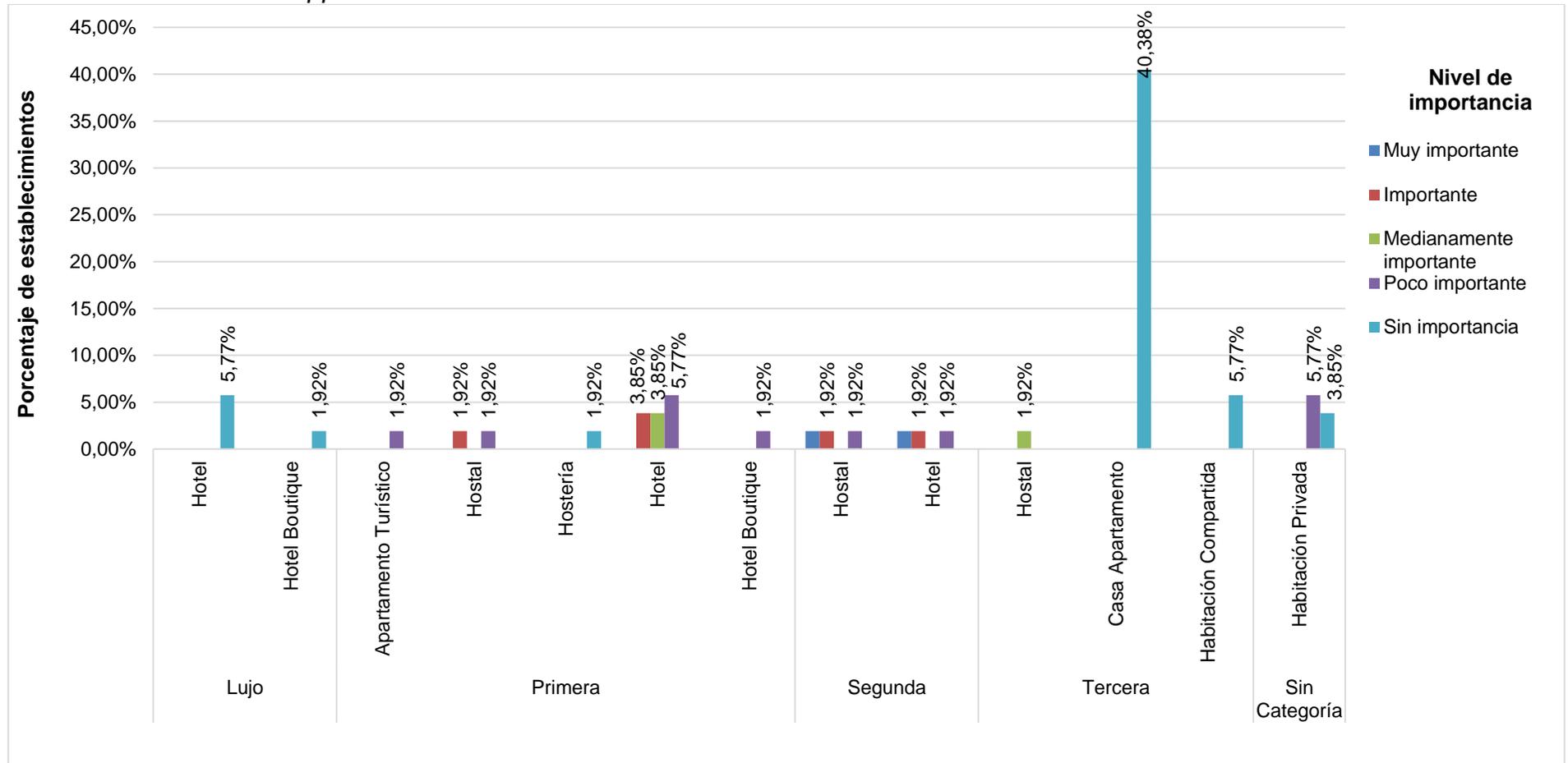


### **2.3.6. Canal de difusión Whatsapp**

El canal de difusión Whatsapp como se mencionó anteriormente es una aplicación gratuita que ofrece mensajería y llamadas de una forma simple, confiable y segura, está disponible en los teléfonos celulares alrededor del mundo y en la actualidad tiene la capacidad de enviar archivos tales como: textos, fotos, videos documentos y ubicación.

Continuando con el análisis del canal whatsapp en el Gráfico N° 7, muestra que el 5.77% de los hoteles de primera consideran a este canal poco importante para realizar tareas de promoción. Con respecto a los establecimientos no regulados el 40.38% de las casas apartamento indican que el canal whatsapp no tiene importancia para llevar a cabo actividades de promoción.

Gráfico 7  
Canal de difusión Whatsapp



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

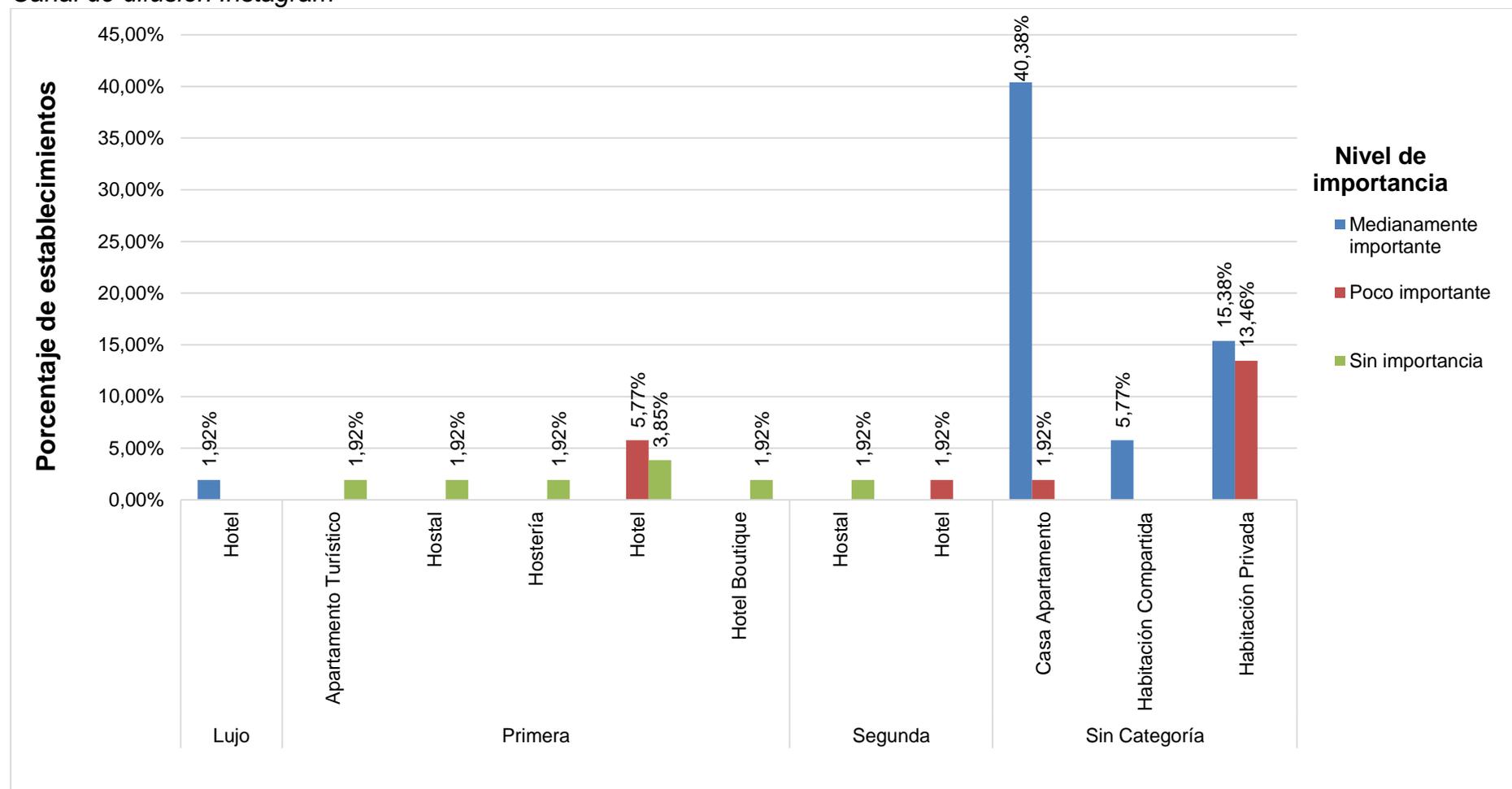


### **2.3.7. Canal de difusión Instagram**

En los establecimientos regulados no hacen uso del canal de difusión Instagram como un medio posible para efectuar la promoción de los mismos, mientras que en los establecimientos no regulados el 40.38% de las casas apartamento y el 15.38% de los establecimientos de modalidad habitación privada hace uso minoritario de este medio de difusión para las actividades relacionadas a la promoción.

En el Gráfico N° 8, al realizar una comparación entre los establecimientos regulados y no regulados se puede determinar que los regulados no hacen uso de Instagram, mientras que los no regulados utilizan este canal de difusión en baja proporción. Es decir que los establecimientos no regulados tratan de aprovechar los recursos de las redes sociales, pues cabe mencionar que realizar promociones en este tipo de medios no vincula costo alguno, además tratan de aprovechar que este canal de difusión es masivo y a la vez se puede llegar al consumidor a través de nichos de mercado.

Gráfico 8  
Canal de difusión Instagram



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

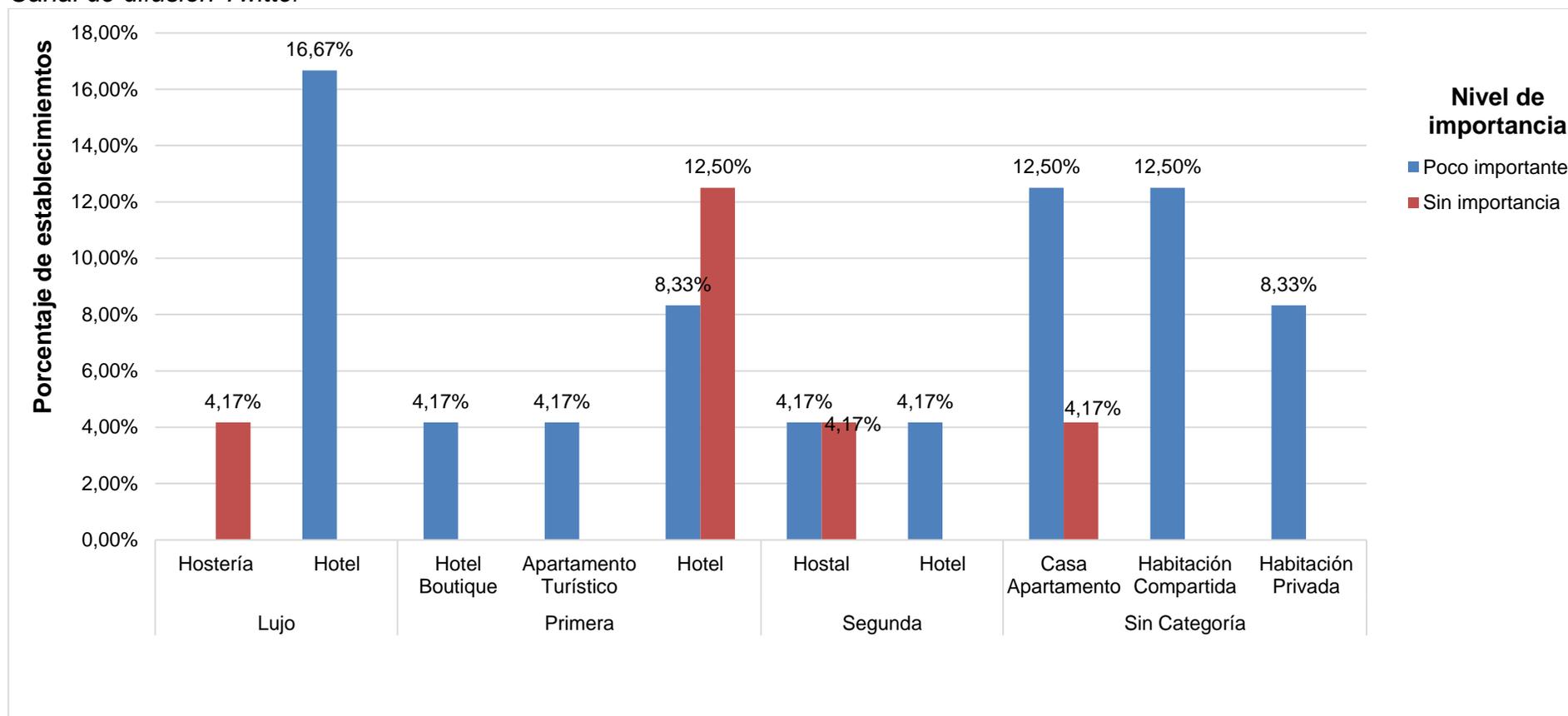


### **2.3.8. Canal de difusión Twitter**

Es importante mencionar que twitter es una red de comunicación instantánea en la cual se puede compartir todo tipo de información por medio de los llamados tweets, también tiene una opción de mercadeo que se llama tweets promocionados los cuales se muestran únicamente a usuarios segmentados en las campañas publicitarias que realice una determinada empresa.

Continuando con el análisis del Gráfico N° 9, dentro de los establecimientos regulados el 16.67% de los hoteles de lujo consideran que este canal es poco importante para efectuar labores de promoción, y en el caso de los establecimientos no regulados el 12.50% tanto las casas apartamento como la modalidad habitación compartida indican que twitter es considerado poco importante para promocionarse.

Gráfico 9  
Canal de difusión Twitter



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



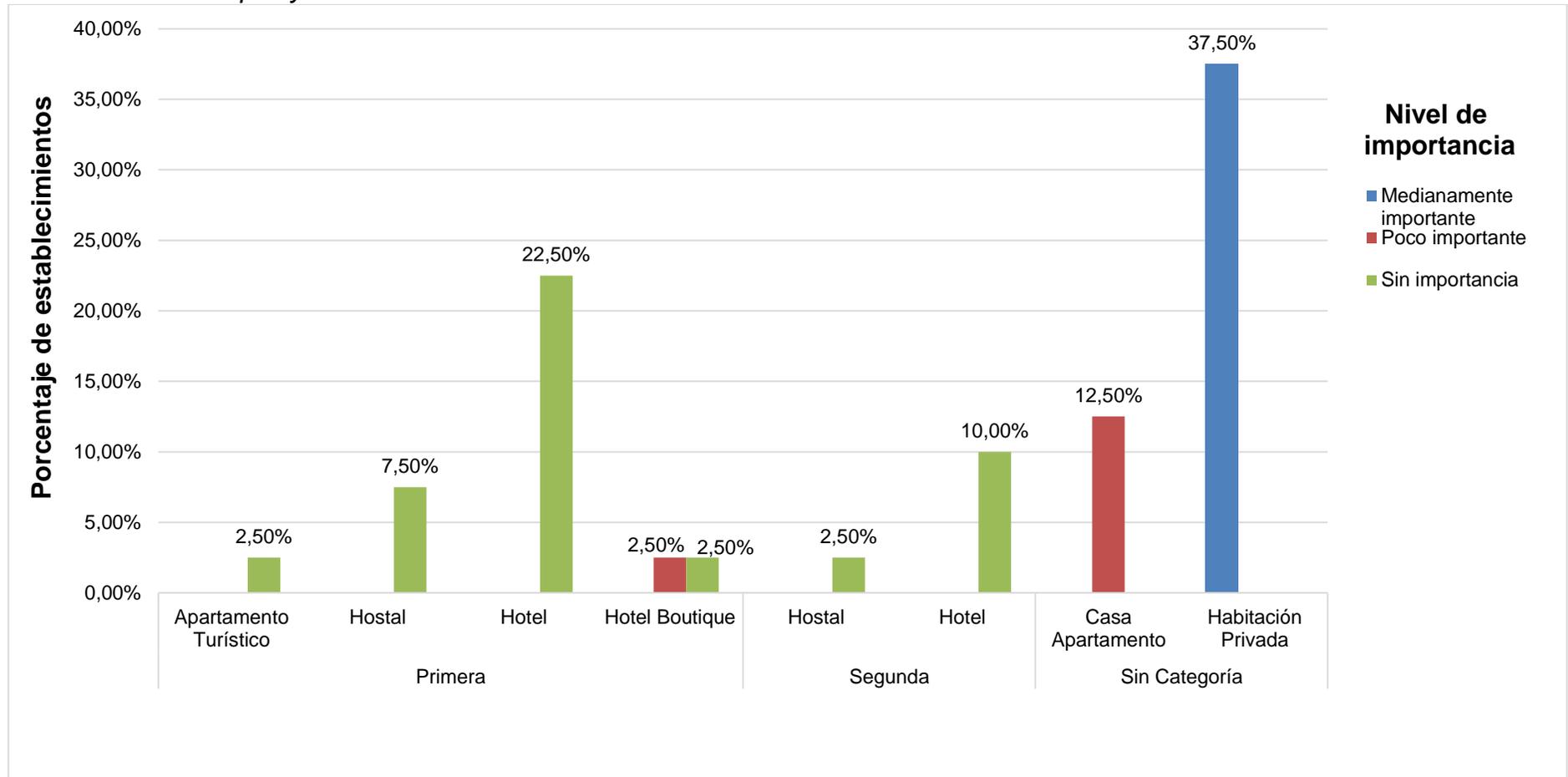
### **2.3.9. Canal de difusión Spotify**

En el caso del canal de difusión Spotify siendo un servicio de transmisión de música, videos y podcasts que ofrecen acceso a millones de canciones y otros contenidos, además se pueden utilizar opciones básicas como reproducir música totalmente gratis, sin dejar de lado que entre el paso de contenido multimedia se puede realizar publicidad de contenido corto, esta forma de promoción es una estrategia que puede permitir llegar de manera directa y atraer posibles clientes.

Con respecto al canal en mención, se analiza el Gráfico N° 10 en la cual se obtiene que el 37.50% de los establecimientos no regulados en la modalidad de habitación privada indican que este medio es medianamente importante, mientras que el 12.50% de las casas apartamento señalan que spotify es poco importante para realizar la promoción de dichos establecimientos. Continuando con el estudio en este caso en los establecimientos regulados el 22.50% de los hoteles de primera categoría consideran que el canal mencionado anteriormente no tiene importancia para efectuar tareas promocionales.



Gráfico 10  
Canal de difusión Spotify



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



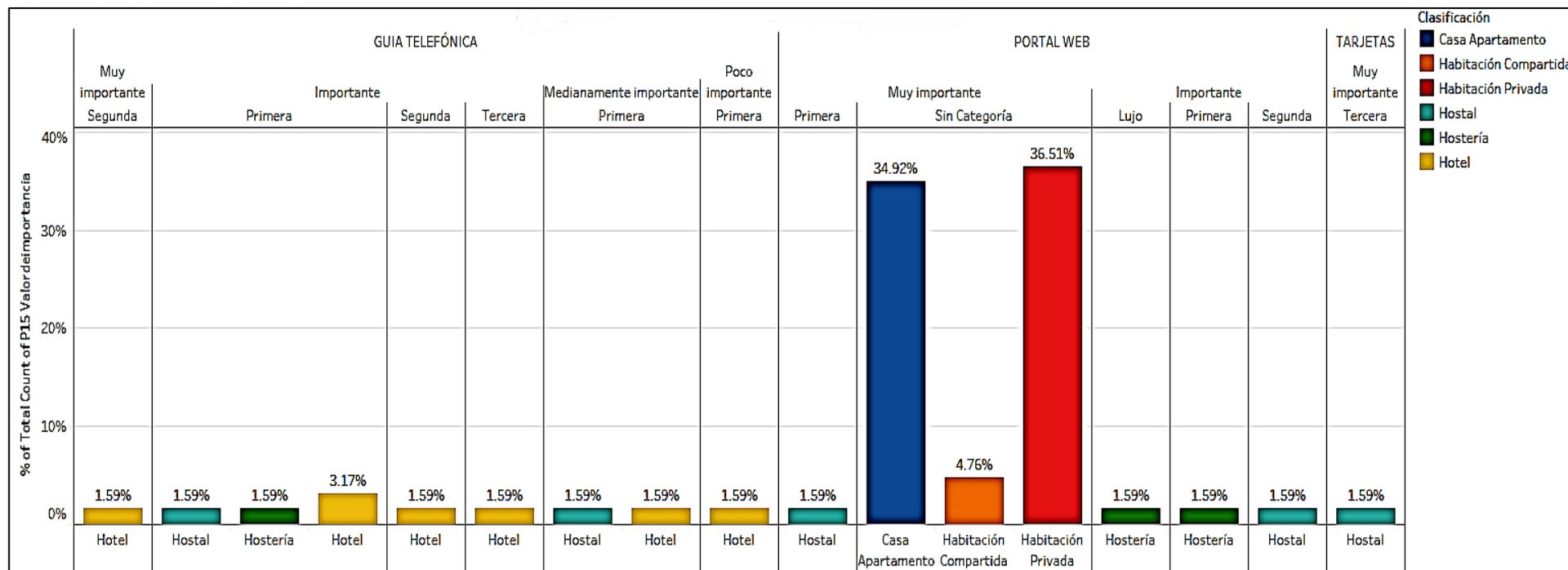
### **2.3.10. Otros canales de difusión**

Dentro del levantamiento realizado se estableció la opción para que los establecimientos de alojamiento regulado indiquen otros canales de promoción que suelen utilizar y en el caso de los establecimientos no regulados se realizó un seguimiento vía online de otras formas para promocionarse.

En el Gráfico N° 11 se presenta los resultados del análisis establecido en los cuales los establecimientos regulados hacen uso de la guía telefónica y los portales web.

Mientras que en el caso de los establecimientos no regulados el 36.51% de las habitaciones privadas y, el 34.92% de las casas apartamento indican que los portales web son muy importantes para realizar sus actividades de promoción, puesto que en estos sitios web la información es operada por los propios establecimientos sin la necesidad de terceros, además se puede modificar la información acorde a las necesidades del usuario.

Gráfico 11  
Otros canales de difusión



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



### 2.4. Agrupamiento de tarifas promedio según la clasificación, categoría y tipo de habitación de establecimientos regulados

Se establece un análisis general de las tarifas promedios por: categoría de los establecimientos regulados, clasificación en el caso de este estudio: hotel, hotel boutique, hostel, hostería y apartamento turístico y finalmente por tipo de habitación siendo estas: simples, dobles, matrimoniales, triples, cuádruples, quíntuples y suites, dichos resultados pueden visualizarse en la Tabla N° 7. Una vez establecidas las tarifas se procede a realizar un análisis de la variación porcentual acorde al tipo de habitación aplicando las siguientes operaciones de cálculo:

En primer lugar, se determina la tarifa por persona en el cual se realiza la siguiente operación:

Tarifa por persona =	$\frac{\text{Tarifa promedio}}{\text{Número de ocupantes acorde al tipo de habitación}}$
----------------------	--

En segundo lugar, se realiza el cálculo de la variación porcentual aplicando la siguiente fórmula:

Triple	Porcentaje de variación= $\frac{\text{Tarifa por persona de la habitación triple}}{\text{Tarifa por persona de la habitación cuádruple menos 1}}$
Doble	Porcentaje de variación= $\frac{\text{Tarifa por persona de la habitación doble}}{\text{Tarifa por persona de la habitación triple menos 1}}$
Simple	Porcentaje de variación= $\frac{\text{Tarifa por persona de la habitación simple}}{\text{Tarifa por persona de la habitación doble menos 1}}$



En el cual se obtiene los siguientes resultados: en los establecimientos de lujo la variación de la tarifa por persona entre la habitación cuádruple y triple es del 27%, en cambio la variación de la tarifa por persona entre la habitación triple y doble es de 26% y la variación entre la habitación doble y simple es de 42%. Estos resultados indican que los establecimientos de alojamiento regulado de lujo adquieren un mayor porcentaje de ganancia por persona en las habitaciones de tipo simple.

En los establecimientos regulados de primera categoría la variación de las tarifas por persona entre la habitación cuádruple y triple es de 29%, mientras que en las habitaciones triples y dobles la variación de las tarifas por persona es de 12% en cambio la variación entre las tarifas de las habitaciones dobles y simples es de 35%. De acuerdo a los resultados obtenidos se puede decir que en el caso de los establecimientos de alojamiento regulado de primera categoría el porcentaje de ganancia por persona se encuentra en las habitaciones simples.

En los establecimientos de alojamiento regulado de segunda categoría la variación porcentual de las tarifas por persona de las habitaciones cuádruples y triples es de 22%, en tanto que la variación en las tarifas de las habitaciones triples y dobles es de 6% y en las tarifas por persona de las habitaciones dobles y simples la variación porcentual es de 31%; se puede indicar que el porcentaje de ganancia sigue centrándose en las habitaciones simples pero la misma va bajando de acuerdo a la categoría del establecimiento.

Finalmente, en los establecimientos de tercera categoría se indica que la variación porcentual entre las tarifas por persona de las habitaciones triple y doble es de 4% y entre las habitaciones doble y simple la variación de las tarifas es de 3%, cabe mencionar que los establecimientos de tercera categoría en el caso de este estudio planteado se detectan que no cuentan con habitaciones cuádruples. En cuanto a los resultados se puede mencionar que en este caso no se detecta un porcentaje de ganancia.



El resultado del análisis de variación porcentual de tarifas por persona y categoría de los establecimientos regulados se muestra en el Grafico N° 12, mientras que el cuadro de análisis de la variación porcentual se puede visualizar en el Anexo N° 3.



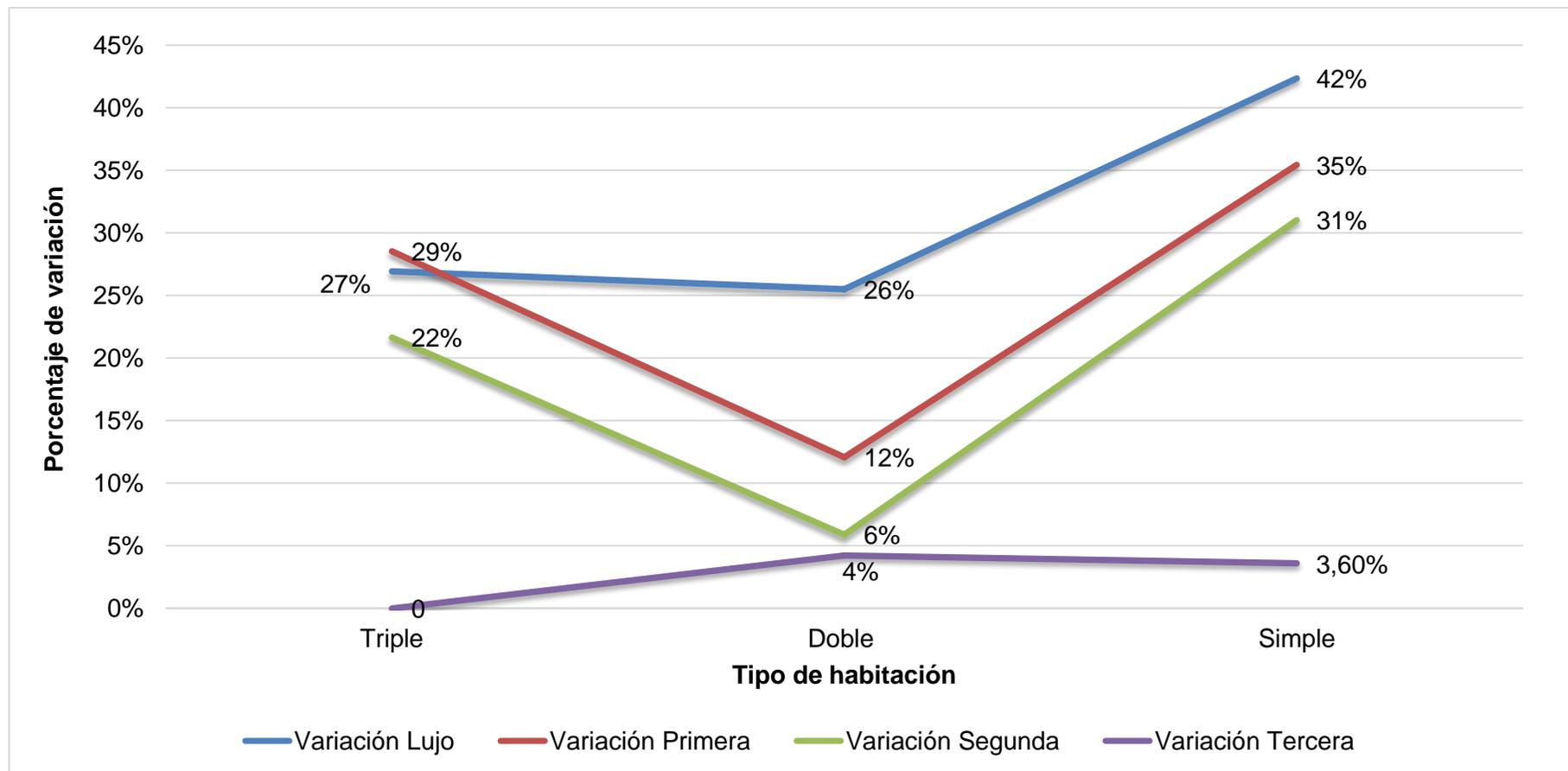
Tabla 7  
*Tarifa promedio por clasificación y categoría de establecimientos de alojamiento regulado*

Categoría	Clasificación	Tarifa Habitación Simple	Tarifa Habitación Doble	Tarifa Habitación Matrimonial	Tarifa Habitación Triple	Tarifa Habitación Cuádruple	Tarifa Habitación Quíntuple	Tarifa Habitación Suite
Lujo	Hostería	\$84.20	\$125.70		\$146.60	\$179.30		\$158.60
	Hotel	\$91.70	\$117.30	\$102.30	\$105.70	\$155.80		\$156.80
	Hotel	\$119.00	\$206.00		\$280.00			\$320.00
	Boutique							
Primera	Apartamento Turístico	\$38.00	\$55.00		\$68.00	\$85.00		\$100.00
	Hostal	\$31.00	\$47.20		\$67.40	\$77.00	\$110.00	\$95.00
	Hostería	\$33.60	\$53.30	\$58.10	\$72.80		\$82.60	\$90.00
	Hotel	\$35.40	\$54.70	\$77.50	\$76.60	\$78.30		\$84.10
	Hotel	\$87.50	\$104.50		\$120.00			\$160.00
Segunda	Boutique							
	Hostal	\$20.50	\$29.00	\$12.00	\$42.00	\$46.20	\$35.00	\$75.00
Tercera	Hotel	\$23.90	\$38.80		\$54.00	\$65.60		
	Hostal	\$15.00	\$30.00		\$45.00			
	Hotel	\$8.00	\$14.40		\$18.90			

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



Gráfico 12  
Variación porcentual de tarifas por persona y categoría



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



### 2.5. Agrupación de la tarifa promedio por modalidad de los establecimientos no regulados (Airbnb)

En los establecimientos no regulados se han analizado las tarifas, acorde a la modalidad de alojamiento siendo estas: casa apartamento, habitación compartida y habitación privada; es importante indicar que los establecimientos no regulados no cuentan con una categorización por lo cual se utiliza el término modalidad para identificar el tipo de alojamiento que ofertan.

En la Tabla N° 8 se indica que las casas apartamento tienen una tarifa promedio de \$53 dólares mientras que las habitaciones compartidas tienen una tarifa de \$16.67 dólares y finalmente las habitaciones privadas presentan una tarifa promedio de \$20.17 dólares.

Tabla 8

*Tarifa promedio de los establecimientos no regulados*

Modalidad de Alojamiento	Tarifa Promedio
Casa Apartamento	\$53.00
Habitación Compartida	\$16.67
Habitación Privada	\$20.17
Total general	\$35.00

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

### 2.6. Agrupamiento de servicios y tarifas por clasificación, categoría y tipo de habitación de los establecimientos regulados

Para realizar el análisis de las tarifas se estableció los rangos empleando cuartiles; en primer lugar, se estableció la amplitud por cada tipo de habitación aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Amplitud} = (\text{tarifa máxima} - \text{tarifa mínima}) / 4 \text{ (cuartil)}$$



En el caso del cálculo de los rangos se empleó la siguiente fórmula:

$$\text{Rango 1} = \text{Tarifa mínima} + \text{Amplitud}$$

$$\text{Rango 2} = \text{R1} + \text{Amplitud}$$

$$\text{Rango 3} = \text{R2} + \text{Amplitud}$$

$$\text{Rango 4} = \text{R3} + \text{Amplitud}$$

Un rango representa un agrupamiento de información a partir de un límite inferior hasta un límite superior. Para la presente investigación que se está realizando el límite inferior que representa la tarifa mínima y el límite superior representa la tarifa mínima más la amplitud calculada en el rango, para los siguientes rangos la tarifa mínima es equivalente a la tarifa superior del rango inmediatamente anterior. Por lo antes descrito, el rango calculado se presenta a continuación en la Tabla N°9.

Tabla 9  
*Tarifas mínima, máxima y amplitud*

	Tarifa Simple	Tarifa Doble	Tarifa Matrimonial	Tarifa Triple	Tarifa Cuádruple	Tarifa Quíntuple	Tarifa Suite
Mínima	\$6	\$14	\$12	\$18	\$24	\$30	\$70
Máxima	\$119	\$206	\$129.32	\$280	\$179.34	\$110	\$320
Amplitud	\$28.25	\$48	\$29.33	\$65.50	\$38.84	\$20	\$62.50

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

Al establecer el cálculo de los rangos, los mismos que hacen referencia a una categoría de tarifas por habitación, se obtiene los siguientes resultados que serán reflejados en cada una de las tablas de servicios y tarifas por tipo de habitación, además se define la nomenclatura de Rango como “R”, en donde R1 corresponde a la tarifa más baja y R4 a la tarifa más alta, a continuación, el detalle en la Tabla N° 10.



Tabla 10  
Rangos con nomenclatura y categoría de tarifa por tipo de habitación

Tipo de habitación	Rangos			
	Rango 1 (R1)	Rango 2 (R2)	Rango 3 (R3)	Rango 4 (R4)
<b>Habitación Simple</b>	\$6.00 - \$34.25	\$34.25 - \$62.50	\$62.50 - \$90.75	\$90.75 - \$119.00
<b>Habitación Doble</b>	\$14.00 - \$62.00	\$62.00 - \$110.00	\$110.00 - \$158.00	\$158.00 - \$206.00
<b>Habitación Matrimonial</b>	\$12.00 - \$41.33	\$41.33 - \$70.66	\$70.66 - \$99.99	\$99.99 - \$129.32
<b>Habitación Triple</b>	\$18.00 - \$83.50	\$83.50 - \$149.00	\$149.00 - \$214.50	\$214.50 - \$280.00
<b>Habitación Cuádruple</b>	\$24.00 - \$62.84	\$62.84 - \$101.67	\$101.67 - \$140.51	\$140.51 - \$179.34
<b>Habitación Quíntuple</b>	\$30.00 - \$50.00	\$50.00 - \$70.00	\$70.00 - \$90.00	\$90.00 - \$110.00
<b>Habitación Suite</b>	\$70.00 - \$132.50	\$132.50 - \$195.00	\$195.00 - \$257.50	\$257.50 - \$320.00
<b>Establecimientos no regulados</b>	\$10.00 - \$47.50	\$47.50 - \$85.00	\$85.00 - \$122.50	\$122.50 - \$160.00

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



### **2.6.1. Agrupamiento de servicios y tarifas en las habitaciones simples por clasificación y categoría de establecimientos regulados**

En la Tabla N° 11, se establece un análisis de los servicios ofertados y tarifas con relación a la habitación simple. En el cual los apartamentos turísticos de primera categoría tomando en cuenta que las tarifas están asignadas por rangos, en este caso se tiene que en el rango 2 con \$34.25 - \$62.50 los establecimientos en mención ofertan los siguientes servicios: Aire acondicionado, Amenities de lujo, Baño privado, Calefacción, Guarda equipaje, Lavandería, Radio, Restaurante y bar – cafetería, Servicio a la habitación, Transfer, TV por cable y Wi-fi.

Los hostales de primera categoría con asignación de rango uno, siendo este la tarifa \$6 – \$34.25 ofertan los siguientes servicios: aire acondicionado, amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, información turística, juegos infantiles, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi. Mientras que en el rango dos con tarifa \$34.25 – \$62.50 los hostales de primera categoría ofertan los siguientes servicios: amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, transfer, tv por cable y Wi-fi.

En el caso de los hostales de segunda categoría con rango uno siendo esta la tarifa \$6 – \$34.25 ofrecen los siguientes servicios: amenities de lujo amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, guarda equipaje, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y



bar – cafetería, sala de eventos, servicio de estacionamiento, tv por cable y Wi-fi.

Continuando con el estudio de los hostales de segunda con rango dos con la tarifa \$34.25 – \$62.50 ofrecen los siguientes servicios: Amenities de lujo, Baño privado, Calefacción, Información turística, Lavandería, Radio, Recepción las 24 horas, Secadora de cabello en la habitación, TV por cable, Wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Con respecto a los hostales de tercera categoría con rango uno, siendo esta la tarifa de \$6 – \$34.25 ofrecen servicios tales como: amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, información turística, radio, recepción las 24 horas, servicio de estacionamiento, tv por cable y Wi-fi.

En las hosterías de lujo con rango tres siendo esta la tarifa \$62.50 – \$90.75 ofertan los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, baño privado, baños de cajón, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, canchas deportivas, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, juegos infantiles, lavandería, mini bar en la habitación , piscina, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Mientras que en las hosterías de primera categoría están diferenciadas en dos rangos, siendo el primer rango la tarifa \$6 – \$34.25 mantienen la oferta de los siguientes servicios: amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, baños de cajón, business center, caja fuerte por habitación, habitación insonorizada, información turística, lavandería, piscina, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, spa, transfer, turco y Wi-fi. En el segundo rango con tarifa \$34.25 – \$62.50 ofrecen servicios tales como:



Acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, piscina, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, spa, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

En el caso de hoteles de lujo con rango tres siendo esta la tarifa \$62.50 – \$90.75 cuentan con los servicios de: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, área de computación con acceso a internet gratuito, ascensor, atención médica, baño privado, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, galería de artesanías, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de niñera, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, sistema de seguridad con video de circuito cerrado, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Continuando con el estudio de los hoteles de lujo en este caso con rango cuatro con tarifa \$90.75 - \$119 disponen de los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, área de computación con acceso a internet gratuito, ascensor, atención médica, baño privado, baños de cajón, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, galería de artesanías, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de niñera, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, sistema de seguridad con video de circuito



cerrado, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Mientras que en los hoteles de primera categoría en rango uno con tarifa \$6 -\$34.25 ofrecen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), área de computación con acceso a internet gratuito, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, espacio para mascotas, estación de café y té gratuito, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wi-fi.

En el mismo caso de los hoteles de primera categoría en este caso con rango dos siendo la tarifa \$34.25 – \$62.50 cuentan con los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), ascensor, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Finalizando con los hoteles de primera categoría con rango tres con tarifa \$62.50 - \$90.75 ofertan los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, baño privado, caja fuerte por habitación, estación de café y té gratuito, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, secadora de cabello en la habitación, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wi-fi.



En los hoteles de segunda categoría con rango uno siendo en este la tarifa \$6 -\$34.25 poseen los siguientes servicios: amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), ascensor, baño privado, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wi-fi.

En tanto que en los hoteles de tercera categoría de rango uno con una tarifa de \$6 -\$34.25 ofrecen distintos servicios como: amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavadora personal, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wi-fi.

En el caso de los hoteles boutique de lujo en rango cuatro con tarifa \$ 90.75 - \$119 tienen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, amenities de lujo, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, sistema de seguridad con video de circuito cerrado, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

En los hoteles boutique de primera categoría con rango tres de tarifa \$62.50 - \$90.75 ofrecen servicios como: amenities de lujo, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, habitación insonorizada, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, servicio a la habitación, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wi-fi.



Finalmente en los hoteles boutique de primera de rango cuatro con tarifa \$90.75 - \$119 cuentan con los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, información turística, juegos infantiles, lavandería, mini bar en la habitación , radio, recepción las 24 horas, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.



Tabla 11

*Servicios y tarifa en la habitación simple (Número de establecimientos que cuentan con el servicio y tarifa)*

Servicios	Apartamento Turístico	Hostal				Hostería			Hotel						Hotel Boutique			Total general		
	Primera	Primera	Segunda	Tercera	Lujo	Primera	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Lujo	Primera		Lujo	Primera					
	R2	R1	R2	R1	R2	R1	R3	R1	R2	R3	R4	R1	R2	R3	R1	R1	R4		R3	R4
Acceso para personas con capacidades especiales							1		1	2	2	1	4	1			1		1	14
Aire acondicionado	1	1					1		1	2	2	1	2	1					1	13
Amenities de lujo	1	1	1	3	1		1			2	2	1	4	1	1		1	1	1	22
Amenities básicos (elementos de aseo)		3	1	1		1		1	1			6	3		4	1				22
Áreas verdes y espacio para BBQ																				
Área de computación con acceso a internet gratuito										2	1	1								4
Ascensor										2	1		1		1					5
Atención médica										2	1									3
Baño privado	1	4	2	4	1	1	1	1	1	1	2	7	6	1	6	1	1		1	42
Baños de cajón							1	1			1									3
Business center							1	1		2	2				1					7
Caja fuerte por habitación		3	1			1	1	1	1	2	2	5	5	1	2	1	1	1	1	29
Calefacción	1	3	1		1		1		1	2	2	2	2		1		1	1	1	20
Canchas deportivas							1													1
Cocina																				
Espacio para mascotas												1								1



Desayuno normal																			
Desayuno buffet			1				1			2	2		2			1	1		10
Estación de café y té gratuito		1	1				1			2	1	1	2	1		1			11
Galería de artesanías										2	1								3
Gimnasio										2	2	1							5
Guarda equipaje	1	2	2	1			1		1	2	2	3	2		1	1	1		20
Habitación insonorizada							1	1	1	2	2	1	1		1		1	1	12
Información turística		4	2	3	1	1	1	1	1	2	2	4	4	1	4	1	1	1	34
Juegos Infantiles		1					1												2
Jacuzzi																			
Lavadora personal																			
Lavandería	1	1	1	2	1		1	1	1	2	2	3	5	1	4	1	1	1	29
Microondas																			
Mini bar en la habitación							1		1	2	1	2	1			1	1	1	11
Piscina							1	1	1										3
Radio	1	4	2	4	1	1	1	1	1	2	2	7	7	1	6	1	1	1	45
Recepción las 24 horas		3	2	4	1	1	1	1	1	2	2	5	6	1	5	1	1	1	39
Restaurante y bar - cafetería	1	1	1	2			1	1	1	2	2	6	3		4		1	1	27
Sala de eventos				1			1	1		2	2	2	2		1	1			13
Secadora de cabello en la habitación		1			1		1		1	2	2	2	5	1			1	1	18
Secadora de ropa																			
Servicio a la habitación	1	1	2				1		1	2	2	6	5		2		1	1	26
Servicio de niñera										1	1								2



Servicio de conserjería		1							1	2		1							5	
Servicio de estacionamiento		3	2	1		1	1		1	2	2	2	4		3				22	
Servicio de portería																				
Sistema de seguridad con video de circuito cerrado										2	1						1		4	
Spa						1	1	1	2		1						1		7	
Teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales		1				1			2	2	2	4	1	2			1	1	1	18
Transfer	1	3	1			1	1		2	2	3	6	1	2	1	1	1	1	27	
Turco						1	1	1			1								4	
TV																				
TV por cable	1	4	1	4	1	1	1		1	2	2	5	7	1	6	1	1	1	1	41
Wake up call con previa solicitud		1			1		1		1	2	2		1				1		1	11
Wi-Fi	1	4	2	4	1	1	1	1	1	2	2	7	7	1	6	1	1	1	1	45

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

Leyenda Tarifa Simple

	R1	R2	R3	R4
Mínimo	\$6.00	\$34.25	\$62.50	\$90.75
Máximo	\$34.25	\$62.50	\$90.75	\$119.00



### **2.6.2. Agrupamiento de servicios y tarifas de la habitación doble por clasificación y categoría de establecimientos regulados**

En el análisis realizado en la Tabla N°12 se establece un estudio entre los servicios y tarifas en este caso de la habitación doble, por clasificación, categoría y rangos de los establecimientos de alojamiento regulados, obteniendo los siguientes resultados:

En los apartamentos turísticos de primera categoría con rango uno en el cual la tarifa es \$14 - \$62 ofertan los siguientes servicios: aire acondicionado, amenities de lujo, baño privado, calefacción, guarda equipaje, lavandería, radio, restaurante y bar – cafetería, servicio a la habitación, transfer, tv por cable y Wi-fi.

Mientras que en el caso de los hostales de primera categoría con rango uno dentro de la tarifa de \$14- \$62 brindan los siguientes servicios: aire acondicionado, amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, información turística, juegos infantiles, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

También tenemos los de segunda categoría con rango uno donde la tarifa es de \$14 - \$62 se encuentran los siguientes servicios: amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, calefacción, guarda equipaje, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación. servicio de estacionamiento, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-Fi.

Finalmente, los hostales de tercera categoría con rango uno de tarifa \$14 - \$62, tienen los siguientes servicios: amenities básicos (elementos de



aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, información turística, radio, recepción las 24 horas, servicio de estacionamiento, tv por cable y Wi-fi.

En el caso de las hosterías de lujo con rango tres y tarifa de \$110 - \$158 se ofertan los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, baño privado, baños de cajón, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, canchas deportivas, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, juegos infantiles, lavandería, mini bar en la habitación, piscina, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Mientras que en hosterías de primera categoría con rango uno siendo la tarifa de \$14 -\$62 tienen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, baños de cajón, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, piscina, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, spa, transfer, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

En los hoteles de lujo con rango dos en el cual la tarifa es de \$62 - \$110 cuentan con los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, área de computación con acceso a internet gratuito, ascensor, atención médica, baño privado, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, galería de artesanías, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de niñera, servicio



de conserjería, servicio de estacionamiento, sistema de seguridad con video de circuito cerrado, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Continuando con el estudio de los hoteles de lujo pero con rango tres y tarifa de \$110 - \$ 158 se encuentran los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, área de computación con acceso a internet gratuito, ascensor, atención médica, baño privado, baños de cajón, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, galería de artesanías, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de niñera, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, sistema de seguridad con video de circuito, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Con respecto a los hoteles de primera categoría con rango uno correspondiente a la tarifa \$14- \$62 los servicios que prestan son los siguientes: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), área de computación con acceso a internet gratuito, ascensor, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, espacio para mascotas, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.



Mientras que en los hoteles de primera categoría con rango dos y tarifa \$62 - \$110, se encuentran los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wi-Fi.

Con respecto a los hoteles de segunda categoría con rango uno en el cual la tarifa es de \$14 - \$62, ofrecen los siguientes servicios: amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), ascensor, baño privado, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y cuenta de Wi-fi.

Los hoteles de tercera categoría con rango uno siendo su tarifa de \$14 - \$62 se ofrecen los siguientes servicios: amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, sala de eventos, transfer, tv por cable y Wi-fi.

En los hoteles boutique de lujo con rango cuatro con tarifa \$ 158 - \$ 206 se cuenta con los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, amenities de lujo, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, gimnasio, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, sistema de seguridad con video de circuito cerrado, spa, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.



Hoteles boutique de primera categoría rango dos siendo esta la tarifa \$62-\$110 ofrecen los siguientes servicios: amenities de lujo, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, habitación insonorizada, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, servicio a la habitación, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wi-fi.

Finalmente en primera categoría con rango tres tenemos la tarifa de \$110 - \$158, brindan los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.



Tabla 12

*Servicios y tarifa de la habitación doble (Número de establecimientos que cuentan con el servicio y tarifa)*

Servicios	Apartamento Turístico	Hostal			Hostería		Hotel						Hotel Boutique			Total general
	Primera	Primera	Segunda	Tercera	Lujo	Primera	Lujo		Primera		Segunda	Tercera	Lujo	Primera		
	R1	R1	R1	R1	R3	R1	R2	R3	R1	R2	R1	R1	R4	R2	R3	
Acceso para personas con capacidades especiales					1	1	1	3	2	4			1		1	14
Aire acondicionado	1	1			1	1	1	3	1	4					1	14
Amenities de lujo	1	2	4		1		1	3	3	3	1		1	1	1	22
Amenities básicos (elementos de aseo)		4	1	1		2			7	3	4	1				23
Áreas verdes y espacio para BBQ																
Área de computación con acceso a internet gratuito							1	2	1							4
Ascensor							1	2	1		1					5
Atención médica							1	2								3



Baño privado	1	6	5	1	1	2	1	2	9	6	6	1	1		1	43
Baños de cajón					1	1		1								3
Business center					1	1	1	3			1					7
Caja fuerte por habitación		4		1	1	2	1	3	8	4	2	1	1	1	1	30
Calefacción	1	4	1		1	1	1	3	3	2	1		1	1	1	21
Canchas deportivas					1											1
Cocina																
Espacio para mascotas									1							1
Desayuno normal																
Desayuno buffet		1			1		1	3	1	1			1	1		10
Estación de café y té gratuito		2			1		1	2	1	3			1			11
Galería de artesanías							1	2								3
Gimnasio							1	3	1							5
Guarda equipaje	1	4	1		1	1	1	3	3	3	1	1	1			21
Habitación insonorizada					1	2	1	3	1	2	1			1	1	13
Información turística		6	4	1	1	2	1	3	5	5	4	1	1		1	35
Juegos Infantiles		1			1											2
Jacuzzi																
Lavadora personal																
Lavandería	1	2	3		1	2	1	3	5	5	4	1	1		1	30



Microondas																
Mini bar en la habitación					1	1	1	2	2	1			1	1	1	11
Piscina					1	2										3
Radio	1	6	5	1	1	2	1	3	10	6	6	1	1	1	1	46
Recepción las 24 horas		5	5	1	1	2	1	3	8	4	5	1	1	1	1	39
Restaurante y bar - cafetería	1	2	2		1	2	1	3	8	1	4		1	1		27
Sala de eventos			1		1	1	1	3	3	1	1	1				13
Secadora de cabello en la habitación		1	1		1	1	1	3	5	4			1		1	19
Secadora de ropa																
Servicio a la habitación	1	3			1	1	1	3	9	2	2		1	1	1	26
Servicio de niñera							1	1								2
Servicio de conserjería		1					1	2	1							5
Servicio de estacionamiento		5	1	1	1	1	1	3	3	3	3					22
Servicio de portería																
Sistema de seguridad con video de circuito cerrado							1	2					1			4



Spa					1	2	1	1	1				1			7
Teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales		1			1		1	3	3	4	2		1	1	1	18
Transfer	1	4			1	1	1	3	6	5	2	1	1	1	1	28
Turco					1	2			1							4
TV																
TV por cable	1	5	5	1	1	1	1	3	8	6	6	1	1	1	1	42
Wake up call con previa solicitud		1	1		1	1	1	3	1				1		1	11
Wi-Fi	1	6	5	1	1	2	1	3	10	6	6	1	1	1	1	46

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

Leyenda Tarifa Doble

	R1	R2	R3	R4
Mínimo	\$14.00	\$62.00	\$110.00	\$158.00
Máximo	\$62.00	\$110.00	\$158.00	\$206.00



### **2.6.3. Agrupamiento de servicios y tarifas en la habitación matrimonial por clasificación y categoría de establecimientos regulados**

En el análisis realizado en la Tabla N°13 se establece un estudio entre los servicios y tarifas en este caso de la habitación matrimonial, por clasificación, categoría y rangos de los establecimientos de alojamiento regulados, obteniendo los siguientes resultados

Dentro de las hosterías de primera categoría con rango dos con tarifa de \$41.33 - \$70.66 tienen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, piscina, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, spa, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

En los hoteles de lujo con rango tres la tarifa perteneciente es \$70.66 - \$99.99 ofertan los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, área de computación con acceso a internet gratuito, ascensor, atención médica, baño privado, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, galería de artesanías, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de niñera, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, sistema de seguridad con video de circuito cerrado, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Dentro de la misma categoría de hoteles tenemos el rango cuatro con tarifa \$ 99.99 - \$129.32 poseen servicios como: acceso para personas con



capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, área de computación con acceso a internet gratuito, ascensor, atención médica, baño privado, baños de cajón, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, galería de artesanías, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de niñera, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, sistema de seguridad con video de circuito cerrado, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wifi.

Mientras que en los hoteles de primera categoría de rango uno encontramos la tarifa de \$12 - \$41.33 brindan los siguientes servicios: amenities de lujo, baño privado, caja fuerte por habitación, gimnasio, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wi-fi.

Finalmente, en los hoteles de primera categoría con rango cuatro con tarifa \$179.34 - \$140.51 se ofertan los siguientes servicios: amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wifi.

Tabla 13

*Servicios y tarifa de la habitación matrimonial (Número de establecimientos que cuentan con el servicio y tarifa)*

Servicios	Hostería	Hotel				Total general
	Primera	Lujo		Primera		
	R2	R3	R4	R1	R4	
Acceso para personas con capacidades especiales	1	2	2			5
Aire acondicionado	1	2	2			5
Amenities de lujo		2	2	1		5
Amenities básicos (elementos de aseo)	1				1	2
Áreas verdes y espacio para BBQ						
Área de computación con acceso a internet gratuito		2	1			3
Ascensor		2	1			3
Atención médica		2	1			3
Baño privado	1	1	2	1	1	6
Baños de cajón			1			1
Business center		2	2			4
Caja fuerte por habitación	1	2	2	1	1	7
Calefacción	1	2	2		1	6
Canchas deportivas						
Cocina						
Espacio para mascotas						
Desayuno normal						
Desayuno buffet		2	2			4



Estación de café y té gratuito		2	1			3
Galería de artesanías		2	1			3
Gimnasio		2	2	1		5
Guarda equipaje	1	2	2			5
Habitación insonorizada	1	2	2			5
Información turística	1	2	2		1	6
Juegos Infantiles						
Jacuzzi						
Lavadora personal						
Lavandería	1	2	2		1	6
Microondas						
Mini bar en la habitación	1	2	1	1		5
Piscina	1					1
Radio	1	2	2	1	1	7
Recepción las 24 horas	1	2	2	1	1	7
Restaurante y bar - cafetería	1	2	2	1	1	7
Sala de eventos		2	2			4
Secadora de cabello en la habitación	1	2	2	1	1	7
Secadora de ropa						
Servicio a la habitación	1	2	2	1	1	7
Servicio de niñera		1	1			2
Servicio de conserjería		1	2		1	4
Servicio de estacionamiento	1	2	2			5
Servicio de portería						
Sistema de seguridad con video de circuito cerrado		2	1			3



Spa	1	2				3
Teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales		2	2	1		5
Transfer		2	2	1	1	6
Turco	1					1
TV						
TV por cable	1	2	2	1	1	7
Wake up call con previa solicitud	1	2	2			5
Wi-Fi	1	2	2	1	1	7

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

Leyenda Tarifa Matrimonial

	R1	R2	R3	R4
Mínimo	\$12.00	\$41.33	\$70.66	\$99.99
Máximo	\$41.33	\$70.66	\$99.99	\$129.32



#### **2.6.4. Agrupamiento de servicios y tarifas de la habitación triple por clasificación y categoría de establecimientos regulados**

En el análisis realizado en la Tabla N°14 se establece un estudio entre los servicios y tarifas en este caso de la habitación triple, por clasificación, categoría y rangos de los establecimientos de alojamiento regulados, obteniendo los siguientes resultados.

En los apartamentos turísticos de primera categoría de rango uno en la cual la tarifa es de \$18 - \$83.50 donde existen los siguientes servicios: aire acondicionado, amenities de lujo, baño privado, calefacción, guarda equipaje, lavandería, radio, restaurante y bar – cafetería, cuenta de servicio a la habitación, transfer, tv por cable y Wi-fi.

Los hostales de primera categoría con rango uno y tarifa \$18 - \$83.50 ofrecen diferentes servicios como: aire acondicionado, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, información turística, juegos infantiles, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, cuenta de servicio a la habitación, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Continuando con el estudio de los hostales de primera categoría de rango dos con tarifa de \$83.50 - \$149, prestan los siguientes servicios: amenities de lujo, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, cuenta de servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, transfer, tv por cable y Wi-fi.

En los hostales de segunda categoría con rango uno de tarifa \$18 - \$83.50, ofertan los siguientes servicios: amenities de lujo amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, calefacción, guarda equipaje, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas,



restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio de estacionamiento, tv por cable, wake up call con previa solicitud, y Wi-fi.

Continuando con los hostales de tercera categoría con rango uno siendo la tarifa \$18 - \$83.50 se encuentran servicios tales como: amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, información turística, radio, recepción las 24 horas, servicio de estacionamiento, tv por cable y Wi-fi.

En las hosterías de lujo con rango dos en la cual la tarifa es \$83.50 - \$149 ofrecen los siguientes servicios como: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, baño privado, baños de cajón, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, canchas deportivas, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, juegos infantiles, lavandería, mini bar en la habitación, piscina, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, cuenta de servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Mientras que en las hosterías de primera categoría con rango uno perteneciendo a la tarifa de \$18 - \$83.50 tienen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, piscina, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, cuenta de servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, spa, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Dentro de los hoteles de lujo con rango dos y tarifa de \$83.50 - \$149 ofrecen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades



especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, área de computación con acceso a internet gratuito, ascensor, atención médica, baño privado, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, galería de artesanías, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, cuenta de servicio a la habitación, servicio de niñera, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, sistema de seguridad con video de circuito cerrado, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

En los hoteles de primera categoría con rango uno siendo la tarifa \$18 - \$83.50 se puede disfrutar de los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), ascensor, baño privado, caja fuerte por habitación, espacio para mascotas, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, gimnasio, guarda equipaje, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, cuenta de servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Dentro de los hoteles de primera categoría también tenemos los de rango dos con tarifa de \$83.50 - \$149 donde se encuentran los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, cuenta de servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wi-fi.



Mientras que en los hoteles de segunda categoría con rango uno siendo la tarifa \$18- \$83.50 ofrecen los siguientes servicios: amenities de lujo, amenities básicos (elementos de aseo), ascensor, baño privado, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavadora personal, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, cuenta de servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wi-fi.

Continuando con los hoteles de tercera categoría en el rango uno con tarifa de \$18 - \$83.50 cuentan con los siguientes servicios: amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, guarda equipaje, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, sala de eventos, transfer, tv por cable y Wi-fi.

Los hoteles boutique de lujo con rango cuatro perteneciente a la tarifa \$214.50 - \$280 brindan los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, amenities de lujo, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, cuenta de servicio a la habitación, sistema de seguridad con video de circuito cerrado, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Finalmente, en los hoteles boutique de primera categoría con rango dos de tarifa \$83.50 – 149 ofertan los siguientes servicios: amenities de lujo, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, habitación insonorizada, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, cuenta de servicio a la habitación, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wi-fi.



Tabla 14

*Servicios y tarifa de la habitación triple (Número de establecimientos que cuentan con el servicio y tarifa)*

Servicios	Apartamento Turístico	Hostal			Hostería		Hotel				Hotel Boutique		Total general		
	Primera	Primera		Segunda	Tercera	Lujo	Primera	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Lujo		Primera	
	R1	R1	R2	R1	R1	R2	R1	R2	R1	R2	R1	R1		R4	R2
Acceso para personas con capacidades especiales						1	1	2	3	3			1		11
Aire acondicionado	1	1				1	1	2		3					9
Amenities de lujo	1		1	4		1		2	4	2	1		1	1	18
Amenities básicos (elementos de aseo)		4		1	1		1		3	2	4	1			17
Áreas verdes y espacio para BBQ															
Área de computación con acceso a internet gratuito								2							2
Ascensor								2	1		1				4
Atención médica								2							2
Baño privado	1	4	1	5	1	1	1	1	6	4	6	1	1		33
Baños de cajón						1									1
Business center						1		2			1				4
Caja fuerte por habitación		2	1		1	1	1	2	5	3	2	1	1	1	21



Calefacción	1	2	1	1		1	1	2		1	1		1	1	13
Canchas deportivas						1									1
Cocina															
Espacio para mascotas									1						1
Desayuno normal															
Desayuno buffet			1			1		2	1	1			1	1	8
Estación de café y té gratuito			1			1		2	1	3			1		9
Galería de artesanías								2							2
Gimnasio								2	1						3
Guarda equipaje	1	3	1	1		1	1	2	1	2	1	1	1		16
Habitación insonorizada						1	1	2		1	1			1	7
Información turística		4	1	4	1	1	1	2	3	3	4	1	1		26
Juegos Infantiles		1				1									2
Jacuzzi															
Lavadora personal															
Lavandería	1	1	1	3		1	1	2	3	3	4	1	1		22
Microondas															
Mini bar en la habitación						1	1	2	3				1	1	9



Piscina						1	1								2
Radio	1	4	1	5	1	1	1	2	7	4	6	1	1	1	36
Recepción las 24 horas		3	1	5	1	1	1	2	6	3	5	1	1	1	31
Restaurante y bar - cafetería	1	2		2		1	1	2	5	1	4		1	1	21
Sala de eventos				1		1		2	3	1	1	1			10
Secadora de cabello en la habitación				1		1	1	2	3	3			1		12
Secadora de ropa															
Cuenta de Servicio a la habitación	1	2	1			1	1	2	6	2	2		1	1	20
Servicio de niñera								1							1
Servicio de conserjería		1						1							2
Servicio de estacionamiento		3	1	1	1	1	1	2	4	2	3				19
Servicio de portería															
Sistema de seguridad con video de circuito cerrado								2					1		3
Spa						1	1	2					1		5
Teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales		1				1		2	3	3	2		1	1	14



Transfer	1	2	1			1		2	4	4	2	1	1	1	20
Turco						1	1								2
TV															
TV por cable	1	3	1	5	1	1	1	2	7	4	6	1	1	1	35
Wake up call con previa solicitud		1		1		1	1	2	1				1		8
Wi-Fi	1	4	1	5	1	1	1	2	7	4	6	1	1	1	36

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

Leyenda Tarifa Triple

	R1	R2	R3	R4
Mínimo	\$18.00	\$83.50	\$149.00	\$214.50
Máximo	\$83.50	\$149.00	\$214.50	\$280.00



### **2.6.5. Agrupamiento de Servicios y tarifas de la habitación cuádruple por clasificación y categoría de establecimientos regulados**

En el análisis realizado en la tabla N°15, se establece un estudio entre los servicios y tarifas en este caso de la habitación cuádruple, por clasificación, categoría y rangos de los establecimientos de alojamiento regulados, obteniendo los siguientes resultados.

En los apartamentos turísticos de primera categoría en rango dos con tarifa \$ 62.84 - \$101.67 se encuentran los siguientes servicios: aire acondicionado, amenities de lujo, baño privado, calefacción, guarda equipaje, lavandería, radio, restaurante y bar – cafetería, servicio a la habitación, transfer, tv por cable y Wi-fi.

En los hostales de primera categoría con rango dos perteneciente a la tarifa \$62.84 - \$101.67 ofrecen los siguientes servicios: aire acondicionado, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, información turística, infantiles, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, servicio a la habitación, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wi-fi.

Las hosterías de lujo con rango cuatro en la cual la tarifa es de \$140.51 - \$179.34 tienen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, baño privado, baños de cajón, business center caja fuerte por habitación, calefacción, canchas deportivas, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, infantiles, lavandería, mini bar en la habitación, piscina, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, sistema de seguridad con



video de circuito cerrado, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Mientras que en los hoteles de lujo de rango cuatro siendo la tarifa \$140.51 - \$179.34 poseen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, área de computación con acceso a internet gratuito, ascensor, atención médica, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, galería de artesanías, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, sistema de seguridad con video de circuito cerrado, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

También en los hoteles de primera categoría con rango dos de tarifa \$62.84 - \$101.67 cuentan con los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, espacio para mascotas, guarda equipaje, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, transfer, tv por cable y Wi-fi.

Continuando con los hoteles de primera categoría con rango tres y tarifa \$101.67 - \$140.51 brindan los siguientes servicios: aire acondicionado, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, radio, secadora de cabello en la habitación, transfer, tv por cable y Wi-fi



Finalmente, en los hoteles con segunda categoría en rango dos \$62.84 - \$101.67 ofertan los siguientes servicios: amenities de lujo, ascensor, baño privado, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, tv por cable y Wi-fi.



Tabla 15

*Servicios y tarifa de la habitación cuádruple (Número de establecimientos que cuentan con el servicio y tarifa)*

Servicios	Apartamento Turístico	Hostal	Hostería	Hotel			Total general
	Primera	Primera	Lujo	Lujo	Primera	Segunda	
	R2	R2	R4	R4	R2	R3	
Acceso para personas con capacidades especiales			1	1	1		3
Aire acondicionado	1	1	1	1		1	5
Amenities de lujo	1		1	1			4
Amenities básicos (elementos de aseo)		3			1	1	5
Áreas verdes y espacio para BBQ							
Área de computación con acceso a internet gratuito				1			1
Ascensor				1		1	2
Atención médica				1			1
Baño privado	1	3	1		1	1	8
Baños de cajón			1				1
Business center			1	1			2
Caja fuerte por habitación		2	1	1	1	1	6
Calefacción	1	2	1	1		1	6
Canchas deportivas			1				1
Cocina							
Espacio para mascotas					1		1
Desayuno normal							



Desayuno buffet			1	1				2
Estación de café y té gratuito			1	1				2
Galería de artesanías				1				1
Gimnasio				1				1
Guarda equipaje	1	2	1	1	1	1		7
Habitación insonorizada			1	1		1		3
Información turística		3	1	1	1	1	1	8
Infantiles		1	1					2
Jacuzzi								
Lavadora personal								
Lavandería	1	1	1	1	1	1	1	7
Microondas								
Mini bar en la habitación			1	1				2
Piscina			1					1
Radio	1	3	1	1	1	1	1	9
Recepción las 24 horas		2	1	1	1		1	6
Restaurante y bar - cafetería	1	1	1	1	1			5
Sala de eventos			1	1	1			3
Secadora de cabello en la habitación			1	1		1		3
Secadora de ropa								
Servicio a la habitación	1	1	1	1	1			5
Servicio de niñera								



Servicio de conserjería		1						1
Servicio de estacionamiento		2	1	1	1		1	6
Servicio de portería								
Sistema de seguridad con video de circuito cerrado				1				1
Spa			1	1				2
Teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales		1	1	1			1	4
Transfer	1	2	1	1	1	1		7
Turco			1					1
TV								
TV por cable	1	3	1	1	1	1	1	9
Wake up call con previa solicitud		1	1	1				3
Wi-Fi	1	3	1	1	1	1	1	9

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

Leyenda Tarifa Cuádruple

	R1	R2	R3	R4
Mínimo	\$24.00	\$62.84	\$101.67	\$140.51
Máximo	\$62.84	\$101.67	\$140.51	\$179.34



### **2.6.1. Agrupamiento de servicios y tarifa de la habitación quíntuple por clasificación y categoría de establecimientos regulados**

En el análisis realizado en la Tabla N°16, se establece un estudio entre los servicios y tarifas en este caso de la habitación quíntuple, por clasificación, categoría y rangos de los establecimientos de alojamiento regulados, obteniendo los siguientes resultados.

En los hostales de primera categoría con rango cuatro y tarifa de \$90 - \$110, ofertan los siguientes servicios: amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, información turística, radio, recepción las 24 horas, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, transfer, tv por cable y Wi-fi.

Mientras que en los hostales de segunda categoría con rango uno en la cual la tarifa es \$30 - \$50 se encuentran los siguientes servicios: amenities de lujo, baño privado, lavandería, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, tv por cable y Wi-fi.

Dentro de las hosterías de primera categoría y rango tres, la tarifa es de \$70 - \$90, ofrecen los siguientes servicios: baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, piscina, radio, recepción las 24 horas, restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, spa, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud, Wi-fi.



Tabla 16

*Servicios y tarifa de la habitación quintuple (Número de establecimientos que cuentan con el servicio y tarifa)*

Servicios	Hostal		Hostería	Total general
	Primera	Segunda	Primera	
	R4	R1	R3	
Acceso para personas con capacidades especiales			1	1
Aire acondicionado			1	1
Amenities de lujo		1		1
Amenities básicos (elementos de aseo)	1		1	2
Áreas verdes y espacio para BBQ				
Área de computación con acceso a internet gratuito				
Ascensor				
Atención médica				
Baño privado	1	1	1	3
Baños de cajón				
Business center				
Caja fuerte por habitación	1		1	2
Calefacción	1		1	2
Canchas deportivas				
Cocina				
Espacio para mascotas				
Desayuno normal				
Desayuno buffet				
Estación de café y té gratuito				
Galería de artesanías				



Gimnasio				
Guarda equipaje	1		1	2
Habitación insonorizada			1	1
Información turística	1		1	2
Juegos Infantiles				
Jacuzzi				
Lavadora personal				
Lavandería		1	1	2
Microondas				
Mini bar en la habitación			1	1
Piscina			1	1
Radio	1	1	1	3
Recepción las 24 horas	1	1	1	3
Restaurante y bar - cafetería		1	1	2
Sala de eventos				
Secadora de cabello en la habitación			1	1
Secadora de ropa				
Servicio a la habitación			1	1
Servicio de niñera				
Servicio de conserjería	1			1
Servicio de estacionamiento	1		1	2
Servicio de portería				
Sistema de seguridad con video de circuito cerrado				
Spa			1	1
Teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales				



Transfer	1			1
Turco			1	1
TV				
TV por cable	1	1	1	3
Wake up call con previa solicitud			1	1
Wi-Fi	1	1	1	3

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

Leyenda Tarifa Quintuple

	R1	R2	R3	R4
Mínimo	\$30.00	\$50.00	\$70.00	\$90.00
Máximo	\$50.00	\$70.00	\$90.00	\$110.00



### **2.6.2. Agrupamiento de servicios y tarifa de la habitación suite por clasificación y categoría de establecimientos regulado**

En el análisis realizado en la Tabla N°17, se establece un estudio entre los servicios y tarifas en este caso suites por clasificación, categoría y rangos de los establecimientos de alojamiento regulados, obteniendo los siguientes resultados.

Los apartamentos turísticos de primera categoría con rango uno perteneciente a la tarifa \$70.00 - \$132.50 ofrecen los siguientes servicios: aire acondicionado, amenities básicos (elementos de aseo), ascensor, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, radio, servicio a la habitación, servicio de conserjería, transfer, tv por cable y Wi-fi.

Dentro de los hostales de primera categoría de rango uno con tarifa de \$70.00 - \$132.50 brindan los siguientes servicios: amenities de lujo, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, transfer, tv por cable y Wi-fi.

Continuando con los hostales de segunda categoría con rango uno en la cual la tarifa es de \$132.50 - \$195, ofertan los siguientes servicios: amenities de lujo, baño privado, información turística, lavandería, radio, recepción las 24 horas, cuenta de restaurante y bar – cafetería, servicio de estacionamiento, tv por cable y Wi-fi.

En las hosterías de lujo con rango dos en la cual la tarifa es de \$132.50 - \$195 ofrecen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, baño privado, baños de cajón, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, canchas deportivas, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, juegos infantiles, lavandería, mini



bar en la habitación, piscina, radio, recepción las 24 horas, cuenta de restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Mientras que en las hosterías de primera categoría con rango uno y tarifa \$70.00 - \$132.50 se encuentra los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, piscina, radio, recepción las 24 horas, cuenta de restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, spa, turco, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Dentro de los hoteles de lujo con rango dos y tarifa \$132.50 -\$195 presentan los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, área de computación con acceso a internet gratuito, ascensor, atención médica, baño privado, baños de cajón, business center, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, galería de artesanías, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, cuenta de restaurante y bar – cafetería, sala de eventos, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de niñera, servicio de conserjería, servicio de estacionamiento, sistema de seguridad con video de circuito cerrado, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

En los hoteles de primera categoría con rango uno en la cual la tarifa es de \$70.00 - \$ 132.50 los servicios que ofrecen son: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, amenities



básicos (elementos de aseo), baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, estación de café y té gratuito, gimnasio, guarda equipaje, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, cuenta de restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, servicio de estacionamiento, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable y Wi-fi.

Mientras que en los hoteles boutique de lujo con rango cuatro siendo la tarifa \$257.50 - \$320 ofrecen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, amenities de lujo, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, desayuno buffet, estación de café y té gratuito, guarda equipaje, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, cuenta de restaurante y bar – cafetería, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, sistema de seguridad con video de circuito cerrado, spa, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.

Finalmente, en los hoteles boutique de primera categoría con rango dos y tarifa \$132.50 - \$195, brindan los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, aire acondicionado, amenities de lujo, baño privado, caja fuerte por habitación, calefacción, habitación insonorizada, información turística, lavandería, mini bar en la habitación, radio, recepción las 24 horas, secadora de cabello en la habitación, servicio a la habitación, teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales, transfer, tv por cable, wake up call con previa solicitud y Wi-fi.



Tabla 17

*Servicios y tarifa de la habitación suite (Número de establecimientos que cuentan con el servicio y tarifa)*

Servicios	Apartamento Turístico	Hostal		Hostería		Hotel		Hotel Boutique		Total general
	Primera	Primera	Segunda	Lujo	Primera	Lujo	Primera	Lujo	Primera	
	R1	R1	R1	R2	R1	R2	R1	R4	R2	
Acceso para personas con capacidades especiales				1	1	4	1	1	1	9
Aire acondicionado	1			1	1	4	1		1	9
Amenities de lujo		2	1	1		4	1	1	1	11
Amenities básicos (elementos de aseo)	1				1		1			3
Áreas verdes y espacio para BBQ										
Área de computación con acceso a internet gratuito						3				3
Ascensor	1					3				4
Atención médica						3				3
Baño privado	1	2	1	1	1	3	3	1	1	14
Baños de cajón				1		1				2
Business center				1		4				5
Caja fuerte por habitación	1	2		1	1	4	2	1	1	13
Calefacción	1	2		1	1	4	2	1	1	13
Canchas deportivas				1						1
Cocina										
Espacio para mascotas										
Desayuno normal										



Desayuno buffet		1		1		4		1		7
Estación de café y té gratuito		2		1		3	2	1		9
Galería de artesanías						3				3
Gimnasio						4	1			5
Guarda equipaje	1	1		1	1	4	1	1		10
Habitación insonorizada	1			1	1	4	1		1	9
Información turística	1	2	1	1	1	4	2	1	1	14
Juegos Infantiles				1						1
Jacuzzi										
Lavadora personal										
Lavandería	1	1	1	1	1	4	1	1	1	12
Microondas										
Mini bar en la habitación				1	1	3	2	1	1	9
Piscina				1	1					2
Radio	1	2	1	1	1	4	3	1	1	15
Recepción las 24 horas		2	1	1	1	4	2	1	1	13
Cuenta de Restaurante y bar - cafetería			1	1	1	4	2	1		10
Sala de eventos				1		4				5
Secadora de cabello en la habitación		1		1	1	4	3	1	1	12
Secadora de ropa										
Servicio a la habitación	1	1		1	1	4	3	1	1	13
Servicio de niñera						2				2
Servicio de conserjería	1					3				4
Servicio de estacionamiento		2	1	1	1	4	2			11



Servicio de portería										
Sistema de seguridad con video de circuito cerrado						3		1		4
Spa				1	1	2		1		5
Teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales				1		4	1	1	1	8
Transfer	1	2		1		4	3	1	1	13
Turco				1	1					2
TV										
TV por cable	1	2	1	1	1	4	3	1	1	15
Wake up call con previa solicitud				1	1	4		1	1	8
Wi-Fi	1	2	1	1	1	4	3	1	1	15

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

Leyenda Tarifa Suite

	R1	R2	R3	R4
Mínimo	\$70.00	\$132.50	\$195.00	\$257.50
Máximo	\$132.50	\$195.00	\$257.50	\$320.00



## **2.7. Agrupamiento de servicios y tarifas de los establecimientos no regulados**

En el caso de los establecimientos no regulados se ha realizado un análisis de los servicios y tarifas establecidas mediante rangos acorde a la modalidad de alojamiento, los resultados se pueden visualizar en la Tabla N°18.

En las casas apartamento de rango uno con tarifa \$10.00 - \$47.50 ofrecen los siguientes servicios: amenities básicos (elementos de aseo), calefacción, cocina, espacio para mascotas, desayuno normal, lavadora personal, microondas, secadora de cabello en la habitación, secadora de ropa, servicio de estacionamiento, servicio de portería, tv, tv por cable y Wi-fi.

En el mismo caso de las casas apartamento de rango dos con tarifa \$47.50 - \$85.00 tienen los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, amenities básicos (elementos de aseo), áreas verdes y espacio para BBQ, cocina, espacio para mascotas, gimnasio, lavadora personal, microondas, piscina, secadora de ropa, servicio de estacionamiento, servicio de portería, tv por cable y Wi-fi.

Continuando con las casas apartamento de rango cuatro con tarifa \$122.50 - \$160.00 ofertan los siguientes servicios: amenities básicos (elementos de aseo), cocina, espacio para mascotas, jacuzzi, lavadora personal, secadora de cabello en la habitación, secadora de ropa, servicio de estacionamiento, tv por cable y Wi-fi.

Mientras que en los establecimientos de modalidad habitación compartida de rango uno con tarifa \$10.00 - \$47.50 ofrecen los siguientes servicios: amenities básicos (elementos de aseo), cocina, desayuno normal, tv por cable y Wi-fi.

En los establecimientos con modalidad habitación privada de rango uno con una tarifa de \$10.00 - \$47.50 ofertan los siguientes servicios: acceso para personas con capacidades especiales, amenities básicos (elementos de aseo),



calefacción, cocina, espacio para mascotas, desayuno normal, lavadora personal, secadora de cabello en la habitación, secadora de ropa, servicio de estacionamiento, tv, tv por cable y Wi-fi.

Finalmente, en los establecimientos de modalidad habitación privada de rango tres con tarifa \$85.00 - \$122.50 cuentan con una oferta de los siguientes servicios: amenities básicos (elementos de aseo), cocina, desayuno normal, lavadora personal, lavadora de ropa, tv y Wi-fi.

Tabla 18  
*Servicios y tarifas por modalidad de alojamiento no regulado (Número de establecimientos que cuentan con el servicio y tarifa)*

Servicios	Casa Apartamento			Habitación Compartida	Habitación Privada		Total general
	R1	R2	R4	R1	R1	R3	
Acceso para personas con capacidades especiales		1			1		2
Aire acondicionado							
Amenities de lujo							
Amenities básicos (elementos de aseo)	12	8	2	1	22	1	46
Áreas verdes y espacio para BBQ		1					1
Área de computación con acceso a internet gratuito							
Ascensor							
Atención médica							
Baño privado							
Baños de cajón							
Business center							
Caja fuerte por habitación							
Calefacción	3				3		6
Canchas deportivas							
Cocina	9	7	2	3	17	1	39
Espacio para mascotas	1	4	1		1		7
Desayuno normal	1			1	4	1	7
Desayuno buffet							
Estación de café y té gratuito							
Galería de artesanías							
Gimnasio		1					1
Guarda equipaje							



Habitación insonorizada							
Información turística							
Juegos Infantiles							
Jacuzzi			1				1
Lavadora personal	7	4	1		8	1	21
Lavandería							
Microondas	1	3					4
Mini bar en la habitación							
Piscina		1					1
Radio							
Recepción las 24 horas							
Restaurante y bar - cafetería							
Sala de eventos							
Secadora de cabello en la habitación	1		1		3		5
Secadora de ropa	8	4	1		4	1	18
Servicio a la habitación							
Servicio de niñera							
Servicio de conserjería							
Servicio de estacionamiento	9	5	2		4		20
Servicio de portería	1	1					2
Sistema de seguridad con video de circuito cerrado							
Spa							
Teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales							
Transfer							
Turco							
TV	1				6	1	8
TV por cable	10	8	2	1	7		28
Wake up call con previa solicitud							
Wi-Fi	12	8	2	3	22	1	48

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

Leyenda de Tarifas

	R 1	R 2	R 3	R 4
Mínimo	\$10.00	\$47.50	\$85.00	\$122.50



Máximo	\$47.50	\$85.00	\$122.50	\$160.00
--------	---------	---------	----------	----------

---

## **2.8. Agrupamiento de la promoción y ocupación por categoría de los establecimientos regulados**

En el análisis realizado en la Tabla N°19, con respecto a los canales de promoción de acuerdo a la ocupación hotelera por clasificación y categoría de los establecimientos regulados, se obtienen los siguientes resultados:

### **2.8.1. Radio**

Los hoteles de segunda tienen mejor resultado haciendo uso de la estrategia de promoción mediante el canal de transmisión radio, puesto que tiene una ocupación hotelera del 49.29%, los establecimientos en mención han obtenido buen resultado con este medio pese que realizar promoción por el mismo tiene un cierto costo, además este tipo de medio está dirigido a un mercado nacional.

### **2.8.2. TV**

Los hostales de primera han obtenido resultados favorables utilizando como estrategia el medio de promoción TV, puesto que han generado una ocupación hotelera del 16.13% pese que este es un porcentaje bajo de ocupación estos establecimientos han encontrado en el canal en mención una estrategia poco favorable, además este medio está enfocado al mercado local y en ciertos casos nacional.

### **2.8.3. Prensa**

Los hoteles de segunda categoría han empleado la estrategia de promoción en la prensa misma que ha proporcionado resultados favorables, dado que la ocupación en los establecimientos en mención es del 49.29%, se puede deducir que en cierta parte emplear este medio será para dirigirse al público local y nacional.

### **2.8.4. Revista Especializada**

En este caso los hoteles de lujo han optado por la revista especializada como una estrategia de promoción, pues su ocupación hotelera es del 83.25%



lo cual indica que los resultados son favorables para estos establecimientos, cabe recalcar que este tipo de revista especializadas se puede encontrar tanto en forma digital como impresa además se dirige a un amplio segmento de mercado.

#### **2.8.5. Facebook**

Las hosterías de primera categoría utilizan como estrategia de promoción el canal Facebook, puesto que su ocupación es de 74.94% siendo este resultado favorable empleando este medio como estrategia para la promoción, cabe recalcar que Facebook es un medio masivo y realizar publicidad en el mismo resulta gratuito a menos que se contrate un plan de promoción continua por segmentos el cual si tiene un cierto costo.

#### **2.8.6. Whatsapp**

Los hoteles de segunda han optado por utilizar como estrategia de promoción el medio whatsapp pese a utilizar el medio la ocupación de los establecimientos en mención es de 19.02%; cabe mencionar que al realizar publicidad por este medio sería de forma directa al cliente ya que whatsapp ha sido creado para comunicación mediante llamadas, mensajes o transmisión de documentos de forma directa entre el emisor y el receptor.

#### **2.8.7. Guía telefónica**

Con respecto a las hosterías de primera categoría como estrategia de promoción han empleado esfuerzos en la guía telefónica, en estos establecimientos la ocupación hotelera ha sido de 53.10% siendo este resultado favorable; cabe recalcar que utilizar la guía telefónica como canal de promoción se estaría enfocando en un segmento de mercado local.

#### **2.8.8. Portal web**

Las hosterías de primera han empleado esfuerzos en la estrategia de promoción en los portales web institucionales y se puede decir que en cierta parte ha proporcionado resultados favorables puesto que su ocupación es de 96.77%, al utilizar este medio no solo se realiza publicidad, sino que se presta



la opción de realizar reservaciones directas además se detalla cierta información del establecimiento lo que proporciona ciertas facilidades al cliente.

### **2.8.9. Tarjetas de presentación**

Los hostales de tercera categoría utilizan como estrategia de promoción las tarjetas de promoción pese a este esfuerzo la ocupación de alojamiento de los establecimientos en mención es de 9.95%, lo cual quiere decir que la estrategia empleada no está dando resultados favorables.



Tabla 19  
*Canal de promoción por categoría, clasificación y ocupación*

Canal	Categoría	Clasificación	Nivel de importancia		Ocupación por medios	Promedio
			Muy importante	Importante		
Radio	Lujo	Hotel Boutique		25.64%	25.64%	33.43%
	Primera	Hostal	20.68%		20.68%	
	Primera	Hotel	20.12%	39.28%	39.28%	
	Segunda	Hostal	32.26%		32.26%	
	Segunda	Hotel		<b>49.29%</b>	49.29%	
Tv	Primera	Hostal		<b>16.13%</b>	16.13%	9.33%
	Primera	Hotel		11.29%	11.29%	
	Primera	Hotel Boutique		0.56%	0.56%	
Prensa	Lujo	Hotel	28.03%		28.03%	31.70%
	Primera	Apartamento Turístico		31.40%	31.40%	
	Primera	Hotel	39.28%	27.42%	39.28%	
	Segunda	Hostal		32.26%	32.26%	
	Segunda	Hotel	<b>49.29%</b>		49.29%	
	Tercera	Hostal		9.95%	9.95%	
Revista Especializada	Lujo	Hotel	<b>83.25%</b>		83.25%	36.81%
	Primera	Apartamento Turístico		44.27%	44.27%	
	Primera	Hostal	26.19%	19.28%	26.19%	
	Primera	Hotel	34.48%	28.88%	34.48%	



	Primera	Hotel Boutique	0.56%	25.00%	25.00%	
	Segunda	Hostal		34.48%	34.48%	
	Segunda	Hotel		10.01%	10.01%	
Facebook	Lujo	Hostería	20.16%		20.16%	29.52%
	Lujo	Hotel		41.83%	41.83%	
	Lujo	Hotel Boutique	25.64%		25.64%	
	Primera	Apartamento Turístico	37.83%		37.83%	
	Primera	Hostal	17.88%	22.09%	22.09%	
	Primera	Hostería	<b>74.94%</b>		74.94%	
	Primera	Hotel	20.61%	17.74%	20.61%	
	Primera	Hotel Boutique	25.00%		25.00%	
	Segunda	Hostal	24.64%	2.15%	24.64%	
	Segunda	Hotel	26.79%		26.79%	
	Tercera	Hotel	5.16%		5.16%	
Whatsapp	Primera	Hostal		16.49%	16.49%	14.62%
	Primera	Hotel		11.02%	11.02%	
	Segunda	Hostal	2.15%	11.95%	11.95%	
	Segunda	Hotel	1.92%	<b>19.02%</b>	19.02%	
Guía telefónica	Primera	Hostal		26.19%	26.19%	33.25%
	Primera	Hostería		<b>53.10%</b>	53.10%	
	Primera	Hotel		47.23%	47.23%	
	Segunda	Hotel	18.11%	34.56%	34.56%	
	Tercera	Hotel		5.16%	5.16%	
Portal web	Lujo	Hostería		20.16%	20.16%	38.38%
	Primera	Hostería		<b>96.77%</b>	96.77%	



	Primera	Hostal	18.95%		18.95%	
	Segunda	Hostal		17.64%	17.64%	
Tarjetas de Presentación	Tercera	Hostal	9.95%		9.95%	9.95%

**Nota:** los números remarcados se refieren a los porcentajes altos de ocupación de alojamiento. Elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



**2.9. Matriz de resultados del capítulo 2**

<b>Establecimientos Regulados</b>		
<b>Servicios</b>	<b>Tarifas</b>	<b>Promoción</b>
<p>- Se elaboró un inventario de servicios, agrupados por clasificación y categoría de establecimientos regulados; en el cual se indica el número de establecimientos que poseen cierto servicio. Mediante el inventario se descubre cuantos servicios ofertan, así se tiene que: los apartamentos turísticos de primera categoría ofertan 18 servicios; los hostales de primera tienen 24 servicios, los de segunda 16 servicios, los de tercera 9 servicios. Mientras que las hosterías de lujo ofrecen 32 servicios y las de primera categoría 27 servicios. En los hoteles de</p>	<p>- Se realizó un agrupamiento de tarifas promedio por clasificación, categoría y tipo de habitación de establecimientos regulados.</p> <p>- Se determinó la variación porcentual de tarifas por persona acorde a la categoría en, el cual se detecta que los establecimientos de lujo, primera y segunda categoría, adquieren un mayor porcentaje de ganancia por persona en las habitaciones simples; mientras que en los de tercera categoría no se obtiene un porcentaje de ganancia.</p>	<p>- Se plantea un agrupamiento por canal de difusión acorde a la clasificación y categoría de los establecimientos regulados.</p> <p>- También se crea una agrupación con la promoción y ocupación por categoría de los establecimientos regulados. Al crear esta agrupación se determina que para los hoteles de segunda categoría el canal de difusión radio es considerado importante para su gestión de promoción, mientras que la prensa es muy importante para estos establecimientos. Los hoteles de lujo valoran como muy importante al medio de difusión revista</p>



lujo se detectan 36 servicios, en los de primera categoría 33 servicios, en los de segunda 21 y en los de tercera categoría 12 servicios. Finalmente, en los hoteles boutique de lujo se ofertan 23 servicios y en los de primera categoría 21 servicios.

-Se realiza un agrupamiento de servicios y tarifas por clasificación, categoría y tipo de habitación de los establecimientos regulados; en el cual se indica el número de establecimientos que posee un determinado servicio acorde a la tarifa determinada por medio de rangos mismos que están identificados como con la nomenclatura “R”.

especializada. Mientras que las hosterías de primera categoría estiman como muy importante el canal Facebook como medio de difusión.

Los hostales de segunda consideran como muy importante el medio whatsapp. En cambio, las hosterías de primera valoran como importante para su difusión la guía telefónica y seguidamente como un medio importante es el portal web.

Finalmente, los hostales de tercera categoría consideran muy importante el uso de las tarjetas de presentación como un medio de promoción. Los resultados revelados con respecto a la promoción han sido determinados mediante el análisis de la relación entre el canal de difusión y la ocupación acorde a la clasificación y categoría de establecimiento.



<b>Establecimientos No regulados</b>		
<b>Servicios</b>	<b>Tarifas</b>	<b>Promoción</b>
<p>- Se realizó un inventario de servicios, agrupados por modalidad de alojamiento, en el cual se indica el número de establecimientos que poseen cierto servicio; en el análisis de dicho inventario se identifica el número total de servicios que ofrecen cada una de las modalidades de alojamiento, a continuación, el detalle: los establecimientos de modalidad casa apartamento tienen 19 servicios, en el caso de las habitaciones compartida poseen 9 servicios y finalmente los establecimientos de modalidad habitación privada</p>	<p>- Se crea una agrupación de tarifas promedio por modalidad de alojamiento de los establecimientos no regulados.</p>	<p>- Se elabora un agrupamiento por canal de difusión por modalidad de alojamiento de los establecimientos no regulados.</p> <p>- Al realizar el análisis del agrupamiento planteado se pudo determinar que, los establecimientos no regulados consideran que los canales de difusión radio, prensa y whatsapp no tienen importancia para los procesos de promoción, mientras que Facebook, Instagram, Twitter, Spotify, Portal web y revista especializada son valoradas de importancia para realizar la difusión y llegar al mercado objetivo.</p>



<p>cuentan con 13 servicios.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- También se elabora un agrupamiento de servicios y tarifas por modalidad de alojamiento, en el cual se va indicando el número de establecimientos acorde al servicio y la tarifa que poseen.</li></ul>		
--	--	--

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



### CAPÍTULO 3

#### Capítulo 3. Valoración de los factores de competencia entre establecimientos regulados y no regulados.

##### 3.1. Factores de competencia

Se ha tomado como primer factor de competencia las tarifas de los establecimientos regulados de acuerdo a la clasificación, categoría y tipo de habitación, mientras que en los establecimientos no regulados las tarifas se definen acorde a la modalidad de alojamiento, seguidamente se establece una comparación entre las tarifas y el índice tarifa-precio para determinar si el cobro que se realiza por una determinada habitación justifica el mismo, lo expresado anteriormente se puede visualizar en los siguientes gráficos y en el Anexo N°4.

Cabe recalcar que el cálculo del índice tarifa-precio habitación, fue realizado mediante la división entre la tarifa acorde al tipo de habitación para el número total de servicios, así se presenta la siguiente fórmula:

$\text{Índice tarifa-precio habitación} = \frac{\text{Tarifa de la habitación}}{\text{Número total de servicios}}$
--

##### 3.1.1. Análisis del índice tarifa – precio habitación simple

En los hoteles boutique de categoría lujo la tarifa cobrada por la habitación simple o sencilla, está acorde a la gama de servicios ofertados esto quiere decir que hay un mercadeo justo sin que se dé una tarifa engañosa.

Mientras que en los hoteles boutique de primera categoría existe una brecha entre la tarifa de la habitación simple en relación a la cantidad de servicios ofertados, lo cual da a parecer que se trata de ofrecer mayor número de servicios tratando de incluir algunos que sean exclusivos para justificar la tarifa cobrada.

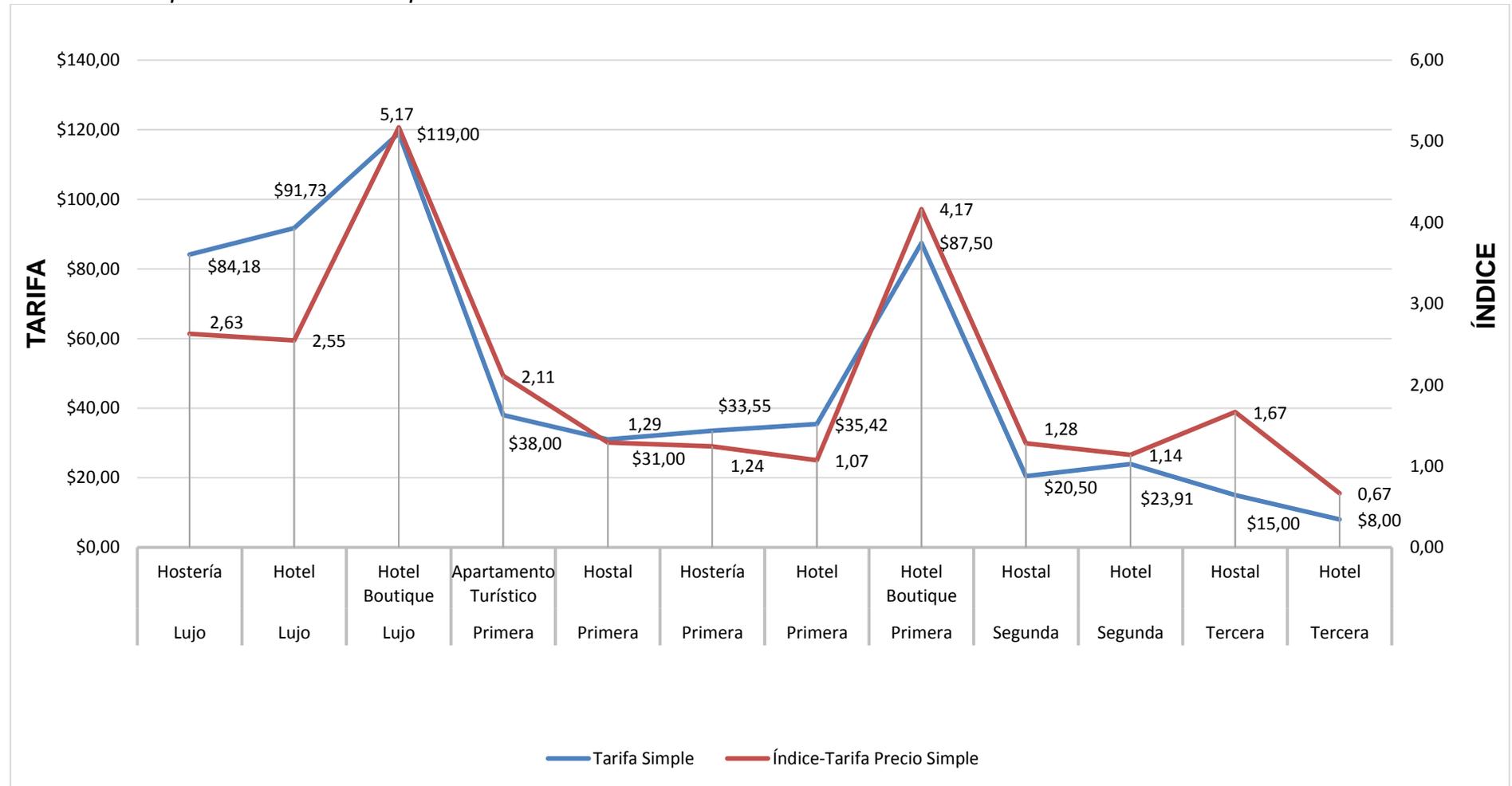


En el caso de los hostales de primera categoría la tarifa de la habitación simple está acorde al número de servicios ofertados, lo que significa que estos establecimientos prestan el servicio de alojamiento a un precio justo.

En los hoteles de segunda categoría también se puede notar una relación mínima entre la tarifa de la habitación simple y la variedad de servicios que se ofertan, esto quiere decir que estos establecimientos tratan de justificar la tarifa prestando más servicios de buena calidad que hagan sentir al huésped satisfecho.

Los resultados presentados acerca de las tarifas de las habitaciones simples o sencillas pueden visualizarse en el Grafico N° 13.

Gráfico 13  
Índice tarifa – precio habitación simple



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



### **3.1.2. Análisis del índice tarifa-precio habitación doble**

En el caso de los hoteles boutique de lujo y primera las tarifas de las habitaciones dobles tienen una mínima relación con respecto a los servicios que ofrecen, pues cabe indicar que los precios en estos establecimientos son altos y se trata de justificar ofreciendo servicios que sean exclusivos para el huésped.

Los apartamentos turísticos de primera categoría tienen una mínima concomitancia pues la cantidad de servicios que ofrecen con respecto a la tarifa de la habitación doble no justifica completamente la misma.

Mientras que en los hostales de primera categoría las tarifas de las habitaciones dobles tienen un vínculo directo con los servicios ofertados, lo cual justifica el cobro de dicha tarifa, además se puede deducir que ésta puede ser una causa que los huéspedes prefieran estos establecimientos para alojarse.

En las hosterías de primera categoría existe una relación marcada entre los servicios ofertados y la tarifa cobrada, pues se justifica dicho cobro por el hecho que la cantidad de servicios estarían en balanza con la tarifa presentada a los huéspedes.

Con respecto a los hoteles de primera categoría mantienen un vínculo de conexión por el hecho que tanto las tarifas como la cantidad de servicios están a la par, por tal motivo se puede deducir que su mercadeo no es engañoso. En cambio, en los hoteles de segunda no sucede este caso de relación entre los servicios y las tarifas, pues hay una cierta desigualdad cuando se ofrece más servicios por una tarifa baja.

Los resultados expuestos anteriormente con respecto a la tarifa de las habitaciones dobles pueden ser visualizados en el Gráfico 14.



Gráfico 14  
Índice de tarifa - precio habitación doble



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

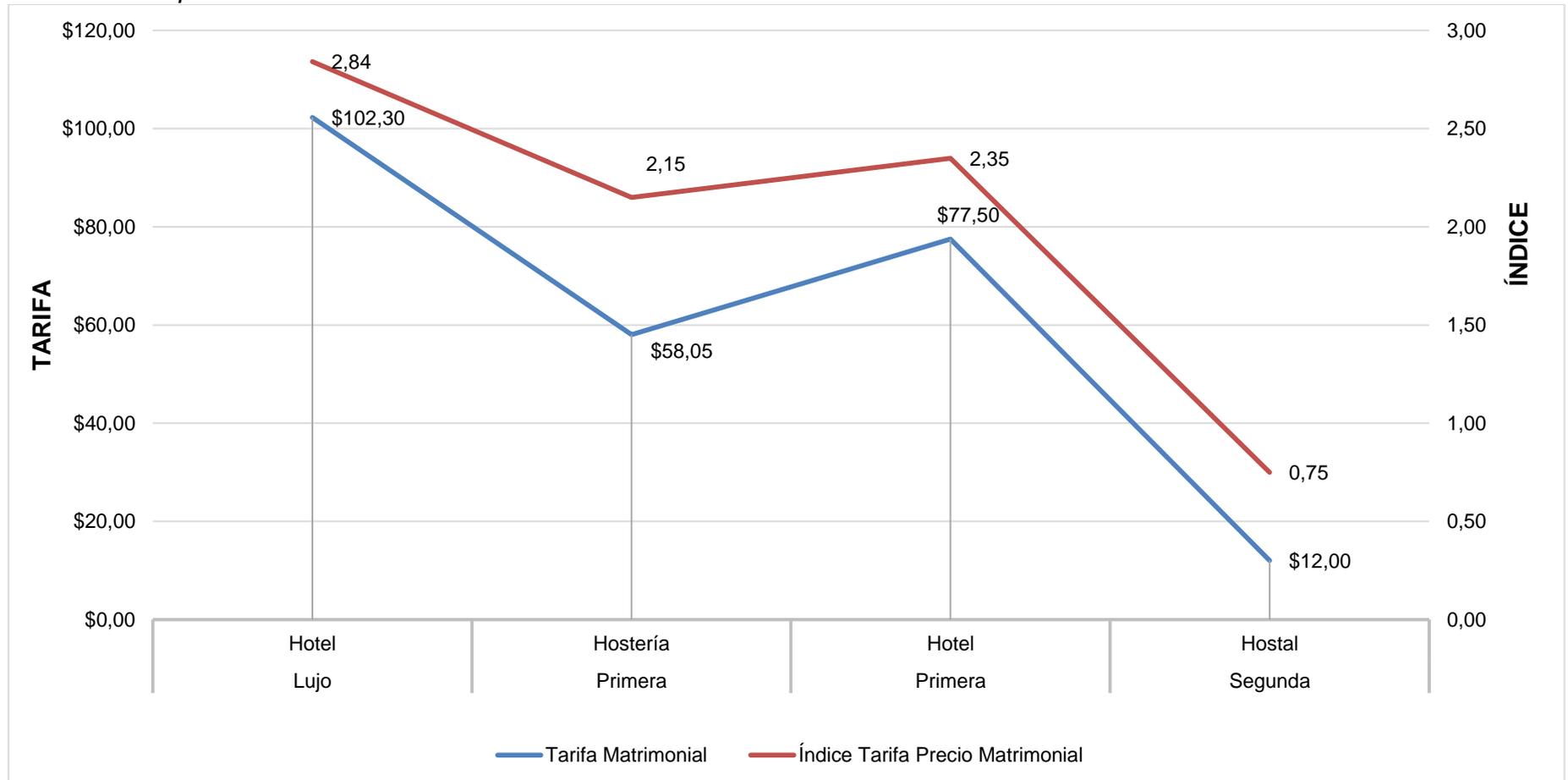


### **3.1.3. Análisis del índice tarifa-precio habitación matrimonial**

En el caso de estos establecimientos de diferentes categorías expuestas en el Gráfico N°15, referente a la tarifa de las habitaciones matrimoniales presentan que los servicios son en mayor cantidad y las tarifas están por debajo de la oferta de los mismos, lo que permite deducir que este tipo de habitaciones son en cierto caso una estrategia de mercadeo para atraer clientes, por el hecho que ofrece mayor cantidad de servicios a un precio bajo.



Gráfico 15  
Índice tarifa – precio habitación matrimonial



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



### **3.1.4. Análisis del índice tarifa-precio habitación triple**

En los hoteles boutique de categoría de lujo y primera, las tarifas de las habitaciones triple son de alto costo en relación a los servicios ofertados, esto quiere decir que los precios que se cobran por esta habitación están por encima de la cantidad de servicios que se ofrecen al huésped para su estadía, se puede justificar esta situación indicando que a mayor categoría más altos son los precios y los servicios son de mayor calidad para que el huésped se sienta satisfecho.

En el caso de los apartamentos turísticos de primera categoría las tarifas están acorde a los servicios ofertados, manteniendo una relación de servicios – tarifa, este hecho puede ser el causante que los huéspedes prefieran este tipo de establecimiento para alojarse.

Mientras que en los hostales de primera categoría de la misma manera se mantiene la relación servicios ofertados con la tarifa cobrada, se puede deducir que en estos establecimientos realizar este vínculo puede ser una estrategia de mercado.

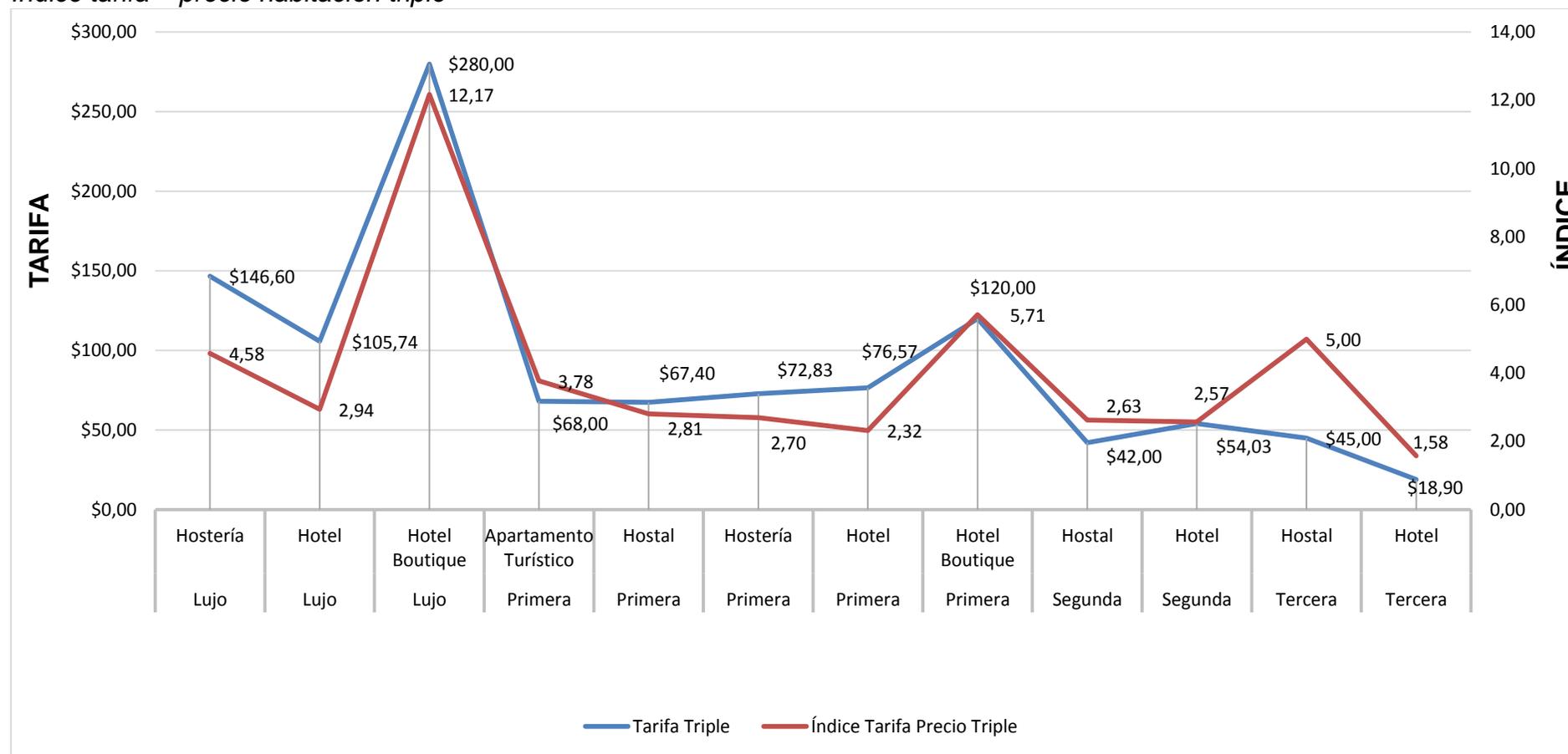
En los hoteles de segunda categoría también las tarifas están acorde a los servicios ofertados, se puede decir que en estos establecimientos ésta sería su estrategia para ganar y mantener a los clientes.

En cambio, en los hoteles de tercera categoría la cantidad de servicios están por encima de la tarifa, al parecer se puede tratar de una estrategia para ganar clientes.

Los resultados indicados se pueden visualizar en el Gráfico N°16.



Gráfico 16  
Índice tarifa – precio habitación triple



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



### **3.1.5. Análisis del índice tarifa-precio habitación cuádruple**

En las hosterías de lujo las tarifas de las habitaciones cuádruples mantienen una relación con la cantidad de servicios ofertados, es decir que, se justifica el precio cobrado por alojamiento.

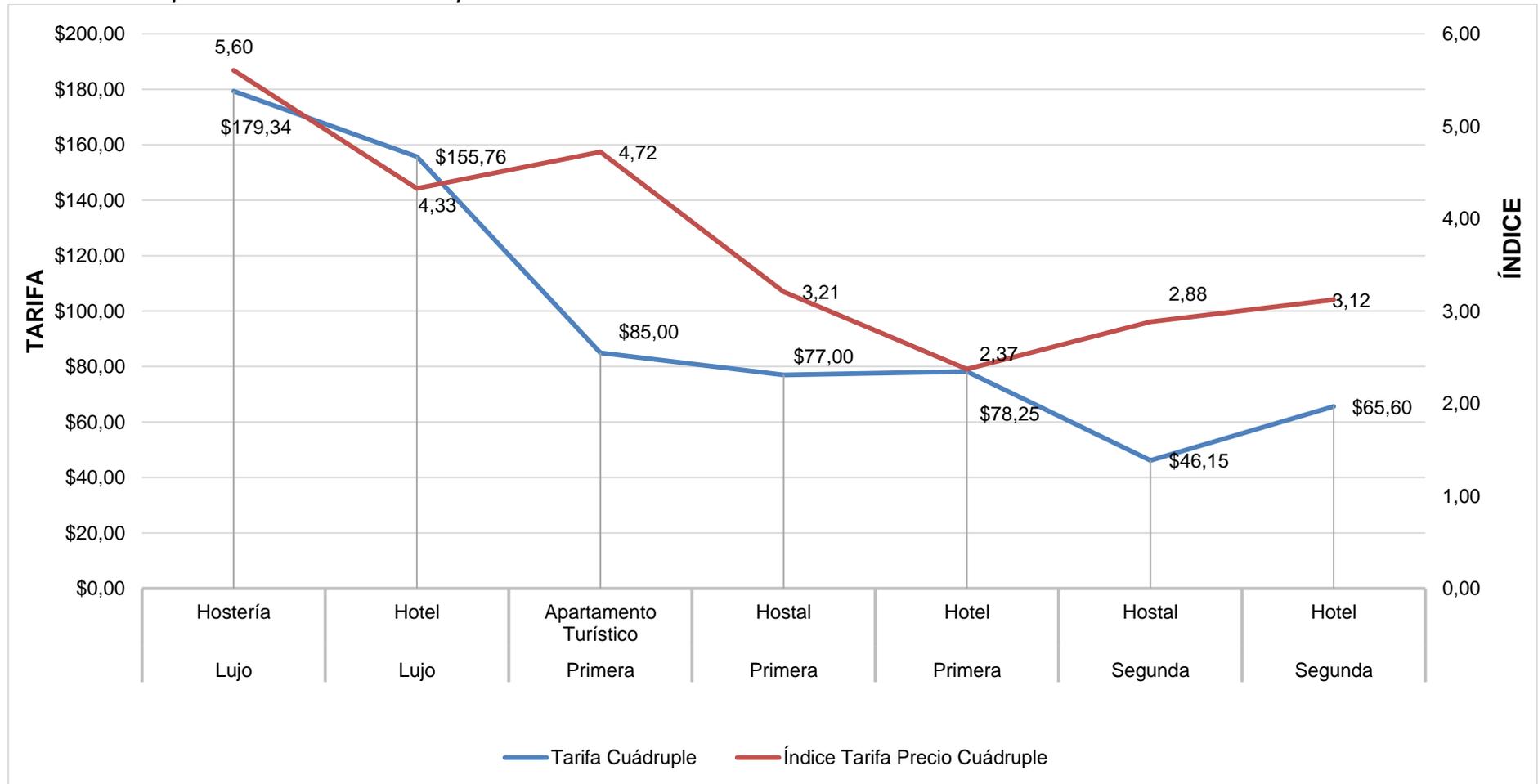
Mientras que en los hoteles de lujo y primera se da la misma situación de relación entre la tarifa con la cantidad de servicios, lo cual se puede interpretar que se trata de una estrategia de mercado es decir no se engaña al cliente y se cumple con lo ofrecido.

A diferencia de los hostales de segunda categoría los servicios están por encima de la tarifa cobrada, esta situación puede tratarse de una estrategia para atraer clientes a este tipo de establecimientos, pero también no se asegura si lo ofertado mantiene una buena calidad.

Los resultados mencionados se pueden visualizar en el Gráfico N°17.



Gráfico 17  
Índice tarifa – precio habitación cuádruple



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



### **3.1.6. Análisis del índice tarifa-precio habitación quintuple**

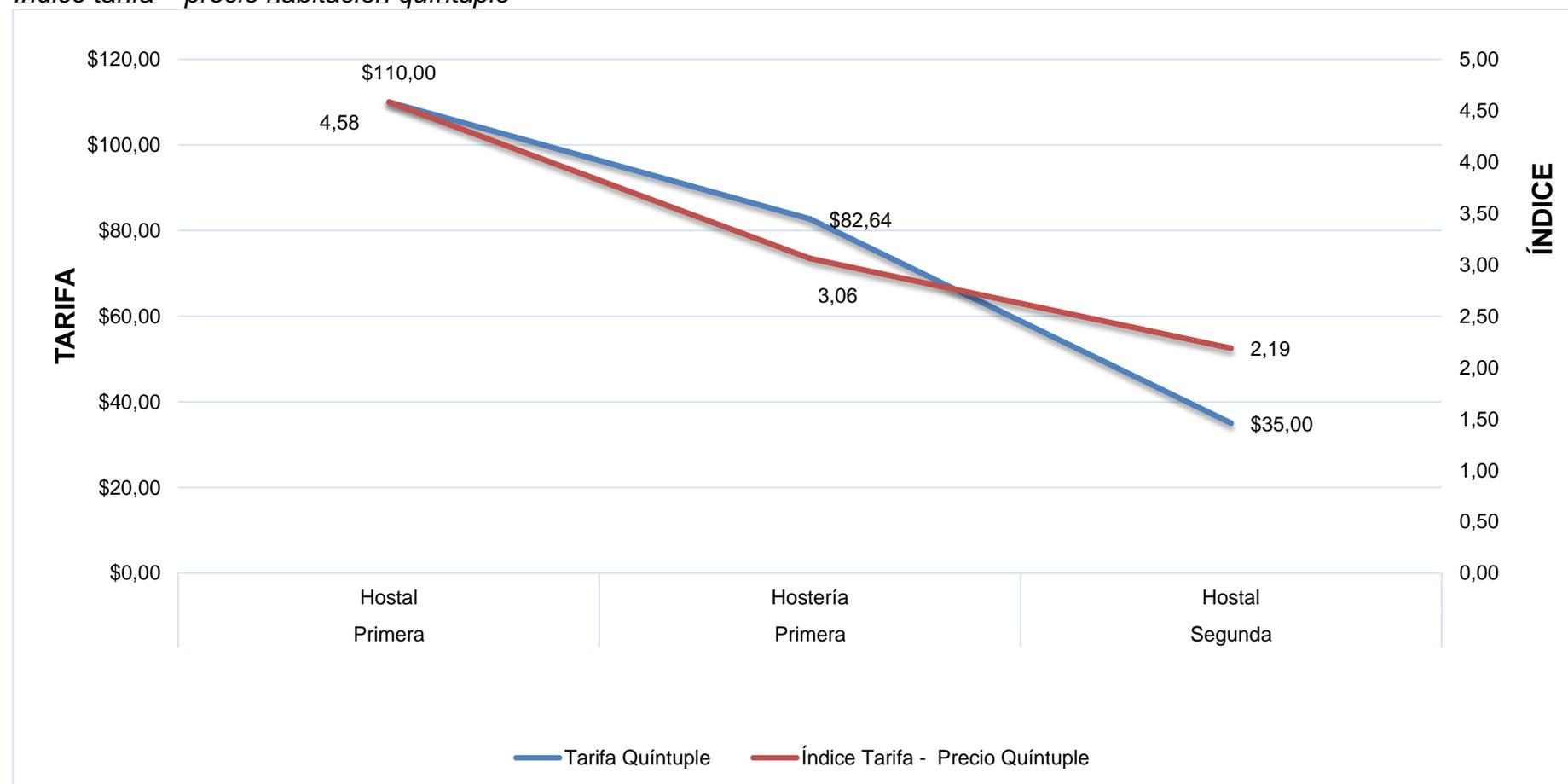
En los hostales de primera categoría los servicios están en una relación parcial con las tarifas de las habitaciones quintuples, esto se puede interpretar como una estrategia de ventas para ganar clientes.

En el caso de las hosterías de primera categoría mantienen una cierta distancia en la relación de las tarifas con la cantidad de servicios ofertados, por el hecho de que se presenta una tarifa alta a cambio de una minoría de servicios, aunque se puede justificar que dichos servicios podrían ser exclusivos y de buena calidad que causen satisfacción al huésped.

Con respecto a los hostales de segunda categoría la relación de la tarifa con los servicios es variante, puesto que los precios están por debajo de los servicios, de lo que se podría deducir que estos establecimientos están ofertando un elevado número de servicios a cambio de una tarifa baja en cierto caso se puede tratar de una forma de ganar huéspedes.

Los resultados presentados anteriormente pueden ser visualizados en el Grafico N°18.

Gráfico 18  
Índice tarifa – precio habitación quintuple



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



### **3.1.7. Análisis del índice tarifa-precio habitación suite**

En los hoteles boutique de lujo las tarifas de las habitaciones suites están por encima de los servicios que se ofertan, esto refleja que en estos establecimientos la categoría que los distingue de los demás influye para que las tarifas sean altas y mientras que los servicios son minoritarios, pero con una diferencia de que tienen exclusividad en lujo y calidad.

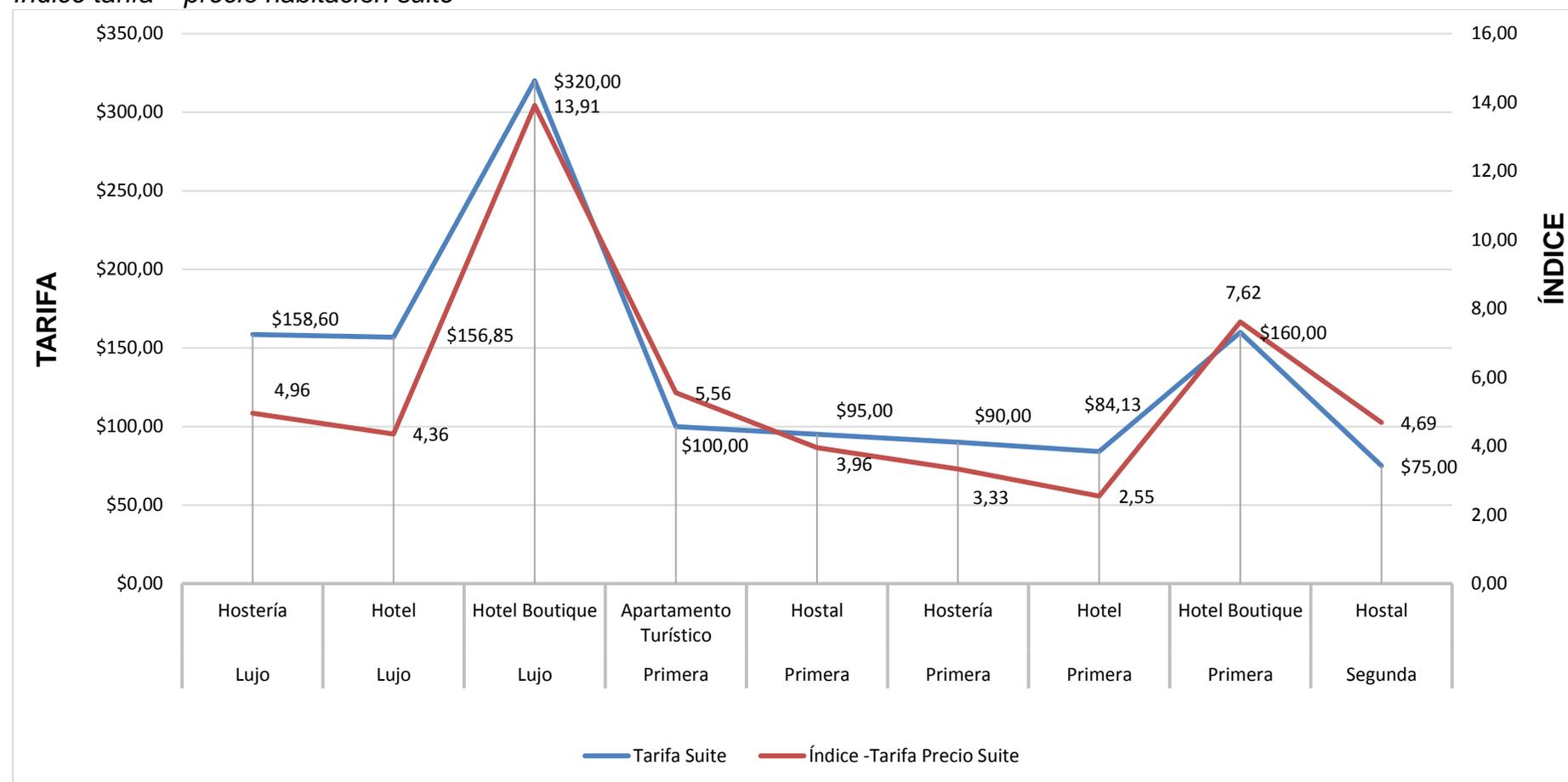
Mientras que en los hoteles boutique de primera categoría la cantidad de servicios está por encima de la tarifa de cobro de la habitación suite, al analizar esta situación se puede deducir que es una estrategia de ventas para atraer huéspedes.

Finalmente, los hostales de segunda categoría que poseen habitaciones suites ofertan más servicios por tarifas bajas, reflejando directamente que este tipo de establecimientos emplean estrategias que pueden ayudar a aumentar la ocupación hotelera.

Los resultados expuestos pueden ser visualizados en el Gráfico N° 19.



Gráfico 19  
Índice tarifa – precio habitación suite



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



### **3.1.8. Análisis del índice tarifa - precio establecimientos no regulados**

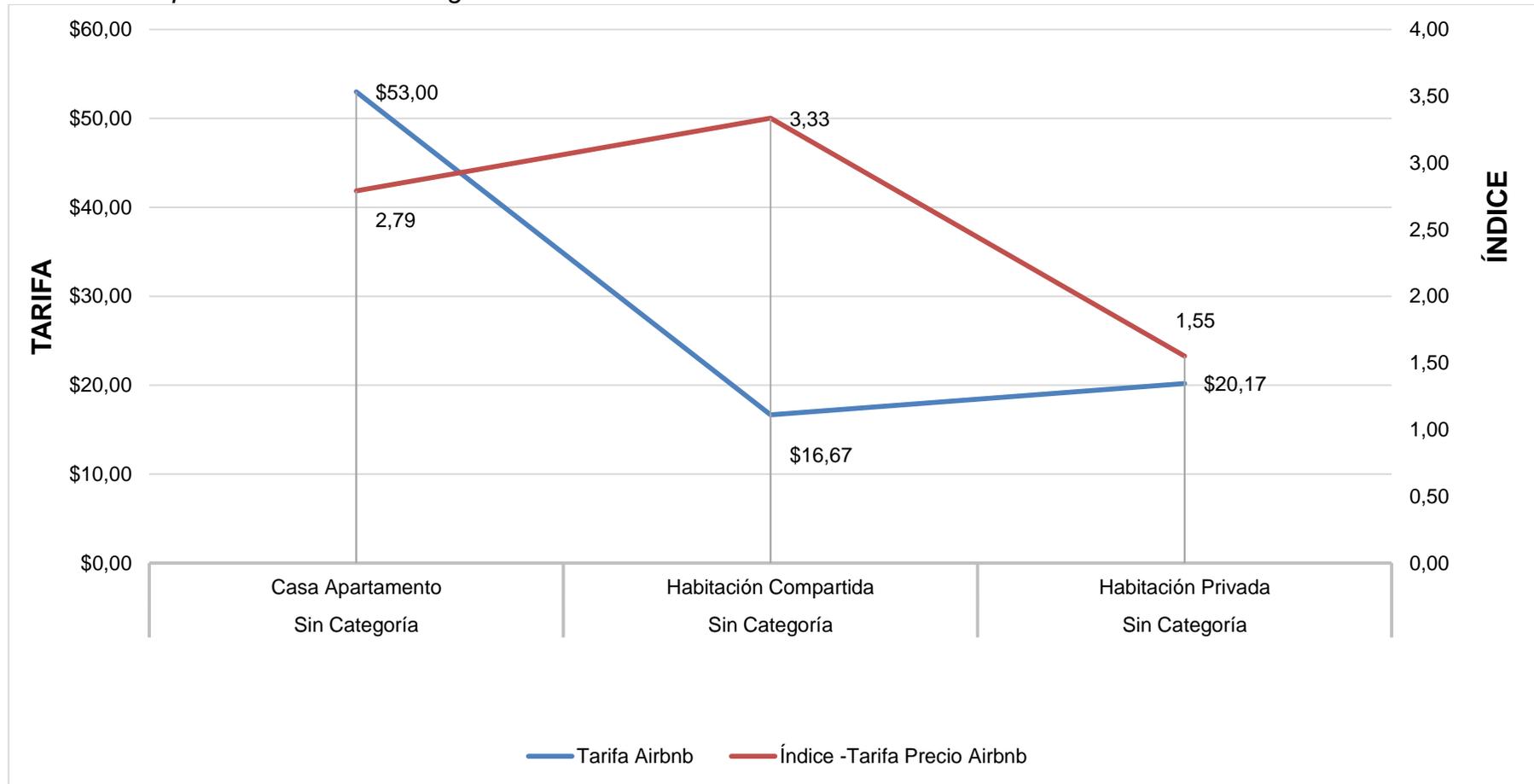
En los establecimientos no regulados en el caso de la modalidad casa apartamento la tarifa cobrada está por encima de los servicios que se ofertan, en cierta medida se puede justificar que en esta modalidad existen ciertos servicios que le dan exclusividad al huésped y sobre todo mayor libertad de uso de los diferentes espacios causando que el usuario se sienta como en casa.

Mientras que en la modalidad habitación compartida y privada la situación es diferente, por el hecho de que la oferta de servicios está por encima de la tarifa, se puede justificar que este suceso se da porque al tratarse de establecimientos que son creados para que los huéspedes se sientan como en su hogar, pero esto no le quita a que los servicios sean de calidad.

Los resultados presentados se pueden visualizar en el Gráfico N° 20.



Gráfico 20  
Índice tarifa –precio habitación no regulados



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



## **3.2. Factores de diferenciación**

### **3.2.1 Estructura de determinación de los servicios**

Como se mencionó en el capítulo anterior los factores de diferenciación pretenden que una empresa sea única en el sector empresarial junto con algunas dimensiones que son ampliamente valoradas por los compradores, esta estrategia selecciona uno o más atributos que los compradores en el sector empresarial perciben como importantes y sirven para satisfacer sus necesidades, es recompensada su exclusividad con un precio superior; es decir que la estrategia de diferenciación requiere que una empresa elija atributos en los que se diferencia de sí misma y de la competencia.

El análisis efectuado en la Tabla N° 20 se establece una comparación de los servicios que se ofertan en los establecimientos regulados en comparación a los no regulados, en dicho análisis se opta por los resultados relevantes obteniendo lo siguiente:

En el caso de acceso para personas con capacidades especiales el 29% de establecimientos regulados han puesto interés por implementar este servicio mientras que el 4% de no regulados poseen acceso para personas con capacidades especiales; esto quiere decir que los establecimientos regulados se preocupan por cumplir con la inclusión.

Con respecto al servicio de aire acondicionado el 31% de los establecimientos regulados lo ofertan, se puede decir que tratan de satisfacer al cliente con detalles que pueden ser de costumbre para los huéspedes en el caso de los establecimientos no regulados no poseen dicho servicio.

En cuanto a los amenities de lujo, el 46% de los establecimientos regulados lo ofertan puesto que en este tipo de establecimientos se trata de satisfacer al huésped con detalles que permitan distinción y comodidad; situación que no sucede con los alojamientos no regulados pues no ofrecen este servicio.



Mientras que el 50% de establecimientos de alojamiento regulado ofrecen los amenities básicos o en términos generales considerados como elementos de aseo (jabón y shampoo) por lo común esta oferta se presenta acorde a la categoría del establecimiento. En cambio, en el alojamiento no regulado el 96% de establecimientos ofrecen amenities básicos o también conocidos como elementos de aseo, se puede decir que estos establecimientos tratan que el huésped se sienta en casa es por eso que no estiman exageraciones sino utilizan detalles básicos.

Mientras que el 94% de establecimientos regulados ofertan el servicio de baño privado, cabe mencionar que en su mayoría los huéspedes buscan calidad y sobre todo privacidad.

El 65% del sistema de alojamiento regulado ofrecen el servicio de caja fuerte en cada habitación, este servicio es indispensable para los huéspedes por el hecho que en su mayoría prefieren guardar sus pertenencias en las habitaciones.

En los establecimientos de alojamiento regulado el 48% de los mismos tienen el servicio de calefacción que en ciertos casos no suele ser necesario, pero en cierta medida para algunos huéspedes puede ser importante más que por costumbre que por necesidad; mientras que el 13% de establecimientos no regulados ofrecen este tipo de servicio, al parecer que no todos estos establecimientos tienen esta oferta porque a lo mejor algunos tratan de cubrir esta costumbre de los huéspedes.

Continuando con los establecimientos regulados en un 46% tienen un servicio denominado guarda equipaje que en ciertos casos le da un toque de exclusividad al establecimiento porque esto puede significar mayor comodidad al huésped.

El 77% de los establecimientos del sistema regulado ofrecen información turística, al poseer esta oferta los establecimientos en mención pueden ayudar a los huéspedes que no tienen conocimiento de ciertos aspectos de la ciudad,



esto puede significar que los regulados se preocupan por satisfacer todas las necesidades de los clientes.

En el caso del servicio de lavandería el 65% de los establecimientos regulados tienen en su planta esta opción tanto por el lavado de su lencería plana como rizadas, etc., además ofrecen a los huéspedes el lavado de sus prendas, significando esto un plus de ingreso económico para el establecimiento por el hecho que este servicio está fuera del contrato de alojamiento del huésped. Mientras que el 44 % de establecimientos no regulados poseen el servicio de lavadora personal, esto quiere decir que los mismos huéspedes son quienes lavan sus prendas además el costo de este servicio ya viene incluido en la tarifa cobrada.

El 100% de los establecimientos regulados ofrecen a los huéspedes el servicio de radio, se puede decir que los establecimientos en mención no solo se centran en las necesidades de los huéspedes sino también en los gustos, pues hay clientes que prefieren escuchar radio como una forma de relajarse o simplemente mantenerse informados.

Continuando con los establecimientos regulados el 81% tienen atención en la recepción las 24 horas, para estos establecimientos este servicio es primordial por el hecho que hay huéspedes que suelen llegar en diferentes horas ya sea en la mañana, tarde, noche o madrugada, y lo que pretenden es hacer que la estadía del huésped sea satisfactoria desde su llegada.

Con respecto al servicio de restaurante y bar-cafetería el 56% de los establecimientos del sistema regulado han optado por integrar este servicio, se puede justificar que al poseer el mismo puede ser por generar un ingreso adicional o también para que el huésped en su comodidad pueda servirse los alimentos sin tener que trasladarse a otros lugares.

Seguidamente en el caso del servicio correspondiente a la secadora de cabello en la habitación el 42% de los establecimientos regulados poseen el mismo, algunos establecimientos implementan este tipo de servicio para que



los huéspedes se sientan satisfechos con cada detalle que se oferta durante su estadía.

En cuanto al servicio a la habitación el 58% de establecimientos del sistema regulado, tienen esta oferta que está incluido en la tarifa de cobro por el hospedaje, el servicio en mención es una forma de agradecer al huésped.

El 48% de establecimientos regulados poseen el servicio de estacionamiento, se puede decir que al tener este servicio se evita que los huéspedes que se trasladan en vehículos tengan que incomodarse caminando hacia el establecimiento a alojarse. Mientras que en los establecimientos no regulados el 42% de estos, tienen el servicio en mención, se puede deducir que tienden a ofertar un servicio de estacionamiento por el hecho de que algunos lugares de alojamiento son en ciertos casos: departamentos, casas, edificios residenciales entre otros y que en su estructura poseen el servicio mencionado lo cual facilita ofrecer a los huéspedes sin inconveniente alguno.

Con referencia al servicio de transfer el 63% de los establecimientos regulados ofertan este servicio el cual facilita el traslado de los huéspedes, cabe mencionar que se incluye en la tarifa de hospedaje, pero algunos establecimientos suelen prestar el servicio de transfer por un pago adicional a la tarifa cobrada.

En el 92% de establecimientos del tipo regulado tienen el servicio de Tv por cable en la habitación, es decir una gran mayoría de establecimientos, tienden a ofrecer este servicio para que el alojamiento del huésped sea completo y satisfactorio. Mientras que el 58% de establecimientos no regulados también poseen el servicio en mención, pero se puede notar que no en todos los establecimientos, se puede justificar que en cierta medida puede ser porque significaría un costo adicional, a comparación de tarifa cobrada.

Finalmente, el 100% de establecimientos tanto regulados y no regulados ofertan el servicio de Wi-fi, no solo por comodidad del huésped sino porque hoy en día este servicio es considerado como básico.



Tabla 20

*Porcentaje de establecimientos que ofertan servicios, clasificados por regulados y no regulados*

Servicios	Establecimientos Regulados	Establecimientos No Regulados
Acceso para personas con capacidades especiales	29%	4%
Aire acondicionado	31%	0%
Amenities de lujo	46%	0%
Amenities básicos (elementos de aseo)	50%	96%
Áreas verdes y espacio para BBQ	0%	2%
Área de computación con acceso a internet gratuito	8%	0%
Ascensor	13%	0%
Atención médica	6%	0%
Baño privado	94%	0%
Baños de cajón	6%	0%
Business center	15%	0%
Caja fuerte por habitación	65%	0%
Calefacción	48%	13%
Canchas deportivas	2%	0%
Cocina	0%	81%
Espacio para mascotas	2%	15%
Desayuno normal	0%	15%
Desayuno buffet	21%	0%
Estación de café y té gratuito	25%	0%
Galería de artesanías	6%	0%
Gimnasio	10%	2%
Guarda equipaje	46%	0%
Habitación insonorizada	29%	0%
Información turística	77%	0%
Juegos Infantiles	4%	0%
Jacuzzi	0%	2%
Lavadora personal	0%	44%
Lavandería	65%	0%
Microondas	0%	8%
Minibar en la habitación	25%	0%
Piscina	6%	2%



Radio	100%	0%
Recepción las 24 horas	81%	0%
Restaurante y bar - cafetería	56%	0%
Sala de eventos	27%	0%
Secadora de cabello en la habitación	42%	10%
Secadora de ropa	0%	38%
Servicio a la habitación	58%	0%
Servicio de niñera	4%	0%
Servicio de conserjería	13%	0%
Servicio de estacionamiento	48%	42%
Servicio de portería	0%	4%
Sistema de seguridad con video de circuito cerrado	8%	0%
Spa	15%	0%
Teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales	38%	0%
Transfer	63%	0%
Turco	8%	0%
TV	0%	17%
TV por cable	92%	58%
Wake up call con previa solicitud	23%	0%
Wi-Fi	100%	100%

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



### **3.2.2 Estructura de determinación de la promoción en base al nivel de ocupación de alojamiento**

Para determinar la promoción utilizada por los establecimientos de alojamiento regulado, se compara con la ocupación de alojamiento, diferenciando la clasificación y tipo de establecimiento, el análisis establecido se presenta en el Anexo 5.

En el Grafico N°21, se determina los medios que no son factibles o que no han causado impacto para atraer la atención de los huéspedes, entre ellos se tiene que: las tarjetas de presentación, la Tv y whatsapp, se puede indicar que, para los establecimientos regulados, invertir recursos en los medios mencionados no causará el impacto esperado.

Entonces se puede notar claramente que los establecimientos regulados poseen seis ejes de canales promoción, en los cuales se pueden enfocar para obtener resultados favorables a la hora de realizar publicidad por lo tanto se tienen los siguientes resultados en cuanto a medios factibles: en primer lugar se tiene el portal web el cual ha causado una ocupación del 38.38% cabe mencionar que en estos sitios se puede encontrar información detallada del establecimiento en donde se puede visualizar: servicios, tarifas, tipo de habitaciones, información general, opción para realizar consultas y reservas; lo cual quiere decir que los clientes que revisan un portal web pueden informarse del establecimiento de forma rápida y directa. En segundo lugar, se cuenta con la revista especializada en donde realizan su promoción los diferentes establecimientos de alojamiento regulado, dándole como un resultado del 36.81% de ocupación, misma que puede significar un acertado grado de inversión pero que si causa resultados favorables, pese a ser un medio físico puede competir con los medios digitales para captar posibles huéspedes pues su difusión puede ser tanto local como nacional.

Como tercer medio que influye en la promoción de los establecimientos en mención se tiene la radio, cabe indicar que este es de difusión local, y que pudo generar un 33.43% de ocupación, entonces se puede deducir que en



cierta ocupación de alojamiento se encuentran huéspedes locales, por lo tanto, la inversión realizada en este canal de promoción es rentable.

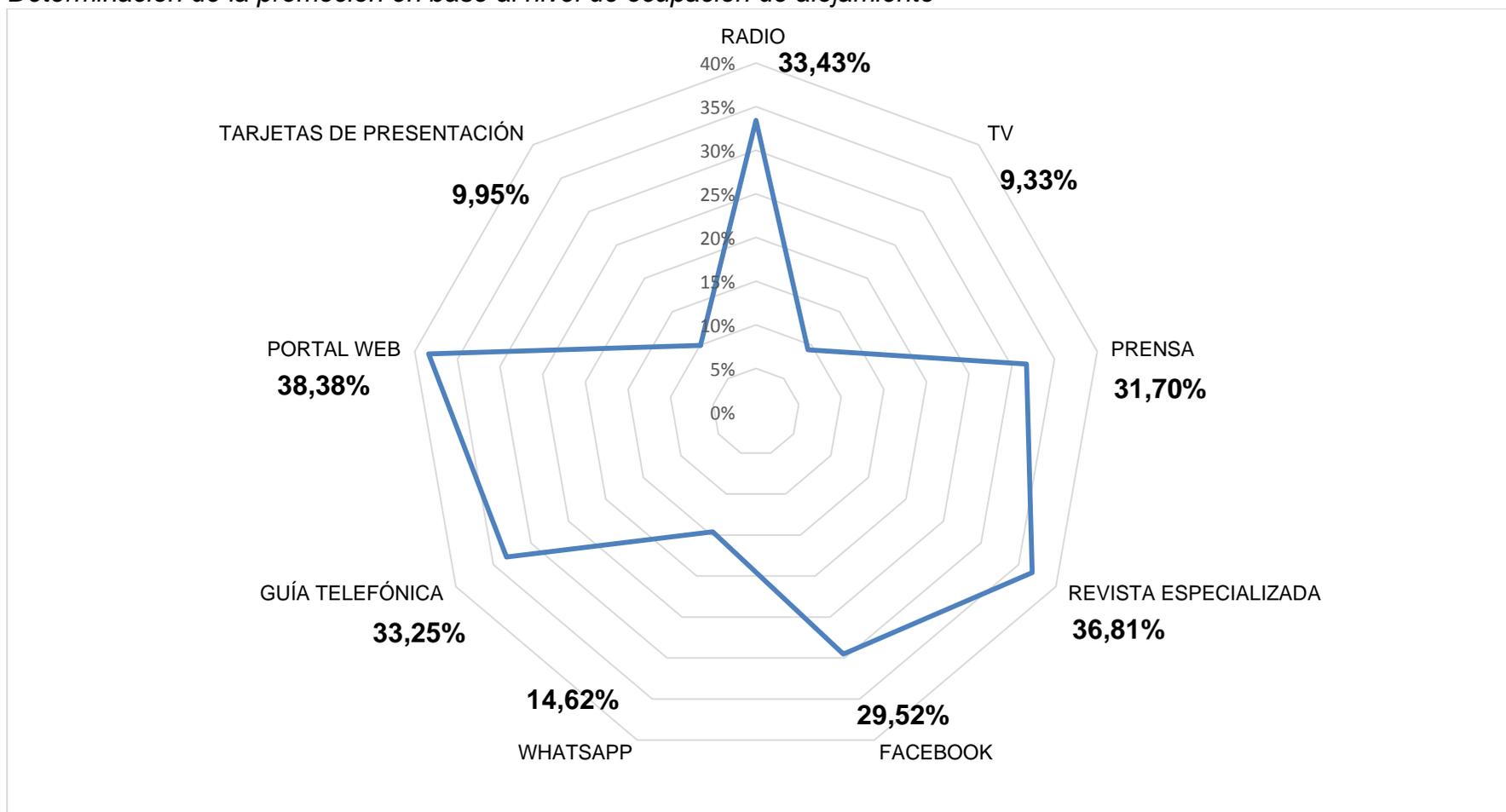
Seguidamente como cuarto medio de promoción se considera a la guía telefónica como un recurso favorable, por el hecho que ha generado un 33.25% ocupación en alojamiento, pese que esta requiere una cierta inversión, aunque su divulgación es de carácter local y es de uso para obtener información telefónica y direcciones.

Como quinto medio de promoción que favorece en la publicidad a los establecimientos de alojamiento se tiene a la prensa, el cual da un indicio de ocupación del 31.70%, cabe indicar que el medio en mención es de propagación local, entonces se puede deducir que en cierta medida los huéspedes que llegan a estos establecimientos que emplean el medio en mención son locales o a su vez nacionales.

Finalmente, como sexto medio de promoción pese a que estamos en la era de las redes sociales, Facebook aún no es relevante para efectuar publicidad atraer posibles huéspedes a los diversos tipos de alojamiento regulado, pues como se puede visualizar la ocupación de alojamiento llega a un 29.52%, se puede justificar este hecho talvez en consideración que esta red social aun no es considerada como un medio formal de información, pese a que es un canal de difusión masiva.



Gráfico 21  
*Determinación de la promoción en base al nivel de ocupación de alojamiento*



**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”

### 3.3. Matriz de resultados del capítulo 3 (Factores de diferenciación por variables de competencia)

	Establecimientos Regulados	Establecimientos No Regulados
<b>Factores de competencia</b>	<p>- Se establece un análisis del índice tarifa –precio habitación, en el cual se determina los siguientes resultados:</p> <p>En el caso de la habitación simple de los hoteles boutique de lujo con tarifa promedio de \$119.00 tiene una relación con el número de servicios que se oferta, es decir el cliente realiza un pago justo por los servicios recibidos durante su estadía. Mientras que en los hostales de primera categoría con tarifa de \$31.00 de la habitación simple, está acorde al número de servicios que se ofertan al cliente para una estadía satisfactoria. Finalmente, en los hoteles de segunda categoría, los cuales cobran una tarifa de \$23.91, justifican este valor al mantener una relación con la cantidad de servicios ofertados durante la estadía.</p>	<p>- En los establecimientos no regulados se establece un análisis del índice tarifa –precio habitación, en el cual se encuentran los siguientes resultados:</p> <p>En la casa apartamento la tarifa \$53.00 está por encima del número de servicios que se oferta al huésped para su estadía. Mientras que en las habitaciones compartidas siendo su tarifa promedio de \$16.67 y la habitación privada con tarifa promedio \$20.17, la cantidad de servicios ofertados está por encima de las tarifas, dando a parecer que en este tipo de modalidad se trata de satisfacer al cliente ofreciendo tarifas bajas a cambio de una estadía confortable.</p>
	En cuanto a la promoción en los establecimientos de	- Se genera un análisis comparativo con respecto



<b>Factores de diferenciación</b>	<p>alojamiento regulado se establecen seis ejes de canales de difusión, mismos que fueron obtenidos al realizar un análisis entre los canales de difusión y la ocupación hotelera, obteniendo los siguientes resultados:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Portal web el cual presenta un 38% de ocupación hotelera.</li><li>2. Revista especializada, misma que dio un resultado de ocupación del 36.81%.</li><li>3. Radio, la cual ha generado una ocupación hotelera de 33.43%.</li><li>4. Guía Telefónica, que ha producido un 33.25% de ocupación hotelera.</li><li>5. Prensa, dando un resultado de 31.70% de ocupación.</li><li>6. Facebook, presenta una ocupación hotelera del 29.52%.</li></ol>	<p>al porcentaje de establecimientos no regulados que ofrecen un determinado servicio, obteniendo un resultado de que los establecimientos en mención tienen un mínimo de servicios, e inclusive la tarifa es reducida.</p> <p>- En los establecimientos no regulados no se pudo realizar el análisis de los canales de promoción con la ocupación de alojamiento, porque el hecho que obtener la información acerca de la ocupación es difícil porque para estos establecimientos son datos confidenciales.</p>
-----------------------------------	--	--

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



#### 4. RESULTADOS

En el estudio planteado se determinó, como primera instancia una agrupación de los establecimientos regulados por clasificación y categoría así mismo los establecimientos no regulados agrupados por modalidad. En los establecimientos regulados se generan las siguientes agrupaciones siendo estas las siguientes:

Con respecto a los servicios se elaboró un inventario de servicios, agrupados por clasificación y categoría de establecimientos regulados; en el cual se indica el número de establecimientos que poseen cierto servicio. Mediante el inventario se descubre cuantos servicios ofertan, así se tiene que: los apartamentos turísticos de primera categoría ofertan 18 servicios; los hostales de primera tienen 24 servicios, los de segunda 16 servicios, los de tercera 9 servicios. Mientras que las hosterías de lujo ofrecen 32 servicios y las de primera categoría 27 servicios. En los hoteles de lujo se detectan 36 servicios, en los de primera categoría 33 servicios, en los de segunda 21 y en los de tercera categoría 12 servicios. Finalmente, en los hoteles boutique de lujo se ofertan 23 servicios y en los de primera categoría 21 servicios. Seguidamente se establece una agrupación combinando servicios y tarifas por clasificación, categoría y tipo de habitación de los establecimientos regulados; en el cual se indica el número de establecimientos que posee un determinado servicio acorde a la tarifa determinada por medio de rangos mismos que están identificados como con la nomenclatura "R".

En cuanto a la promoción se plantea un agrupamiento por canal de difusión acorde a la clasificación y categoría de los establecimientos regulados. Y se genera una agrupación en combinación de la promoción y ocupación por categoría de los establecimientos regulados. Al crear esta agrupación se determina que para los hoteles de segunda categoría el canal de difusión radio es considerado importante para su gestión de promoción, mientras que la prensa es muy importante para estos establecimientos. Los hoteles de lujo valoran como muy importante al medio de difusión revista



especializada. Mientras que las hosterías de primera categoría estiman como muy importante el canal Facebook como medio de difusión.

Los hostales de segunda consideran como muy importante el medio whatsapp. En cambio, las hosterías de primera valoran como importante para su difusión la guía telefónica y seguidamente como un medio importante es el portal web. Finalmente, los hostales de tercera categoría consideran muy importante el uso de las tarjetas de presentación como un medio de promoción. Los resultados revelados con respecto a la promoción han sido determinados mediante el análisis de la relación entre el canal de difusión y la ocupación acorde a la clasificación y categoría de establecimiento.

En cuanto a la variable tarifa, se realizó un agrupamiento de tarifas promedio por clasificación, categoría y tipo de habitación de establecimientos regulados. Seguidamente se determina la variación porcentual de tarifas por persona acorde a la categoría en, el cual se detecta que los establecimientos de lujo, primera y segunda categoría, adquieren un mayor porcentaje de ganancia por persona en las habitaciones simples; mientras que en los de tercera categoría no se obtiene un porcentaje de ganancia.

En el caso de los establecimientos no regulados se elaboran los siguientes agrupamientos:

Con respecto a la variable servicios, se realizó un inventario en donde se agrupan por modalidad de alojamiento, en el cual se indica el número de establecimientos que poseen cierto servicio; en el análisis de dicho inventario se identificó cuantos servicios poseen cada una de las modalidades de alojamiento, a continuación, el detalle: la casa apartamento tienen 19 servicios, en el caso de las habitaciones compartida poseen 9 servicios y finalmente la habitación privada cuenta con 13 servicios. También se elabora un agrupamiento en el cual se combina servicios y tarifas por modalidad de alojamiento y se indica el número de establecimientos acorde al servicio y la tarifa que poseen. Las tarifas fueron determinadas por rangos en el cual se proporciona la nomenclatura "R".



En el caso de la promoción, se elabora un agrupamiento por canal de difusión por modalidad de alojamiento de los establecimientos no regulados. Al realizar el análisis del agrupamiento planteado se determina que, los establecimientos no regulados consideran que los canales de difusión radio, prensa y whatsapp no tienen importancia para los procesos de promoción, mientras que Facebook, Instagram, Twitter, Spotify, Portal web y revista especializada son valoradas de importancia para realizar la difusión y llegar al mercado objetivo.

Con respecto a la variable tarifa, se crea una agrupación de tarifas promedio por modalidad de alojamiento de los establecimientos no regulados.

En los factores de competencia de los establecimientos regulados se establece un análisis del índice tarifa –precio habitación, en el cual se determina los siguientes resultados:

En el caso de la habitación simple de los hoteles boutique de lujo con tarifa promedio de \$119.00 tiene una relación con el número de servicios que se oferta, es decir el cliente realiza un pago justo por los servicios recibidos durante su estadía. Mientras que en los hostales de primera categoría con tarifa de \$31.00 de la habitación simple, está acorde al número de servicios que se ofertan al cliente para una estadía satisfactoria. Finalmente, en los hoteles de segunda categoría, los cuales cobran una tarifa de \$23.91, justifican este valor al mantener una relación con la cantidad de servicios ofertados durante la estadía.

Mientras que, en los establecimientos no regulados con respecto a lo factores de competencia, se establece un análisis del índice tarifa –precio habitación, en el cual se encuentran los siguientes resultados:

En la casa apartamento la tarifa \$53.00 está por encima del número de servicios que se oferta al huésped para su estadía. Mientras que en las habitaciones compartidas siendo su tarifa promedio de \$16.67 y la habitación privada con tarifa promedio \$20.17, la cantidad de servicios ofertados está por encima de las tarifas, dando a parecer que en este tipo de modalidad se trata



de satisfacer al cliente ofreciendo tarifas bajas a cambio de una estadía confortable.

Para los resultados de la comparación entre establecimientos regulados y no regulados se tomó como referencia la habitación simple, por el hecho que es la de menor precio a consideración de las demás.

En el caso de los factores de diferenciación, en los establecimientos regulados, se establece el porcentaje que poseen un determinado servicio, mediante esta propuesta se realiza una comparación entre establecimientos regulados y no regulados, dando como resultado, lo siguiente:

Los establecimientos regulados ofrecen una gama completa de servicios, pero cabe mencionar que en ciertos casos se dan variaciones entre la tarifa y el número de servicios, pues en algunos establecimientos las tarifas son altas con un mínimo de servicios y en otras ocasiones los servicios están por encima de las tarifas. En cuanto a la promoción, en los establecimientos de alojamiento regulado se establecen seis ejes de canales de difusión, mismos que fueron obtenidos al realizar un análisis entre los canales de difusión y la ocupación hotelera, obteniendo los siguientes resultados:

1. Portal web el cual presenta un 38% de ocupación hotelera.
2. Revista especializada, misma que dio un resultado de ocupación del 36.81%.
3. Radio, la cual ha generado una ocupación hotelera de 33.43%.
4. Guía Telefónica, que ha producido un 33.25% de ocupación hotelera.
5. Prensa, dando un resultado de 31.70% de ocupación.
6. Facebook, presenta una ocupación hotelera del 29.52%.

Continuando con los factores de competencia, en el caso de los establecimientos de alojamiento no regulado, se genera un análisis comparativo en el cual se verifica acerca de un determinado servicio que estos establecimientos ofrecen, obteniendo un resultado de que tienen un mínimo de servicios, e inclusive la tarifa es reducida.



En los establecimientos no regulados no se pudo realizar el análisis de los canales de promoción con la ocupación de alojamiento, porque el hecho que obtener la información acerca de la ocupación es difícil porque para estos establecimientos son datos confidenciales.

Al realizar las agrupaciones y por consiguiente la comparación entre los dos sistemas de alojamiento, se puede decir que los establecimientos no regulados son apetecidos por los huéspedes por el factor precio, pues son bajos y pese a que ofertan servicios que simplemente son básicos para un huésped. Mientras que los establecimientos regulados ofrecen una gama completa de servicio de acuerdo a la categoría, pero a diferencia que sus tarifas en ciertos casos son extremadamente altas, pero cabe mencionar que también tienen tarifas bajas, pero limitando los servicios, lo que se puede interpretar que a mayor precio más calidad en los servicios prestados y a menor tarifa, calidad en servicios no asegurada.

## 5. CONCLUSIONES

En conclusión, con la ejecución de este estudio se puede dar respuesta a ciertas interrogantes, con respecto a los establecimientos de alojamiento regulado:

¿Influye la categoría del establecimiento en el uso de canales de difusión? La categoría de los establecimientos de alojamiento regulado si influye en el uso de los canales de difusión porque se genera la situación de que a mayor categoría es más alta la tarifa a cobrar lo cual representa una ventaja para realizar cierta inversión. Continuando con los cuestionamientos también que ¿Las tarifas establecidas están en relación a los servicios ofertados por el establecimiento de alojamiento en el caso de los regulados? En ciertos casos en los establecimientos de alta categoría la tarifa es elevada y los servicios son reducidos, mientras que en los establecimientos de menor categoría centran sus esfuerzos en ofrecer más servicios por una tarifa mínima utilizando esta opción como una estrategia de venta.



También se ha dado respuesta a las interrogantes planteadas para los establecimientos de alojamiento no regulado, siendo estas las siguientes:

¿Se pueden sostener los establecimientos no regulados ante un descenso de ocupación? De acuerdo al análisis que se ha realizado se podría decir que los establecimientos de alojamiento no regulado si pueden soportar una crisis en el caso de un descenso de alojamiento por el hecho de que hacen buen uso de las estrategias de mercadeo e incluso es notorio que tienen autonomía en la decisión de establecer sus tarifas. ¿Por qué los establecimientos no regulados tienen tarifas bajas? Se puede manifestar que estos establecimientos llevan tarifas bajas por el hecho que tienen su autonomía en la decisión de disponer de las mismas, además están regidos por el sistema airbnb el cual permite regirse de acuerdo a las preferencias de los posibles huéspedes.

Finalmente se puede concluir recomendando a los establecimientos de alojamiento regulado mejorar el sistema de tarifas y servicios para que estos estén a la par y no causar una estrategia engañosa, también se puede indicar que es necesario que estos establecimientos empiecen a utilizar medios alternativos de promoción como las redes sociales para realizar su promoción y así atraer huéspedes, y poco a poco abandonar las formas empíricas empleadas en la actualidad.



## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Airbnb. (2017). *Antecedentes de Airbnb*. Obtenido de Airbnb:  
<https://www.airbnb.com.ec/about/about-us>
- Airbnb. (2017). *Casas/apartamentos enteros*. Obtenido de Airbnb:  
<https://www.airbnb.com.ec/help/article/5/what-does-the-room-type-of-a-listing-mean>
- Airbnb. (2017). *Habitación compartida*. Obtenido de Airbnb:  
<https://www.airbnb.com.ec/help/article/5/what-does-the-room-type-of-a-listing-mean>
- Airbnb. (2017). *Habitaciones privadas*. Obtenido de Airbnb:  
<https://www.airbnb.com.ec/help/article/5/what-does-the-room-type-of-a-listing-mean>
- Airbnb. (2017). *Posicionamiento de Airbnb*. Obtenido de Airbnb:  
[https://blog.atairbnb.com/how-search-makes-the-best-matches-es/?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=August\\_2016](https://blog.atairbnb.com/how-search-makes-the-best-matches-es/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=August_2016)
- Airbnb. (2018). *Los Servicios*. Obtenido de Airbnb:  
<https://www.airbnb.com.ec/hospitality>
- Biblioteca Nacional de España. (2016). *Directorios*. Obtenido de Introducción a las obras de consulta:  
<http://www.bne.es/es/Micrositios/Guias/ObrasReferencia/AnuariosDirectorios/Directorios/>
- Corfú Turismática. (15 de Septiembre de 2016). *Inventario Hotel*. Obtenido de Corfú Turismática: <http://www.gchcorfu.com/manual/04040Inven.pdf>
- Delio, E. (2011). La televisión en la sociedad de la información. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, 198.
- El Comercio. (24 de Junio de 2014). *La Casa de las Posadas funcionó como hospedaje para comerciantes*. Obtenido de Diario El Comercio:  
<http://www.elcomercio.com/tendencias/casa-posadas-funciono-hospedaje-comerciantes-museos-cuenca-historia.html>
- EURES. (2017). *Planteamiento de la Investigación*. Obtenido de EURES:  
<http://www.eures-norteportugal-galicia.org/wp-content/themes/eures/contenidos/cds/cd04/c/022.html>



- GROPPE. (Julio de 2010). *Tarjetas de Presentación* . Obtenido de GROPE:  
<http://groppeimprenta.com/noticias/24-tarjetas-de-presentacion/32-tarjetas-de-presentacion.html>
- Guerrero González , P. E., & Ramos Mendoza, J. R. (2014). Oferta y Demanda Turística. En P. E. Mendoza, *Introducción al Turismo: Económico Administrativo* (pág. 182). México: Grupo Editorial Patria.
- Ibañez Pérez, R., & Cabrera Villa, C. (2011). Definiciones y antecedentes históricos del turismo. En R. I. Villa, *Teoría General del Turismo: un enfoque global y nacional* (págs. 32-34). México: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA SUR.
- Ilustre Municipalidad de Cuenca. (2010). Plan Especial de Centro Histórico de Cuenca. Cuenca, Azuay, Ecuador.
- Instituto de Formación y Estudios Sociales . (2009). *Marketing y Publicidad*. Obtenido de IFES: <http://projects.ifes.es/pdfs/hand/spa6.pdf>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2017). *Declaración de Cuenca como Patrimonio Cultural de la Humanidad*. Obtenido de INPC:  
<http://patrimoniocultural.gob.ec/cuenca/>
- Instragram. (2017). *Instagram*. Obtenido de Acerca de Instagram:  
<https://www.instagram.com/about/us/>
- Kotler, P. (2001). Identificación de los segmentos del mercado y selección de los mercado meta. En P. Kotler, *Dirección de Mercadotecnia* (pág. 34). Evanston: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Selección de los factores de diferenciación y de similitud. En P. K. Keller, *Dirección de Marketing* (págs. 315-316). México: Pearson.
- Marrero, F. J. (Noviembre de 2016). *Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados*. Obtenido de Hosteltur:  
<https://static.hosteltur.com/web/uploads/2016/10/hosteltur-glosario-de-terminos%20hoteleros-turisticos-y-relacionados.pdf>
- Ministerio de Turismo . (18 de Febrero de 2016). Clasificación y Categorización de los Establecimientos de Alojamiento Turístico. *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Quito, Pichincha, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Turismo . (18 de Febrero de 2016). Reglamento de Alojamiento Turístico. Quito, Pichincha, Ecuador.



- Ministerio de Turismo. (2015). Requisitos Distintivos Para Establecimientos De Alojamiento Turístico Categorizado. En M. d. Turismo, *Reglamento de Alojamiento Turístico* (págs. 13-34). Quito: Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (24 de Marzo de 2015). Requisitos Distintivos para la Categorización de los Establecimientos de Alojamiento Turístico. *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Quito, Pichincha, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (18 de Febrero de 2016). Capítulo I: AMBITO GENERAL. *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Quito, Pichincha, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Muñoz Corvalán , J. L. (Noviembre de 2012). *LOS MAX MEDIA Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD* . Obtenido de Eumed:  
<http://www.eumed.net/rev/cccss/22/prensa-tv-radio-cine.html>
- Muñoz, J. L. (2012). Prensa. *Eumed*.
- Newsroom. (2018). *Newsroom*. Obtenido de Facebook History:  
<https://newsroom.fb.com/company-info/>
- Onorato, M. (2017). *Tarifas hoteleras*. Obtenido de Diario del Hotelero:  
<http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticias/detalle/tarifas-hoteleras->
- Porter, M. (1991). Diferenciación. En M. Porter, *Ventaja Competitiva* (págs. 31-32). Buenos Aires: Rei Argentina.
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). La Planificación de Programas de Marketing. En P. V. S.L, *Marketing Estratégico: Marketing y publicidad* (págs. 31-32). Málaga: Vértice.
- Rodríguez del Bosque, I., Suárez Vázquez, A., & García de los Salmones, M. (2011). Revistas. En I. Rodríguez del Bosque, A. Suárez Vázquez, & M. García de los Salmones, *Dirección publicitaria* (págs. 141-142). Barcelona: UOC.
- Romesburg, C. (2004). What Cluster Analysis is about. En C. Romesburg, *Cluster Analysis for Researchers* (págs. 2-4). North Carolina : Lulu Press.
- SECTUR. (16 de Abril de 2008). *Glosario*. Obtenido de SECTUR:  
[http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario\\_O](http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_O)



- Serrano, A. L., & Villafuerte Pucha, E. (2017). INDICADORES TURÍSTICOS: OFERTA Y DEMANDA DE LA CIUDAD PATRIMONIAL DE CUENCA - ECUADOR. *REVISTA LATINO AMERICANA DE TURISMOLOGIA*, p.61.
- Soto, B. (03 de Noviembre de 2012). *Páginas web corporativas*. Obtenido de GESTION.ORG: <https://www.gestion.org/marketing/marketing-online/31910/paginas-web-corporativas-que-son/>
- Spotify. (2017). *¿Qué es Spotify?* Obtenido de Spotify: [https://support.spotify.com/bo/using\\_spotify/the\\_basics/what-is-spotify/](https://support.spotify.com/bo/using_spotify/the_basics/what-is-spotify/)
- Sussman, J. (1998). *El poder de la promoción*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Twitter. (2017). *Introducción a Twitter*. Obtenido de Twitter: <https://business.twitter.com/es/help/overview/what-are-promoted-tweets/promoted-only-tweets.html>
- Whatsapp. (2017). *Acerca de WhatsApp*. Obtenido de Whatsapp: <https://www.whatsapp.com/about/>



### 7. ANEXOS

#### Anexo 1

#### Encuesta 1



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

Encuestador		Fecha		Establecimiento	
-------------	--	-------	--	-----------------	--

Por favor necesitamos su valiosa colaboración a través de la información real que Usted pueda proveernos, que contribuirá al mejoramiento del sector hotelero. Los datos de consulta serán absolutamente confidenciales y no serán usados salvo con fines informativos y/o de divulgación científico-académicos.

1. ¿Por favor indique cuál es el número de plazas en este establecimiento?

- 3. Marzo \_\_\_\_\_
- 4. Abril \_\_\_\_\_
- 5. Mayo \_\_\_\_\_
- 6. Junio \_\_\_\_\_

2. ¿Por favor indique el tipo y tarifa promedio de las habitaciones existentes en este establecimiento?

	TIPO	TARIFA PROMEDIO	TARIFA RACK
1. Simple			
2. Doble			
3. Triple			
4. Cuádruple			
5. Quíntuple			
6. Suite			
7. Otra (Especifique)			

8. Indique cuántas noches en total pernoctaron los huéspedes extranjeros en el mes de:

- 1. Enero \_\_\_\_\_
- 2. Febrero \_\_\_\_\_
- 3. Marzo \_\_\_\_\_
- 4. Abril \_\_\_\_\_
- 5. Mayo \_\_\_\_\_
- 6. Junio \_\_\_\_\_

9. Indique el porcentaje promedio de ocupación hotelera en el mes de:

- 1. Enero \_\_\_\_\_
- 2. Febrero \_\_\_\_\_
- 3. Marzo \_\_\_\_\_
- 4. Abril \_\_\_\_\_
- 5. Mayo \_\_\_\_\_
- 6. Junio \_\_\_\_\_

NO  
PREGUNTAR

3. ¿Cuál es el segmento que mayoritariamente se aloja en este establecimiento?

Mes	1. Business	2. Turista	3. Huésped sin reserva	4. Grupos	5. Otro Especifique
Enero					
Febrero					
Marzo					
Abril					
Mayo					
Junio					

- 1. Si  2. No

4. Indique el número total de viajeros que se hospedaron en este establecimiento en el mes de:

- 1. Enero \_\_\_\_\_
- 2. Febrero \_\_\_\_\_
- 3. Marzo \_\_\_\_\_
- 4. Abril \_\_\_\_\_
- 5. Mayo \_\_\_\_\_
- 6. Junio \_\_\_\_\_

5. Indique el número total de huéspedes nacionales que se alojaron en su establecimiento en el mes de:

- 1. Enero \_\_\_\_\_
- 2. Febrero \_\_\_\_\_
- 3. Marzo \_\_\_\_\_
- 4. Abril \_\_\_\_\_
- 5. Mayo \_\_\_\_\_
- 6. Junio \_\_\_\_\_

6. Indique cuántas noches en total pernoctaron los huéspedes nacionales en el mes de:

- 1. Enero \_\_\_\_\_
- 2. Febrero \_\_\_\_\_
- 3. Marzo \_\_\_\_\_
- 4. Abril \_\_\_\_\_
- 5. Mayo \_\_\_\_\_
- 6. Junio \_\_\_\_\_

7. Indique el número total de huéspedes extranjeros que se alojaron en su establecimiento en el mes de:

- 1. Enero \_\_\_\_\_
- 2. Febrero \_\_\_\_\_

NO  
PREGUNTAR

11. ¿Cuántos empleados fijos tuvo este establecimiento en?

- 1. Enero \_\_\_\_\_
- 2. Febrero \_\_\_\_\_
- 3. Marzo \_\_\_\_\_
- 4. Abril \_\_\_\_\_
- 5. Mayo \_\_\_\_\_
- 6. Junio \_\_\_\_\_

11.1. ¿Cuántos empleados temporales tuvo este establecimiento en?

- 1. Enero \_\_\_\_\_
- 2. Febrero \_\_\_\_\_
- 3. Marzo \_\_\_\_\_
- 4. Abril \_\_\_\_\_
- 5. Mayo \_\_\_\_\_
- 6. Junio \_\_\_\_\_

12. ¿Cuál es el canal con el que sus clientes frecuentemente realizan sus reservas? (seleccione 5 canales por nivel de importancia) Siendo 1 muy importante, 2 importante, 3 medianamente importante, 4 poco importante y 5 sin importancia

1. Booking	
2. Trip Advisor	
3. Trivago	
4. Despegar	
5. HostelWorld	
6. Hoteles.com	
7. Hostel Club	
8. Hostels.com	
9. Ctrip	
10. Priceline	
11. Backpackers world travel	
12. Agoda	
13. AirBnB	



14. WorldPackers	
15. Correo	
16. Whatsapp	
17. Teléfono mobil	
18. Otros / Especifique	

Email de contacto \_\_\_\_\_

Teléfono \_\_\_\_\_

15. En cuanto a la promoción de su establecimiento ¿cuál es el canal que mejor resultado ha obtenido? (seleccione 5 canales por nivel de importancia) Siendo 1 muy importante, 2 importante, 3 medianamente importante, 4 poco importante y 5 sin importancia.

1. Radio	
2. TV	
3. Prensa	
4. Revista especializada	
5. Facebook	
6. Whatsapp	
7. Instagram	
8. Twitter	
9. Spotify	
10. Otros Especifique	

16. ¿Cuál es el consumo de energía de su establecimiento en el mes de? No preguntar

	Luz (KW)	Agua (m <sup>3</sup> )
1. Enero		
2. Febrero		
3. Marzo		
4. Abril		
5. Mayo		
6. Junio		

NO  
PREGUNTAR

17. Tiene un sistema de reciclaje de desechos sólidos.  
1. Si  2. No

17.1 Peso  Kg

Día	Semana	Mes
Lunes	1	1
Martes		2
Miércoles	2	3
Jueves		4
Jueves		5
Viernes	3	6
Viernes		7
Sábado		8
Sábado		9
Domingo	4	10
Domingo		11
		12

NO  
PREGUNTAR

**DATOS DE CLASIFICACIÓN**

13. Tipo de establecimiento

- 1. Hotel
- 2. Hotel Boutique
- 3. Hostal
- 4. Hostería
- 5. Refugio
- 6. Casa de Huéspedes

Otro especifique: \_\_\_\_\_

14. Categoría del establecimiento

- 1. Primera
- 2. Segunda
- 3. Tercera
- 4. Cuarta

Otro especifique: \_\_\_\_\_



Anexo 2  
Encuesta 2



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD**

<b>Nombre del establecimiento:</b>	<b>Código:</b>
------------------------------------	----------------

Por favor necesitamos su valiosa colaboración a través de la información real que Usted pueda proveernos, que contribuirá a la elaboración de material académico. Los datos de consulta serán absolutamente confidenciales y no serán usados salvo con fines informativos y/o de divulgación científico-académicos.

**1. Tipo de establecimiento**

- 1. Hotel
- 2. Hotel Boutique
- 3. Hostal
- 4. Hostería
- 5. Refugio
- 6. Casa de Huéspedes

**2. Categoría del establecimiento**

- 1. Lujo
- 2. Primera
- 3. Segunda
- 4. Tercera
- 5. Cuarta

**3. ¿Por favor indique el tipo y tarifa promedio de las habitaciones existentes este establecimiento?**

	TIPO	TARIFA PROMEDIO	TARIFA RACK
1. Simple			
2. Doble			
3. Triple			
4. Cuádruple			
5. Quíntuple			
6. Suite			
7. Otra (Especifique)			

**4. ¿Con que servicios cuenta su establecimiento?**

Servicios	Marque
1. Aire acondicionado	
2. Amenities de lujo	
3. Área de computación con acceso a internet gratuito	
4. Ascensor	
5. Atención médica	
6. Baño privado	
7. Business center	
8. Caja fuerte por habitación	
9. Calefacción	
10. Desayuno bufete	
11. Estación de café y té gratuito	
12. Galería de artesanías	
13. Gimnasio	
14. Guarda equipaje	
15. Habitación insonorizada	
16. Información turística	
17. Lavandería	
18. Minibar en la habitación	
19. Recepción las 24 horas	
20. Restaurante y bar	
21. Sala de eventos	
22. Secador de cabello en la habitación	
23. Servicio a la habitación	
24. Servicio de niñera	
25. Servicio de conserjería	
26. Servicio de estacionamiento	
27. Sistema de seguridad con video de circuito cerrado	
28. Spa	
29. Teléfono con acceso a llamadas nacionales / internacionales	
30. Transfer	
31. TV por cable	
32. Wake up call con previa solicitud	
33. Wi-Fi	
34. Otros_ especifique:	



Anexo 3

Análisis de la variación porcentual

<b>LUJO</b>			
<b>Habitación</b>	<b>Tarifa Promedio</b>	<b>Precio por persona</b>	<b>Porcentaje de variación</b>
Cuádruple	\$167.55	\$41.89	
Triple	\$159.52	\$53.17	27%
Doble	\$133.48	\$66.74	26%
Simple	\$95.02	\$95.02	42%
<b>PRIMERA</b>			
<b>Habitación</b>	<b>Tarifa Promedio</b>	<b>Precio por persona</b>	<b>Porcentaje de variación</b>
Cuádruple	\$78.63	\$19.66	
Triple	\$75.80	\$25.27	29%
Doble	\$56.64	\$27.82	12%
Simple	\$38.36	\$38.36	35%
<b>SEGUNDA</b>			
<b>Habitación</b>	<b>Tarifa Promedio</b>	<b>Precio por persona</b>	<b>Porcentaje de variación</b>
Cuádruple	\$52.63	\$13.16	
Triple	\$48.02	\$16.01	22%
Doble	\$33.90	\$16.95	6%
Simple	\$22.21	\$22.21	31%
<b>TERCERA</b>			
<b>Habitación</b>	<b>Tarifa Promedio</b>	<b>Precio por persona</b>	<b>Porcentaje de variación</b>
Cuádruple	0	0	
Triple	\$31.95	\$10.65	0
Doble	\$22.20	\$11.10	4%
Simple	\$11.50	\$11.50	3.60%

**Nota:** Elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



Anexo 4

*Comparación cantidad de servicios y de las tarifas de los establecimientos regulados y no regulados*

Categoría	Clasificación	Número de servicios	Tarifa Simple	Tarifa Doble	Tarifa Matrimonial	Tarifa Triple	Tarifa Cuádruple	Tarifa Quíntuple	Tarifa Suite	Tarifa Airbnb
Lujo	Hostería	32	\$84.18	\$125.66		\$146.60	\$179.34		\$158.60	
Lujo	Hotel	36	\$91.73	\$117.30	\$102.30	\$105.74	\$155.76		\$156.85	
Lujo	Hotel Boutique	23	\$119.00	\$206.00		\$280.00			\$320.00	
Primera	Apartamento Turístico	18	\$38.00	\$55.00		\$68.00	\$85.00		\$100.00	
Primera	Hostal	24	\$31.00	\$47.17		\$67.40	\$77.00	\$110.00	\$95.00	
Primera	Hostería	27	\$33.55	\$53.27	\$58.05	\$72.83		\$82.64	\$90.00	
Primera	Hotel	33	\$35.42	\$54.73	\$77.50	\$76.57	\$78.25		\$84.13	
Primera	Hotel Boutique	21	\$87.50	\$104.50		\$120.00			\$160.00	
Segunda	Hostal	16	\$20.50	\$29.03	\$12.00	\$42.00	\$46.15	\$35.00	\$75.00	
Segunda	Hotel	21	\$23.91	\$38.77		\$54.03	\$65.60			
Tercera	Hostal	9	\$15.00	\$30.00		\$45.00				



Tercera	Hotel	12	\$8.00	\$14.40	\$18.90
Sin Categoría	Casa Apartamento	19			\$53.00
Sin Categoría	Habitación Compartida	5			\$16.67
Sin Categoría	Habitación Privada	13			\$20.17

**Nota:** elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”.



Anexo 5

*Cuadro de determinación de la promoción en base al nivel de ocupación de alojamiento*

Canal	Categoría	Clasificación	Nivel de importancia		Ocupación por medios	Promedio
			Muy importante	Importante		
RADIO	Lujo	Hotel Boutique		25.64%	25.64%	33.43%
	Primera	Hostal	20.68%		20.68%	
	Primera	Hotel	20.12%	39.28%	39.28%	
	Segunda	Hostal	32.26%		32.26%	
	Segunda	Hotel		49.29%	49.29%	
TV	Primera	Hostal		16.13%	16.13%	9.33%
	Primera	Hotel		11.29%	11.29%	
	Primera	Hotel Boutique		0.56%	0.56%	
PRENSA	Lujo	Hotel	28.03%		28.03%	31.70%
	Primera	Apartamento Turístico		31.40%	31.40%	
	Primera	Hotel	39.28%	27.42%	39.28%	
	Segunda	Hostal		32.26%	32.26%	
	Segunda	Hotel	49.29%		49.29%	
	Tercera	Hostal		9.95%	9.95%	
REVISTA ESPECIALIZADA	Lujo	Hotel	83.25%		83.25%	36.81%
	Primera	Apartamento Turístico		44.27%	44.27%	
	Primera	Hostal	26.19%	19.28%	26.19%	
	Primera	Hotel	34.48%	28.88%	34.48%	
	Primera	Hotel Boutique	0.56%	25.00%	25.00%	
	Segunda	Hostal		34.48%	34.48%	
	Segunda	Hotel		10.01%	10.01%	
FACEBOOK	Lujo	Hostería	20.16%		20.16%	29.52%

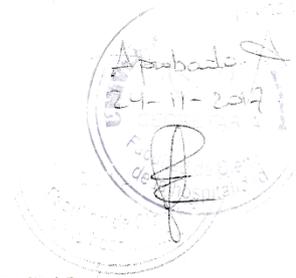


	Lujo	Hotel		41.83%	41.83%	
	Lujo	Hotel Boutique	25.64%		25.64%	
	Primera	Apartamento Turístico	37.83%		37.83%	
	Primera	Hostal	17.88%	22.09%	22.09%	
	Primera	Hostería	74.94%		74.94%	
	Primera	Hotel	20.61%	17.74%	20.61%	
	Primera	Hotel Boutique	25.00%		25.00%	
	Segunda	Hostal	24.64%	2.15%	24.64%	
	Segunda	Hotel	26.79%		26.79%	
	Tercera	Hotel	5.16%		5.16%	
WHATSAPP	Primera	Hostal		16.49%	16.49%	14.62%
	Primera	Hotel		11.02%	11.02%	
	Segunda	Hostal	2.15%	11.95%	11.95%	
	Segunda	Hotel	1.92%	19.02%	19.02%	
GUÍA TELÉFONICA	Primera	Hostal		26.19%	26.19%	33.25%
	Primera	Hostería		53.10%	53.10%	
	Primera	Hotel		47.23%	47.23%	
	Segunda	Hotel	18.11%	34.56%	34.56%	
	Tercera	Hotel		5.16%	5.16%	
PORTAL WEB	Lujo	Hostería		20.16%	20.16%	38.38%
	Primera	Hostería		96.77%	96.77%	
	Primera	Hostal	18.95%		18.95%	
	Segunda	Hostal		17.64%	17.64%	
TARJETAS	Tercera	Hostal	9.95%		9.95%	9.95%

**Nota:** los números remarcados se refieren a los porcentajes altos de ocupación de alojamiento. Elaboración propia con base en el levantamiento de encuestas del proyecto “Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca”



Anexo 6  
*Diseño de tesis aprobado*



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE HOTELERÍA

**Propuesta de análisis comparativo de servicios, promoción y tarifas entre establecimientos regulados y no regulados (Airbnb), para establecer los factores de competencia en el sistema de alojamiento. Caso Cuenca – Ecuador.**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de: Licenciado en hotelería

**Tutor:**

Magister Ana Lucía Serrano

**Autores:**

María Isabel Garzón Villalta

Maria Elena Villafuerte Pucha

Cuenca, noviembre 2017



### 1. Título del proyecto de investigación

Propuesta de análisis comparativo de servicios, promoción y tarifas entre establecimientos regulados y no regulados (Airbnb), para establecer los factores de competencia en el sistema de alojamiento. Caso Cuenca – Ecuador.

### 2. Nombre del estudiante / correo electrónico

María Isabel Garzón Villalta (nenama\_1994@hotmail.com)

Maria Elena Villafuerte Pucha (elenita891@hotmail.com)

### 3. Resumen del proyecto de investigación

La investigación planteada se enfoca en la comparación de la situación de los establecimientos de alojamiento regulados y no regulados frente a tres variables: servicios, promoción y tarifas. Se establecieron estas variables para determinar el estado del sector de alojamiento de la ciudad de Cuenca.

En cuanto a los servicios, se realizará un inventario de servicios de acuerdo al tipo y categoría del establecimiento regulado para establecer comparaciones entre las ventajas y desventajas con los establecimientos no regulados. Con respecto a la promoción se estudiarán los diferentes canales de difusión y se analizará mediante un cuadro comparativo la posición de mercado de los dos sistemas de hospedaje. Con respecto a las tarifas, se analizará el factor que define o establece las tarifas en los establecimientos regulados acorde a su tipo y categoría; y en los no regulados, identificar en que están basadas las tarifas.

Como objetivo general se plantea: elaborar un análisis comparativo de servicios, promoción y tarifas entre establecimientos regulados y no regulados (Airbnb), para establecer los factores de competencia en el sistema de alojamiento. Caso Cuenca – Ecuador.

Mientras tanto que en los objetivos específicos se pretende: 1) analizar la situación actual de los servicios, promoción y tarifas presentes en el alojamiento regulado y no regulado de la ciudad de Cuenca, 2) elaborar agrupamientos (clusters) mediante las variables: servicios, promoción y tarifas,



de los establecimientos de alojamiento regulados y no regulados, 3) valorar los factores de competencia entre establecimientos regulados y no regulados.

Este estudio tiene un alcance comparativo - descriptivo con enfoque cuantitativo a partir de un análisis muestral y una comparación con fuentes secundarias; se analizarán los establecimientos de acuerdo a la delimitación geográfica.

Las herramientas que se usarán son: encuestas exploratorias aplicadas a los establecimientos no regulados y encuestas analíticas en el sector de alojamiento regulado.

Finalmente se presentarán los resultados obtenidos de la situación del sector de alojamiento regulado frente a los establecimientos no regulados de acuerdo a cada variable establecida partiendo del agrupamiento planteado.

#### **4. Planteamiento del proyecto de investigación**

Esta propuesta de estudio es parte del proyecto "Análisis de los indicadores de sostenibilidad y competitividad turística con incidencia en las estrategias de gestión sostenible, gobernanza y políticas públicas del cantón Cuenca", en el cual se ha planteado un subproyecto de estudio para determinar mediante una comparación, los factores de competencia de los establecimientos regulados y no regulados y detectar factores determinantes; por lo que es un análisis comparativo de servicios, promoción y tarifas de establecimientos regulados y no regulados.

En los últimos tiempos ha sido notorio que la competencia de los establecimientos no regulados está en crecimiento, en base a un estudio preliminar de ocupación del Departamento de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que se ha realizado se evidenció que parte de este acontecimiento es por el uso de diversos canales de difusión, tanto como medios escritos y plataformas de intermediación turística.

Es necesario cuestionar ¿Por qué el sector de alojamiento regulado hace uso minoritario de las plataformas de intermediación de promoción y venta?



A/Cordoba  
A

¿Influye la categoría del establecimiento en el uso de canales de difusión?  
¿Las tarifas establecidas están en relación a los servicios ofertados por el establecimiento de alojamiento en el caso de los regulados? ¿En qué están basadas las tarifas establecidas en los establecimientos no regulados? ¿Se pueden sostener los establecimientos no regulados ante un descenso de ocupación? ¿Por qué los establecimientos no regulados tienen tarifas bajas?

### 5. Marco teórico

Los factores de competitividad podrían considerarse como la columna vertebral de una empresa, pero es importante que se mantengan estrategias para enfrentar las fuerzas externas que suelen afectar a las empresas; aunque el entorno pertinente es amplio abarcando tanto fuerzas sociales como económicas (Porter, 2008).

Hernández V., menciona que los servicios turísticos son todos aquellos que sean necesarios o estén vinculados directamente con el desplazamiento y la estadía, hacia y desde los sitios de destino, los cuales son consumidos por individuos que salen de su área domiciliaria habitual (Hernández, 1998).

En la Teoría General del turismo se menciona que los servicios de hospedaje son todos aquellos relacionados con la organización, facilitación, tramitación y administración del propio viaje (Ibáñez & Cabrera, 2011).

El Reglamento de Alojamiento detalla que dentro de los servicios turísticos se encuentra una subcategoría como son los servicios complementarios definidos como: servicios que se prestan de manera adicional a los servicios de hospedaje que brinda el establecimiento de alojamiento turístico, estos pueden ser gratuitos o parte de un gasto, estos suelen ser: restaurantes, bares, gimnasio, servicios de lavado y planchado. (Ministerio de Turismo, 2016).



5 (Banco)  
A

Hoy en día la industria de la hospitalidad se ha visto en la necesidad de vincularse a la innovación tecnológica de la comunicación, y es por esto que la promoción en ciertos casos ha mejorado presentado productos y servicios acorde a la necesidad del cliente.

La industria hotelera a partir de la década de los 70 inicia su inversión en innovaciones tecnológicas siendo estas sistemas que se centran en la gestión individual de los hoteles y la distribución de canales electrónicos como fueron inicialmente los Sistemas de Centrales de Reservas (CRS) y los Sistemas Globales de Distribución (GDS). (Marín, G., & Marín, M., 2017)

Gomes Moraes (2007:311) señala que el uso del marketing en el sector de hospedaje es importante por el hecho que la demanda de servicios puede ser estacional; además menciona que el hotelero a través de la promoción debe captar los deseos y necesidades de un público y podrá generar estrategias frente a la competencia.

El Reglamento de Alojamiento Turístico define como tarifa rack o mostrador, a la tarifa máxima por pernatación que determina el establecimiento de alojamiento turístico por el servicio de hospedaje, ésta deberá considerar el valor por huésped, por noche, por tipo de habitación y por temporada, incluido impuestos (Ministerio de Turismo, 2016).

Acerenza (2004:51) señala que la fijación de tarifas, parte desde la redefinición de los mercados, establecer objetivos y estrategias de marketing.

La web del Diario Hotelero menciona que la forma de definir la tarifa depende de cada empresa y de la situación que esté pasando, también se menciona que existen factores determinantes tales como: situación del



6/201  
CA

mercado, posicionamiento, calidad, demanda y variedad de servicios (Diario Hotelero, 2017).

El alojamiento no regulado o más conocido como el sistema airbnb es un mercado comunitario basado en la confianza en el que la gente publica, reserva y descubre alojamientos únicos en todo el mundo ya sea desde su computador o cualquier dispositivo móvil. (Airbnb, 2008)

Con respecto a la metodología empleada en esta investigación, el análisis muestral se realizará por medio de un muestreo probabilístico por agrupamiento siendo este la división de un conjunto de datos en grupos con características semejantes (Brian, S. & Everitt, S., 2011).

La Organización Mundial de Turismo señala que las fuentes primarias de información hacen referencia a la documentación que contiene material nuevo y original; y las fuentes secundarias es aquella documentación que contiene material ya conocido y organizado (Sancho, Cabrer, García, Pérez, 2001).

El análisis comparativo o causal los autores señalan que es utilizado para realizar diferencias significativas entre grupos de estudio (Hernández, Fernández, Baptista, 2014).

El enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos, siendo este secuencial y probatorio; permite analizar las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos de los cuales se extrae una serie de conclusiones (Hernández, Fernández, Baptista, 2014).

Las encuestas exploratorias son utilizadas cuando un tema es poco estudiado o carece de información (Hernández, Fernández, Baptista, 2014).



7/8oct/11  
A

Las encuestas analíticas pretenden investigar las relaciones que se producen entre las diversas variables que se estudian (Zapata, 2005:190).

## 6. Objetivos

### General

Elaborar un análisis comparativo de servicios, promoción y tarifas entre establecimientos regulados y no regulados (Airbnb), para establecer los factores de competencia en el sistema de alojamiento. Caso Cuenca – Ecuador.

### Específicos

1. Analizar la situación actual de los servicios, promoción y tarifas presentes en el alojamiento regulado y no regulado de la ciudad de Cuenca.
2. Elaborar agrupamientos (clusters) mediante las variables: servicios, promoción y tarifas, de los establecimientos de alojamiento regulados y no regulados.
3. Valorar los factores de competencia entre establecimientos regulados y no regulados.

## 7. Metodología de investigación

El estudio iniciará con una delimitación geográfica del alojamiento regulado y no regulado de la ciudad de Cuenca, basado en un mapa de ubicación de diversos establecimientos, elaborado por el Departamento de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad.

En este estudio se levantará información mediante encuestas analíticas de los establecimientos de alojamiento regulado y en cuanto al alojamiento no regulado se aplicarán encuestas exploratorias, para realizar una comparación entre los dos alojamientos en base a las tres variables: servicios, promoción y tarifas. Los datos recabados en las encuestas serán tabulados en una base de



8/Octol  
A

datos del programa estadístico SPSS, que procesarán agrupamiento por características.

Mediante la información levantada se generará un agrupamiento el cual consistirá en dividir los establecimientos regulados por tipo y categoría siendo estos: hoteles, hostales, pensiones, apartamentos turísticos, entre otros; en cuanto a la categoría: lujo, primera, segunda, tercera, cuarta.

Además se recurrirá a fuentes de información secundaria para plantear una comparación con los resultados preliminares obtenidos.

Las interpretaciones finales se realizarán en tablas cruzadas en el programa excel en base al agrupamiento planteado.

#### 8. Bibliografía

- Acerenza, M. Á. (2004). Fijación de las tarifas de las habitaciones. En M. Á. Acerenza, *Marketing Hotelero* (págs. 51-59). México: Trillas.
- Airbnb. (Agosto de 2008). *Funcionamiento de Airbnb*. Obtenido de Airbnb: <https://www.airbnb.com.ec/about/about-us>
- Brian S. Everitt, S. L. (2011). *Cluster Analysis*. Obtenido de Google Books: [https://books.google.com.ec/books?id=w3bE1kqd-48C&pg=PT314&lpg=PT314&dq=ANDERBERG,+M.R.+\(1973\).+Cluster+Analysis+for+Applications&source=bl&ots=82MqfJeC\\_8&sig=XEBMwxd6iXzxXsD8jBsvFRnV6xl&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjS3v-M\\_bzWAhXLLyYKHZWdAR84ChDoAQgpMAE#v=onepag](https://books.google.com.ec/books?id=w3bE1kqd-48C&pg=PT314&lpg=PT314&dq=ANDERBERG,+M.R.+(1973).+Cluster+Analysis+for+Applications&source=bl&ots=82MqfJeC_8&sig=XEBMwxd6iXzxXsD8jBsvFRnV6xl&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjS3v-M_bzWAhXLLyYKHZWdAR84ChDoAQgpMAE#v=onepag)
- Diario Hotelero. (2017). *Tarifas Hoteleras*. Obtenido de Tarifas Hoteleras: <http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticias/detalle/tarifas-hoteleras->
- Gomes Moraes, A. (2007). Análisis de las acciones promocionales de los hoteles para reducir la estacionalidad: El caso de Camboriu - Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, pp. 303-322.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.



9/1/2016

- Hernández Vicent, M. Á. (1998). *Desarrollo, Planificación y Medio Ambiente en Baja California Sur*. Baja California Sur: Universidad Autónoma de Baja California Sur.
- Ibáñez Pérez, R. M., & Cabrera Villa, C. (2011). *Teoría General del Turismo: un enfoque global y nacional*. México: Universidad Autónoma de Baja California Sur.
- Marín Carrillo, G. M., & Marín Carrillo, M. B. (2017). *Innovaciones Tecnológicas en la Gestión de Reservas Hoteleras*. Obtenido de Revista Tribuna de Debate: <https://www.madrimasd.org/revista/revista12/tribuna/tribunas5.asp>
- Ministerio de Turismo. (18 de Febrero de 2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de Reglamento de Alojamiento Turístico: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Porter, M. (2008). *Competitive Strategy*. En M. Porter, *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (págs. 1-30). New York: Simon & Schuster.
- Sancho Perez, A., Cabrer Borrás, B., Garcia Mesanat, G., & Perez Mira, J. M. (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo. Organización Mundial del Turismo*, pp1-132.
- Zapata, O. (2005). *Metodología de la investigación cuantitativa*. En O. Zapata, *La aventura del pensamiento crítico: Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas* (pág. Pp 190). México: Pax México.



(Diciembre)  
A

9. Talento humano

Recurso	Dedicación	Valor Total \$
Director	2 horas / semana / 12 meses	520,00
Estudiantes	10 horas / semana / 12 meses (por cada estudiante)	1.000,00
Total		1.520,00



10. Recursos materiales

Cantidad	Rubro	Valor \$
400	Fotocopias e impresiones	20,00
2	Libros, artículos, periódicos, revistas	128,00
5	Paleógrafos	0,50
4	Eferográficos	1,20
2	Marcadores	1,20
4	Carpetas	1,40
TOTAL		152,30



12 (Doce)  
X

**11. Cronograma de actividades**

Propuesta de análisis comparativo de servicios, promoción y tarifas entre establecimientos regulados y no regulados, para establecer los factores de competencia en el sistema de alojamiento. Caso Cuenca – Ecuador.

Septiembre 2017 - Marzo 2018

ACTIVIDAD	MES												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1. Recolección y organización de la información secundaria	X	X											
2. Discusión y análisis de la información			X	X									
3. Trabajo de campo para información primaria					X	X							
4. Integración de la información de acuerdo a los objetivos							X	X					
5. Redacción del trabajo									X	X			
6. Revisión final											X	X	

13/ Tercel  
X**12. Presupuesto**

Propuesta de análisis comparativo de servicios, promoción y tarifas entre establecimientos regulados y no regulados, para establecer los factores de competencia en el sistema de alojamiento. Caso Cuenca – Ecuador.

Septiembre 2017 - Marzo 2018

Concepto	Aporte del estudiante \$	Otros aportes \$	Valor total \$
<b>Talento Humano</b>	1520,00		1520,00
Investigadores			
<b>Gastos de Movilización</b>			
Transporte	25,00		25,00
Viáticos	42,00		42,00
<b>Gastos de la investigación</b>			
Insumos: copias, impresiones, carpetas, esferos, marcadores, papelografos	24,30		24,30
Bibliografía	128,00		128,00
Equipos, laboratorios y maquinaria	30,00	5,00	35,00
Otros			
<b>TOTAL</b>	<b>1769,30</b>		<b>1774,30</b>



14 | Gabriel  
91

### 13. Esquema

- Índice
- Abstract
- Agradecimientos
- Dedicatoria
- Introducción

**Capítulo 1:** Análisis de la situación actual de los servicios, promoción y tarifas presentes en el alojamiento regulado y no regulado

- 1.1. Conceptos generales.
  - 1.1.1. Alojamiento regulado
  - 1.1.2. Alojamiento no regulado o Airbnb
- 1.2. Delimitación y ubicación geográfica
- 1.3. Clasificación de los establecimientos regulados
- 1.4. Servicios
  - 1.4.1. Conceptos generales
  - 1.4.2. Inventario de servicios de los establecimientos regulados
  - 1.4.3. Inventario de servicios de los establecimientos no regulados
- 1.5. Promoción
  - 1.5.1. Conceptos generales
  - 1.5.2. Tabla de canales de difusión de establecimientos regulados y no regulados
- 1.6. Tarifas
  - 1.6.1. Conceptos generales
  - 1.6.2. Tabla de tarifas según tipo y categoría.

**Capítulo 2:** Agrupamientos (clusters) mediante las variables: servicios, promoción y tarifas, de los establecimientos de alojamiento regulados y no regulados.

- 2.1. Servicios y tarifas por tipo y categoría de establecimientos regulados



15/Quince  
A

- 2.2. Servicios y tarifas de los establecimientos no regulados.
- 2.3. Promoción y ocupación por tipo y categoría de los establecimientos regulados.
- 2.4. Promoción y ocupación de los establecimientos no regulados.
- 2.5. Servicios, promoción y tarifas por tipo y categoría de los establecimientos regulados.
- 2.6. Servicios, promoción y tarifas en los establecimientos no regulados.

**Capítulo 3:** Valoración de los factores de competencia entre establecimientos regulados y no regulados.

- 3.1. Factores de competencia
- 3.2. Factores de diferenciación
  - 3.2.1 Estructura de determinación de los servicios
  - 3.2.2 Estructura de determinación de la promoción
  - 3.2.3 Estructura de determinación de las tarifas
- 3.3. Validación de las ventajas competitivas entre establecimientos regulados y no regulados.

RESULTADOS  
CONCLUSIONES

**14. Anexos**

Certifica: Que el documento que antecede en 15 foja(s), es igual a su original, que reposa en el archivo.  
Cuenta a 28 Noviembre del 2018  
*[Signature]*  
SECRETARÍA ABOGADA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD