



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADAS EN TURISMO

TEMA:

**“IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE
LA CIUDAD DE GUARANDA: RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA
REACTIVACIÓN ECONÓMICA”**

AUTOR/AS:

**MARGARITA LETICIA CEDEÑO VELEZ
CAROL ELIZABETH SIMANCAS MOYANO**

DIRECTOR:

ING. GERMÁN PATRICIO SÁNCHEZ CHÁVEZ

PAR ACADÉMICO:

ING. DOLLY SILVANA DEL SALTO DÁVILA

GUARANDA-ECUADOR

2022

TEMA

IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA
CIUDAD DE GUARANDA: RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA
REACTIVACIÓN ECONÓMICA.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios por darme salud, bienestar y sabiduría para afrontar etapas complicadas a lo largo de estos semestres, también a mis padres por la confianza, apoyo moral y permitirme culminar esta etapa con éxito.

Margarita Cedeño

Carol Simancas

DEDICATORIA

Este logro está dedicado principalmente a Dios, por darme la fuerza necesaria para no flaquear en momentos difíciles y seguir adelante, fortalecerme con el coraje necesario para continuar y nunca rendirme.

A mis padres que siempre han estado apoyándome en los buenos y malos momentos y creyendo siempre en mí, a mis hermanos/as, familia que sin importar las circunstancias me han brindado su granito de arena para que esto sea posible, el presente trabajo no solo representa mi dedicación y esfuerzo, sino también el de aquellas personas que siempre estuvieron a mi lado sin importar la distancia, brindándome su apoyo incondicional necesario para el cumplimiento mis metas más importantes.

Margarita Cedeño

El presente trabajo investigativo dedico a mi mamá, hermano y a mi hermosa hija Moi, por haber sido mi guía, fortaleza, apoyo e incentivo en momentos difíciles que se presentaron a lo largo del camino. Quienes con sus consejos y esfuerzos dieron a entender cuán importante es proponerse una meta y hacer todo lo posible por conseguirla.

Carol Simancas

A mi director el Ing. Germán Sánchez por compartir sus conocimientos profesionales y tener la paciencia de guiar hasta la última instancia.

Margarita Cedeño y Carol Simancas

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA

ING. GERMÁN SÁNCHEZ EN CALIDAD DE DIRECTOR DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN,

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación denominado "IMPACTOS DEL COVID-19 EN LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE GUARANDA: RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA", presentado por: Margarita Leticia Cedeño Velez y Carol Elizabeth Simancas Moyano estudiantes de la carrera de Turismo pasó el análisis de coincidencia no accidental en la herramienta URKUND, reflejando un porcentaje de similitud del 7%, como se puede evidenciar en la imagen adjunta.

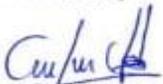
Guaranda, 16 de marzo del 2022

Curiginal

Document Information

Analyzed document	Tesis Cedeño y Simancas.docx (D150518977)
Submitted	2022-03-16T04:31:00 0000000
Submitted by	
Submitter email	simancascarol20@gmail.com
Similarity	7%
Analysis address	gsanchez.ueb@analysis.orkund.com

Atentamente,


Ing. Germán Sánchez
Director

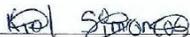
NOTARIZACIÓN

DERECHOS DE AUTORIA

Nosotras, **Margarita Leticia Cedeño Velez** y **Carol Elizabeth Simancas Moyano**, en nuestra calidad de autoras del trabajo de investigación: **“IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE GUARANDA: RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA”**, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar hacer uso de todos los contenidos que nos pertenecen aparte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autoras nos corresponde, con excepción de la presente autorización seguirán vigentes a nuestro favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 9 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Asimismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar para que realice las digitaciones y publicaciones de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.



Carol Elizabeth Simancas Moyano

CI. N° 1718115882

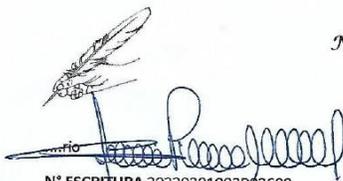


Margarita Leticia Cedeño Velez

CI. N° 0803951615



Notaria Tercera del Cantón Guaranda
Msc. Ab. Henry Rojas Narvaez
 Notario



N° ESCRITURA 20220201003R02690

DECLARACION JURAMENTADA

OTORGADA POR: SIMANCAS MOYANO CAROL ELIZABETH y CEDEÑO VELEZ MARGARITA LETICIA

INDETERMINADA DI: 2 COPIAS H.R.

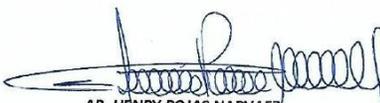
Factura: 001-006 -000002572

En la ciudad de Guaranda, capital de la provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día veintiocho de Noviembre del dos mil veintidós, ante mi Abogado HENRY ROJAS NARVAEZ, Notario Público Tercero del Cantón Guaranda, comparecen los señores **SIMANCAS MOYANO CAROL ELIZABETH**, soltera, celular 0995021603, de ocupación estudiante, domiciliada en esta Ciudad de Guaranda Provincia Bolívar, y **CEDEÑO VELEZ MARGARITA LETICIA**, soltera, celular 0992673800, de ocupación estudiante, domiciliada en la Ciudad de Esmeraldas del Cantón Esmeraldas Provincia de Esmeraldas y de paso por este lugar, por sus propios y personales derechos, obligarse a quien de conocerles doy fe en virtud de haberme exhibido sus documentos de identificación y con su autorización se ha procedido a verificar la información en el Sistema Nacional de Identificación Ciudadana; bien instruidos por mí el Notario con el objeto y resultado de esta escritura pública a la que proceden libre y voluntariamente, advertidos de la gravedad del juramento y las penas de perjurio, me presenta su declaración Bajo Juramento declaran lo siguientes "Previo a la obtención del título de Licenciados en Turismo, manifestamos que el criterio e ideas emitidas en el presente trabajo de investigación titulado "IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE GUARANDA: RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA", es de mi exclusiva responsabilidad en calidad de autoras, previo a la obtención de título de Licenciados en Turismo, en la universidad Estatal de Bolívar. Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad, la misma que hago para los fines legales pertinentes. HASTA AQUÍ LA DECLARACIÓN JURADA. La misma que elevada a escritura pública con todo su valor legal. Para el otorgamiento de la presente escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso, leída que les fue a los comparecientes por mí el Notario en unidad de acto, queda incomparada al protocolo de esta notaría aquella se ratifica y firma conmigo de todo lo cual doy Fe.


SIMANCAS MOYANO CAROL ELIZABETH
 C.C.1718115882


CEDEÑO VELEZ MARGARITA LETICIA
 C.C. 0803951615




 AB. HENRY ROJAS NARVAEZ
 NOTARIO PUBLICO TERCERO DEL CANTON GUARANDA



CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Ing. Germán Sánchez e Ing. Silvana del Salto, en su orden Director y Par Académico del Trabajo de Titulación **"IMPACTOS DEL COVID-19 EN LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE GUARANDA: RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA"** desarrollado por las señoritas: **Margarita Cedeño y Carol Simancas**

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la carrera TURISMO, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 16 de marzo del 2022



Ing. Germán Sánchez
Director

Ing. Silvana del Salto
Par Académico

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
RESUMEN.....	15
I.- FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	17
1.1 Descripción del Problema	17
1.2 Formulación del Problema	18
1.3 Preguntas de Investigación	18
1.4 Justificación.....	18
1.5 Objetivos: General y Específicos	19
1.5.1 Objetivo General.....	19
1.5.2 Objetivos Específicos	19
1.6 Idea a Defender.....	20
2. MARCO TEÓRICO.....	21
2.1 Antecedentes	21
2.2 Marco Científico.....	23
2.3 Marco Conceptual	25
2.3.1 Turismo.....	25
2.3.2 Actividades turísticas	27
2.3.3 Pandemia.....	29
2.4 Marco Legal	30
2.4.1 Constitución de la República del Ecuador	30
2.4.2 Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD	31
2.4.3 Ley Orgánica De Apoyo Humanitario.....	32
2.4.5 Ley de Turismo.....	33

2.4.6 Reglamento de Alojamiento Turístico	34
2.4.7 Reglamento de Alimentos y Bebidas.....	35
2.4.8 Reglamento de Operación e Intermediación Turística	36
2.4.9 Reglamento de Transporte Terrestre Turístico	37
2.5 Marco Georreferencial.....	37
2.5.1 Economía	39
2.5.2 Morfología urbana	40
3. METODOLOGÍA	42
3.1 Tipo de Investigación	42
3.1.1 Investigación de Campo.....	42
3.2 Enfoque de la investigación	42
3.3 Métodos de Investigación.....	43
3.3.1 Revisión Bibliográfica	43
3.3.2 Método Descriptivo	44
3.3.3 Método Estadístico	44
3.3.4 Encuestas	45
3.3.5 Población, Muestra	46
4.-RESULTADOS Y DISCUSIÓN	47
4.1 Establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.	47
4.2 Consecuencias ocasionadas por la pandemia Covid-19 en el ámbito económico y social de los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.	50
4.3 Estrategias para la recuperación progresiva de los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.	65
5.- CONCLUSIONES	78
6.- RECOMENDACIONES.....	79

7.- BIBLIOGRAFÍA	80
8.- ANEXOS	85
Cronograma	85
Presupuesto ejecutado	87
Instrumentos de recopilación de datos	88
Formato de la encuesta	88
Reunión virtual-Revisión	93
Reunión Virtual	93
Realización de encuestas	94
Realización de encuestas	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Establecimientos de alojamiento.....	48
Tabla 2 Establecimiento de Alimentos & Bebidas.....	48
Tabla 3 Operación e intermediación	49
Tabla 4 Establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda	50
Tabla 5 Número de colaboradores	51
Tabla 6 Marque con una X la clasificación que realiza el establecimiento (Alojamiento)	51
Tabla 7 Marque con una X la actividad que realiza el establecimiento (Alimentos & Bebidas).....	52
Tabla 8 Marque con una X la actividad que realiza el establecimiento (Operación e Intermediación)	52
Tabla 9 ¿En qué aspectos ha impactado el COVID-19 a su establecimiento? (opciones múltiples).....	53
Tabla 10 ¿De qué manera el COVID-19 afectado el comportamiento de los consumidores en su establecimiento turístico? (marque uno).....	54
Tabla 11 ¿El personal que labora en el establecimiento cumple con los protocolos de bioseguridad para atender a la demanda?.....	54
Tabla 12 ¿Cree usted que el aforo impuesto por el gobierno permitió al establecimiento turístico cubrir con los egresos financieros?.....	55
Tabla 13 ¿Cree que la visión del establecimiento ha cambiado debido al COVID-19?	55
Tabla 14 ¿Considera Ud. necesario plantear estrategias para la recuperación postpandemia del establecimiento turístico?.....	56
Tabla 15 ¿Considera que el establecimiento que usted administra contaba con un plan de contingencia para afrontar una crisis?	56
Tabla 16 ¿Conoce Ud. de la existencia de un plan de contingencia aplicado por el Ministerio de Turismo para enfrentar la crisis del COVID 19? (si su respuesta es sí conteste la pregunta 11)	57

Tabla 17 ¿Cree Ud. que el plan de contingencia ejecutado por el Ministerio de Turismo ha permitido enfrentar con éxito la pandemia de la COVID-19?.....	57
Tabla 18 ¿En qué porcentaje afectó el retorno de la inversión en el establecimiento turístico a causa del COVID-19?	58
Tabla 19 ¿Cuáles son los retos que tendrá que afrontar el establecimiento para seguir brindando un servicio de calidad? (varias opciones)	58
Tabla 20 ¿Considera Ud. que podrá recuperarse de la crisis que sufrió el establecimiento?.....	59
Tabla 21 ¿Considera UD que el establecimiento enfrente altos costos de seguridad sanitaria para sus colaboradores por la pandemia COVID 19?.....	59
Tabla 22 ¿Cree Ud. que, a consecuencia del COVID-19, el turismo tradicional se vio afectado?	60
Tabla 23 ¿Cree Ud. estar capacitado para adaptarse a las nuevas tecnologías en el sector turístico?	60
Tabla 24 ¿Cuál de las siguientes estrategias considera necesarias en su establecimiento para afrontar la nueva normalidad postpandemia? (una opción)	61
Tabla 25 ¿Considera Ud. que está aportando para la pronta recuperación en el sector turístico?.....	61
Tabla 26 ¿Cree Ud. que la pandemia incremento el desempleo en el sector turístico de la ciudad de Guaranda?	62
Tabla 27 ¿Considera Ud. que la crisis actual genera nuevas oportunidades de mercado?	62
Tabla 28 ¿Considera que el sector público (GAD Provincial, Municipio, Ministerio de Turismo) deben generar acciones para superar la crisis sanitaria?	62
Tabla 29 Análisis FODA.....	66
Tabla 31 Cronograma Gantt.....	85
Tabla 32 Presupuesto	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación del casco urbano de la ciudad de Guaranda	38
---	----

INTRODUCCIÓN

Las actividades turísticas generan grandes fuentes de ingresos económicos en el país y también en el ámbito laboral, relacionándolo como a un paraguas es decir que al existir el movimiento de personas todos de alguna manera tienen beneficio, como son los establecimientos de: alimentos & bebidas, alojamiento, operación e intermediación.

Según varios informes se menciona que el país ha tenido una crisis económica y un recorte de personal notorio, para lo cual es importante poner a consideración la frase por parte de Einstein “es en la crisis donde nace la iniciativa, los descubrimientos y las grandes estrategias”. Para lo cual el gobierno ecuatoriano mantenía informado a la ciudadanía sobre la pérdida y disminución de turistas nacionales e internacionales y también de las ciudades con mayor afectación en este sector.

Hasta la fecha que se realizó la investigación ya se conocía cuáles fueron los impactos negativos que tuvieron los establecimientos turísticos y las alternativas que aplicaron para solventar la crisis.

Por tal motivo, la presente investigación se enfoca en identificar los impactos del COVID-19 y establecer estrategias de reactivación económica de los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda. Para lo cual se utiliza una investigación de campo con la aplicación de la encuesta, que constó de preguntas cerradas que fueron aplicadas a los dueños/encargados/gerentes, con el fin de poder recopilar y procesar datos, para dar respuesta a los objetivos y de esta manera plantear estrategias para la reactivación total.

RESUMEN

El sector turístico se ha visto afectado en los últimos años por el impacto que tuvo el COVID-19, fueron muchas las pérdidas que hubo tanto económicas como sociales. En el turismo y en especial en los establecimientos turísticos, el diseño de estrategias para el realce de los mismo es de suma importancia, con el fin de satisfacer una demanda altamente segmentada en cuanto a tendencias y formas de hacer turismo, por lo que el objetivo del trabajo se centra en identificar los impactos del COVID-19 y establecer estrategias de reactivación económica, permitiendo a los dueños de los establecimientos turísticos gestionar y crear nuevas alternativas, que ayuden a la pronta recuperación.

Por tal la investigación realizada pretende contribuir de una forma teórica y práctica a futuras investigaciones, el número total de establecimientos de la zona urbana de Guaranda encuestados son 38, para lo cual la metodología utilizada es de enfoque descriptivo con alcance cualitativo y cuantitativo, con la utilización de encuestas con preguntas cerradas a los dueños/gerentes encargados, con la finalidad de conocer la situación actual de los establecimientos turísticos. Llegando a la conclusión de que muchos de ellos no se encuentran en el catastro turístico, también existieron pérdidas económicas, recorte de personal y baja demanda. Bajo este contexto se plantearon varias estrategias para el realce y posicionamientos de los establecimientos enfocadas en la gobernanza, financiación, recursos humanos y marketing.

Palabras claves: COVID-19, establecimientos turísticos, reactivación económica, estrategias, marketing.

ABSTRACT

The tourism sector has been affected in recent years by the impact of COVID-19, there were many losses both economic and social. In tourism and especially in tourism establishments, the design of strategies for the enhancement of the same is of utmost importance, in order to meet a highly segmented demand in terms of trends and ways of doing tourism, so the objective of the work focuses on identifying the impacts of COVID-19 and establish strategies for economic recovery, allowing the owners of tourism establishments to manage and create new alternatives that help the early recovery.

Therefore, the research carried out aims to contribute in a theoretical and practical way to future research, the total number of establishments surveyed in the urban area of Guaranda is 38, for which the methodology used is a descriptive approach with a qualitative and quantitative scope, with the use of surveys with closed questions to the owners/managers in charge, in order to know the current situation of the tourist establishments. It was concluded that many of them are not in the tourist registry, there were also economic losses, staff cuts and low demand. In this context, several strategies were proposed for the enhancement and positioning of the establishments focused on governance, financing, human resources and marketing.

Key words: COVID-19, tourism establishments, economic reactivation, strategies, marketing.

CAPITULO I

I.- FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del Problema

La pandemia mundial, provocada por el COVID-19, ha puesto en estado de preocupación a muchos sectores estratégicos de la economía, uno de los cuales es sin duda el turismo, siendo esta una de las industrias más afectadas a nivel mundial. El sector turístico está formado por una importante cadena de proveedores de servicios, como son: alojamiento, alimentos y bebidas, intermediación, guías y actividades relacionadas, siendo una de las industrias más diversas, generando una gran cantidad de empleos directos e indirectos, por lo que hoy el turismo es la industria más grande del mundo en varios países una de las fuentes de economía.

A principios del 2020 el mundo fue impactado con el surgimiento de una pandemia para la cual nadie estaba preparado, en Ecuador, se declaró un estado de emergencia sanitaria causada por la afectación del virus COVID-19, los principales destinos del mundo no solo dejaron de recibir turistas, sino que además dejaron de enviar turistas a los a diferentes destinos como nuestro país, generando pérdidas y disminución de ingresos en la industria turística, las cuales se vieron reflejadas en recorte de personal, cierres temporales e incluso cierres definitivos de establecimientos que son parte del sector.

La provincia de Bolívar ha enfrentado diferentes situaciones a raíz de la pandemia de la COVID-19, tanto en lo turístico, económico y social desde marzo de 2020, la ciudad de Guaranda no es la excepción teniendo en cuenta que varios establecimientos turísticos, se han visto afectados generando pérdidas, lo que afecta

de forma desproporcionada a quienes ya contaban con poca afluencia de turistas y de mayor vulnerabilidad para hacer frente a la pandemia, además, ante sus cierres fueron declarados en quiebra afectados económicamente y con grandes deudas de inversión por pagar en las entidades financieras.

1.2 Formulación del Problema

¿Cuál es el impacto económico en los establecimientos turísticos provocado por el COVID-19 en la ciudad de Guaranda?

1.3 Preguntas de Investigación

- ¿Cuántos establecimientos turísticos tiene la ciudad de Guaranda?
- ¿Qué efectos produjo la pandemia COVID-19 en el ámbito económico?
- ¿Qué estrategias se pueden plantear para mitigar el impacto?

1.4 Justificación

La presente investigación nace a raíz de la crisis y consecuencias que han llegado a tener los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda por la emergencia sanitaria del COVID-19, por eso es importante analizar a qué nivel ha causado complicaciones y cuanto supone el tiempo de recuperación para el sector para lo cual es indispensable generar estrategias que se logren ejecutar para evitar que dicha crisis siga dejando secuelas en los escenarios turísticos.

Por tanto, la afectación es en doble vía: emisores y receptores han cancelado sus viajes y han causado quizás, el mayor impacto que el sector turístico ha visto, como es el caso de Guaranda muchos de sus establecimientos turísticos tuvieron que cerrar

temporalmente o definitivamente, reducción de los colaboradores, se quedar con deudas económicas que hasta la actualidad no han logrado cancelar.

No cabe duda que la reactivación del sector sugiere un riesgo para la salud de turistas y dueños de los establecimientos, sin embargo, siguiendo las restricciones y medidas de bio-seguridad adecuadas estos riesgos quedan mitigados. El turismo como un pilar económico se debe reinventar en un futuro inmediato sin dejar de lado la planificación a mediano plazo para acelerar la reactivación y recuperación de los prestadores de servicio y las empresas turísticas

Mediante este contexto, la investigación se centra en la elaboración de estrategias para lograr recuperar progresiva la situación económica de los establecimientos turísticos (alojamiento, alimentos & bebidas, operación e intermediación y transporte turístico) de la ciudad de Guaranda.

1.5 Objetivos: General y Específicos

1.5.1 Objetivo General

- Identificar los impactos del COVID-19 en los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.
- Establecer estrategias de reactivación económica de los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Identificar los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.
- Establecer las consecuencias ocasionadas por la pandemia COVID-19 en el ámbito económico y social de los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.

- Elaborar estrategias para la recuperación progresiva de los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda

1.6 Idea a Defender

Identificación de retos y oportunidades para la reactivación económica en los establecimientos turísticos impactados por el COVID-19.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

El impacto que se generó a partir del surgimiento de la pandemia ha generado que la industria turística se va afectada, por consiguiente, se han generado diversas investigaciones, entre ellos:

Impacto financiero del COVID-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación Becerra et al., (2021), esta investigación tuvo como objetivo analizar de manera exhaustiva el impacto que el COVID-19 ha desatado en el sector turístico del país, así como el impacto financiero que ha tenido en las empresas relacionadas. Para ello, se analizaron los principales indicadores macroeconómicos y así se planteó un caso de estudio, con el objetivo de resaltar el impacto generado en un negocio. Con base en esto, se detallaron una lista de opciones estratégicas propuestas por el gobierno y otros autores, que pueden ser llevadas a cabo por empresas turísticas. La metodología aplicada fue cualitativa con enfoque descriptivo y la modalidad de la investigación fue bibliográfico-documental, donde se realizó la recolección de información a partir de: fuentes primarias, datos estadísticos presentados por las agencias competentes y revistas científicas alineadas al sector turístico en Ecuador. Finalmente, se concluyó que el sector turístico es importante para el desarrollo del Ecuador, ya que el impacto generado por la pandemia es relevante como lo demuestra el caso de estudio al observar una disminución en su contribución a la economía. Además, se argumenta que para hablar de reactivación

turística debe existir una reestructuración estratégica en la gestión de las empresas que consideren el apoyo del gobierno a través de programas de acción implementados.

De acuerdo con la investigación El Comportamiento del turismo PROVINCIA DE BOLÍVAR dada la nueva normativa generada por la Afectación del virus COVID-19, Sánchez (2020) esta investigación tuvo como objetivo evidenciar el comportamiento del turista nacional antes y después de la afectación de la crisis sanitaria, generar una línea de tendencia con respecto a las variantes de comportamientos, analizar cuáles son sus gustos y preferencias en cuanto a desplazamientos y destinos de los residentes en la provincia de Bolívar y conocer la motivación principal que tendría para poder realizar un viaje turístico este 2020 y el 2021. Con base en esto, después de un proceso de verificación se hace referencia a las personas que acceden a dar su consentimiento a responder la encuesta y las personas que tienen más de 16 años; con estas consideraciones se procede a identificar los registros que cumplen con las dos premisas requeridas, filtrando además los datos perdidos, dejando un total de 484 observaciones recolectadas para la provincia de Bolívar. Finalmente, se concluyó que la aplicación de protocolos de bioseguridad y su correcta comunicación es un factor importante al momento de motivar al turista de la provincia de Bolívar para tomar la decisión de un viaje, la seguridad sanitaria es primordial, en lo referente a la compañía de viaje, la mayoría de los encuestados prioriza los temas familiares, seguido de amigos y pareja.

2.2 Marco Científico

Según Molina (2011) en su trabajo de investigación “COVID-19 y su impacto en establecimientos de alojamiento en la Cabecera Cantonal Jipijapa”, se plantea como objetivo, analizar el impacto que ocasionó la COVID-19 en establecimientos de alojamiento en la cabecera cantonal Jipijapa, para ello la metodología que se utilizó fue el enfoque descriptivo con alcance cualitativo y cuantitativo, mediante encuestas cerradas a nueve establecimientos hoteleros y 12 colaboradores, basadas en los criterios de Feliz y García (2020) y el estudio del Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo de China (2020), y concluye que se establecieron estrategias para la recuperación paulatina en donde se enfatizó los factores financieros, recursos humanos y de comunicación. Siendo el último aspecto primordial para incrementar la afluencia de huéspedes.

Según Núñez (2021) en su proyecto de titulación “Consecuencias de la emergencia sanitaria por COVID-19 en el sector Hotelero”, se plantea como objetivo analizar las consecuencias de la emergencia sanitaria por COVID-19 en hoteles destacados de la ciudad de Ambato, la metodología aplicada en el desarrollo ha sido posible mediante el apoyo de la tecnología y colaboración institucional, lo que facilitó la recolección de datos y el análisis de los mismos. El diagnóstico del presente trabajo se lo realizó con la utilización de encuestas hacia los administradores y/o propietarios de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Ambato, y concluye que los sectores turístico y hotelero de la ciudad, han quedado resquebrajados y “tocados” por las consecuencias que ha dejado la emergencia sanitaria, a pesar de ello algunas

empresas han sabido mantenerse a flote, ofertando y aprovechando las herramientas digitales. Dentro de todos los sectores se ha visto la gran relevancia y funcionalidad que tienen plataformas digitales para el trabajo, la educación y precisamente para la oferta de servicios.

Según Becerra et al .,(2021) en su investigación “Impacto financiero del COVID-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación”, se plantean como objetivo analizar de manera exhaustiva el impacto que el COVID-19 ha desatado en el sector turístico del país, así como el impacto financiero que ha tenido en las empresas relacionadas, para ello la metodología aplicada fue cualitativa con enfoque descriptivo y la modalidad de la investigación fue bibliográfico-documental, donde se realizó la recolección de información a partir de: fuentes primarias, datos estadísticos presentados por las agencias competentes y revistas científicas alineadas al sector turístico en Ecuador, y finalmente se concluyó que el sector turístico es importante para el desarrollo del Ecuador, ya que el impacto generado por la pandemia es relevante como lo demuestra el caso de estudio al observar una disminución en su contribución a la economía.

Según Salazar y Garrido (2021) en su artículo científico “Efectos del COVID-19 en el turismo gastronómico del Ecuador”, se plantean como objetivo analizar los efectos del COVID-19 en el turismo gastronómico del Ecuador, la metodología utilizada fue investigación de tipo descriptiva puesto que aborda cuáles han sido los efectos de la pandemia por COVID-19 en el turismo gastronómico del Ecuador, para ello la metodología utilizada es un estudio bibliográfico que busca sustentar en base revisión

de información relevante y actualizada las secuelas de la llegada del COVID-19 en el turismo ecuatoriano, y se concluyó que el Ecuador avanza gradualmente en la búsqueda de una recuperación económica de la mano del turismo gastronómico y turismo rural, iniciada con la llegada de las vacunas al país, que propicia un ambiente de seguridad a los viajeros ante las medidas de protección y bioseguridad tomadas por los gobiernos de turno.

Según Chérrez (2020) en su proyecto de titulación "El servicio de transporte para la reactivación de la actividad turística en la Ciudad de Baños", se plantea como objetivo analizar la situación del servicio de transporte para la actividad turística en el cantón Baños, la metodología utilizada fue tipo cualitativo debido a que es importante conocer si las personas después del confinamiento a causa del COVID-19 están prestos para hacer uso del servicio de transporte para trasladarse hacia el cantón Baños, y por último se concluyó que los turistas han afirmado que, con las debidas precauciones de saneamiento y limpieza volverán a hacer uso de las unidades que brindan el servicio de transporte, pero para aquello, solicitan capacitación a los prestadores de servicio, de cómo deben actuar y cuáles son los pasos a seguir a la hora de receptor un cliente

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan

viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (UNWTO, (s.f.)).

2.3.1.1 Tipos de turismo

Turismo urbano

Según la OMT, el turismo urbano es “un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio urbano con sus atributos inherentes caracterizados por una economía no agrícola basada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios y por constituir nodos de transporte. (OMT, 2018)

Turismo religioso

“Es el que realiza un turista con motivo de efectuar prácticas espirituales. No tiene que ver con la visita a iglesias o monumentos religiosos, eso es turismo artístico/patrimonial” (Ledhesma, 2018, pág. 7)

Turismo gastronómico

“Es un tipo de turismo que va más allá del acto de alimentarse, implica llevar a su máximo exponente todos los sentidos gracias a una práctica culinaria” (Ledhesma, 2018, pág. 8)

Turismo Etnográfico

“Es el practicado por aquellos turistas que buscan conocer de cerca cómo viven otros grupos sociales. Implica conocer su historia, participar de sus fiestas, probar sus bebidas y platos típicos, etc.” (Ledhesma, 2018, pág. 10)

2.3.2 Actividades turísticas

Según Ley de Turismo (2014) se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

Alojamiento

“Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje”

Servicio de alimentos y bebidas

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento.

Transportación

“Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación”

Operación

Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.

Intermediación

La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

Oferta turística

La oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico. Podemos diferenciar una oferta básica compuesta por los servicios de alojamiento, transporte y alimentación y una oferta complementaria

compuesta por servicios de esparcimiento y otros que ayudan al bienestar del turista.

El atractivo turístico es parte de la oferta. Bullon (2021)

Demanda turística

“Se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo y a los ingresos que generan y si se quiere profundizar el análisis, midiendo como se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas” Bullon (2021).

Superestructura Turística

La superestructura turística comprende todos los organismos especializados tanto públicos, como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes del sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico. Bullon (2021)

2.3.3 Pandemia

“Es una enfermedad que se extiende a muchos países y continentes, traspasa gran número de fronteras, supera el número de casos esperados y persiste en el tiempo; además, ataca a casi todos los individuos de una localidad o región” Avila de Tomás (2020).

Consecuencias económicas y sociales de pandemia

Vázquez et al., (2020) La pandemia del COVID-19, que ha generado enormes consecuencias mundiales sobre todo a nivel sanitario, social y económico, y dentro de

éste, el sector turismo. Los efectos han repercutido en un estancamiento severo de la actividad económica de diversos países, debido, entre otros aspectos, a la interrupción o disminución de las cadenas de suministro de los productos, la disminución en la producción de las principales economías, el deterioro en los precios de las materias primas. (pág. 1257)

Afectación del COVID-19 en el turismo

Según Camino et al., (2021) la afectación del COVID-19 al sector turismo se ve influenciado por las restricciones de viajes a nivel mundial acogidas por los diferentes gobiernos con el fin de evitar la propagación del virus. Conllevando así al estado inactivo de hoteles, restaurantes, aerolíneas, entre otras ramas de actividad relacionadas al sector. (pág.11)

2.4 Marco Legal

La fundamentación legal se parte desde la reformación de decretos y reglamentaciones que han sido establecidas por el presidente de la República Lenin Moreno, que fueron planteadas en la pandemia con la finalidad de poder salvaguardar la vida de los ciudadanos y también se tomaron en cuenta las reglamentaciones que se relacionen con el proyecto investigativo.

2.4.1 Constitución de la República del Ecuador

En relación a lo que manifiesta la constitución de la república del Ecuador en el registro Oficial 449 del 20-oct-2008, que se encuentra actualmente vigente se manifiesta lo siguiente:

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay* (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Art. 165.- Durante el estado de excepción la Presidenta o Presidente de la República únicamente podrá suspender o limitar el ejercicio del derecho a la inviolabilidad de domicilio, inviolabilidad de correspondencia, libertad de tránsito, libertad de asociación y reunión, y libertad de información, en los términos que señala la Constitución (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

2.4.2 Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD

En relación a lo que manifiesta la COOTAD en el registro Oficial Suplemento 303 del 19-oct.-2010, siendo su última modificación el 31-dic.-2019 que ha sido reformado manifiesta lo siguiente:

Art. 54.- Funciones. - Son funciones del gobierno del distrito autónomo metropolitano:

g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística en el distrito metropolitano, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo (Código Orgánico de Organización Territorial, 2019).

Art. 498.- Estímulos tributarios.- Con la finalidad de estimular el desarrollo del turismo, la construcción, la industria, el comercio u otras actividades productivas,

culturales, educativas, deportivas, de beneficencia, así como las que protejan y defiendan el medio ambiente, los concejos cantonales o metropolitanos podrán, mediante ordenanza, disminuir hasta en un cincuenta por ciento los valores que corresponda cancelar a los diferentes sujetos pasivos de los tributos establecidos en el presente Código (Código Orgánico de Organización Territorial, 2019).

2.4.3 Ley Orgánica De Apoyo Humanitario

En relación a lo que manifiesta la Ley orgánica de apoyo humanitario en el registro Oficial Suplemento 229 de 22-jun.-2020 que se encuentra en estado vigente, se manifiesta lo siguiente:

Art. 1.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto establecer medidas de apoyo humanitario, necesarias para enfrentar las consecuencias derivadas de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, a través de medidas tendientes a mitigar sus efectos adversos dentro del territorio ecuatoriano; que permitan fomentar la reactivación económica y productiva del Ecuador, con especial énfasis en el ser humano, la contención y reactivación de las economías familiares, empresariales, la popular y solidaria, y en el mantenimiento de las condiciones de empleo (Ley Orgánica de Apoyo Comunitario, 2020).

Art. 10.- Créditos productivos para la reactivación económica y protección del empleo en el sector privado.- A partir de la promulgación de la presente Ley, y con la finalidad de evitar la ruptura de la cadena de pagos, reactivar la economía y proteger el empleo, las entidades del sistema financiero nacional, ofrecerán líneas de crédito al sector productivo, de rápido desembolso que incluirán condiciones especiales, tales

como: periodos de gracia, plazos de pago y tasas de interés preferenciales (Ley Orgánica de Apoyo Comunitario, 2020).

Art. 16.- De los acuerdos de preservación de fuentes de trabajo. - Los trabajadores y empleadores podrán, de común acuerdo, modificar las condiciones económicas de la relación laboral con la finalidad de preservar las fuentes de trabajo y garantizar estabilidad a los trabajadores. Los acuerdos no podrán afectar el salario básico o los salarios sectoriales determinados para jornada completa o su proporcionalidad en caso de jornadas reducidas (Ley Orgánica de Apoyo Comunitario, 2020)

2.4.5 Ley de Turismo

En relación a lo que manifiesta la Ley de turismo en el registro Oficial Suplemento 733 del 27-dic.-2002, la última modificación se realizó el 29-dic.-2014 que se encuentra en estado vigente, manifiesta lo siguiente:

Basándose en el capítulo II de las actividades turísticas y de quienes las ejercen:

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

Art. 32.- Los establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios previstos en esta Ley registrarán ante el Ministerio de Turismo los precios de los servicios al usuario y consumidor antes y después de recibidos los beneficios. La información que demuestre el cumplimiento de esta norma deberá ser remitida anualmente por el Ministerio de Turismo al Servicio de Rentas Internas para el análisis y registro correspondiente (Ley de Turismo, 2014).

2.4.6 Reglamento de Alojamiento Turístico

En relación a lo que manifiesta el reglamento de actividades turísticas en el registro Oficial Suplemento 465 del 24-mar.-2015, siendo la última modificación el 18-feb.-2016, encontrándose en estado vigente manifiesta lo siguiente:

Basándose en el capítulo III de la clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico

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

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 (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016).

2.4.7 Reglamento de Alimentos y Bebidas

En relación a lo que manifiesta el reglamento de alimentos & bebidas, en el acuerdo Ministerial 53 con registro Oficial Edición Especial 575 de 05-oct.-2018, encontrándose en estado vigente, manifiesta lo siguiente:

Basándose en el capítulo I clasificación

Art. 14.- De su clasificación. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en:

- a) Cafetería
- b) Bar
- c) Restaurante
- d) Discoteca

e) Establecimiento móvil

f) Plazas de comida

g) Servicio de Catering (Reglamento de Alimentos y Bebidas, 2018).

2.4.8 Reglamento de Operación e Intermediación Turística

En relación a lo que manifiesta el reglamento de operación e intermediación turística, en el acuerdo Ministerial 21 con registro Oficial 783 de 24-jun.-2016 encontrándose en estado vigente, manifiesta lo siguiente:

Basándose en el capítulo II De las agencias de servicios turísticos

Art. 15.-Clasificación. - Para la ejecución de las actividades de operación e intermediación turística, se reconoce la siguiente clasificación de agencias de servicios turísticos:

a) Agencia de viajes mayorista;

b) Agencia de viajes internacional;

c) Operador turístico; y,

d) Agencia de viajes dual.

La clasificación determinada en el presente artículo es aplicable en el territorio ecuatoriano, la misma no guarda relación alguna con clasificaciones internacionales a la cuales podrán o no acceder las agencias de servicios turísticos (Reglamento de Operación e Intermediación Turística, 2016).

2.4.9 Reglamento de Transporte Terrestre Turístico

En relación a lo que manifiesta el reglamento de transporte terrestre turístico en la resolución 108 con registro Oficial Suplemento 241 de 31-dic.-2014 encontrándose en estado vigente

Art. 8.- CLASIFICACION DEL TRANSPORTE TERRESTRE TURISTICO. - El transporte terrestre turístico se clasifica de la siguiente manera:

1. Según el ámbito de operación

a) Transporte Terrestre Turístico Nacional:

b) Transporte Terrestre Turístico Transfronterizo; y,

c) Transporte Terrestre Turístico Internacional.

2. Según el tipo de servicio:

a) Traslados;

b) Excursión;

c) Gira; y,

d) Circuito Cerrado (Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, 2014).

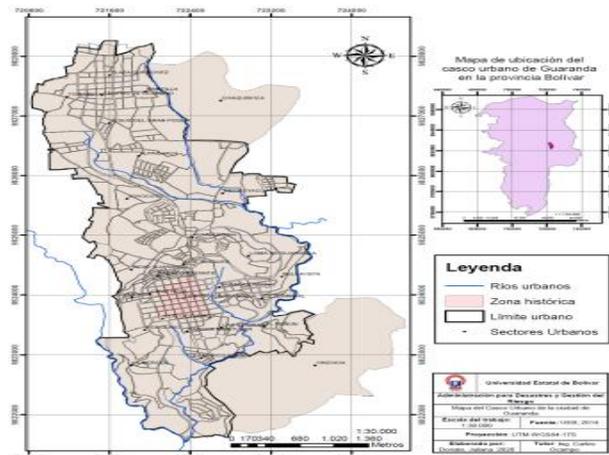
2.5 Marco Georreferencial

Conocida como la “Ciudad de las Siete Colinas” por estar rodeada de las colinas Loma de Guaranda, Tililag, Talalag, San Bartolo, San Jacinto, Cruz Loma y el

Mirador. Guaranda está bañada por el río Salinas y el río Illangama, cuyas vertientes están en los páramos del Chimborazo.

Según Paucar et al., (2018) La ciudad de Guaranda denominación **San Pedro de Guaranda**, fue fundada en el año 1571, cuenta con una altitud de 2,668 m.s.n.m. con una superficie: 9.5 Km². Con una población total de 23,874 habitantes, el cual representa el 26% del total cantonal (INEC, 2010) con el 54% mujeres y el 46% hombres. Guaranda tiene una densidad: 25.1 habitantes/hectárea, sus parroquias urbanas son: Ángel Polibio Chávez, Gabriel Ignacio de Veintimilla, Guanujo. (pág 3)

Figura 1 Ubicación del casco urbano de la ciudad de Guaranda



Nota: Mapa de ubicación del casco urbano de Guaranda en la provincia de Bolívar. Adaptada de UEB,2014,(<http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/846/1/Perfil%20Territorial%20GUARANDA.pdf>)

Límites:

Se encuentran comprendidos entre las calles Olmedo, Antigua Colombia, Zolanda, 7 de Mayo, que involucra 37 manzanas con una estimación de 1.881 viviendas, que a su vez corresponden al barrio central, los mismos que se encuentran totalmente

consolidados; la zona Guanujo entre las calles Ayacucho, Manuel de Echeandía, Leónidas Proaño, Junín. Con una estimación de 420 viviendas. PDOT Guaranda (2020)

Según Paucar et al., (2018) la ciudad de Guaranda, por ser la capital provincial y cantonal, tiene un rol político – administrativo, comercial, financiero, prestación de servicios al medio agropecuario y a la administración, teniendo como elemento de identidad cultural el “carnaval”, el mismo que el 31 de octubre de 2001, fue declarado como “Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador”, por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2001). (pág. 6)

Según Paucar et al., (2018) Las principales actividades económicas de la población del casco urbano de Guaranda en su orden son: comercio al por mayor y menor, la administración pública y defensa, enseñanza, agricultura y ganadería; siendo las más importantes categorías de ocupación: empleado u obrero del Estado, por cuenta propia (pequeños comerciantes, negocios), empleado u obrero privado, jornalero o peón (INEC, 2010); por lo que especialización económica de la ciudad tiende hacia los servicios o sector terciario (pág. 11).

2.5.1 Economía

La ciudad tiene un crecimiento de sur a norte por una consecuencia lógica que es el eje vial Guanujo - Guaranda, estos se fusionaron con una ventaja adicional que la Universidad Estatal de Bolívar se asentó en medio de las dos, lo que está permitiendo que las nuevas urbanizaciones tengan su asiento alrededor de este importante Centro Educativo. PDOT Guaranda (2020)

En la actualidad la ciudad de Guaranda está creciendo comercialmente en el centro histórico tanto de Guaranda, así como también en el centro de Guanujo, convirtiéndose ambos en dos polos de desarrollo.

2.5.2 Morfología urbana

Estructura urbana.

Existen dos núcleos de la ciudad que concentra los elementos urbanos y arquitectónicos más relevantes dentro de Guaranda y Guanujo.

Parcelamiento.

Guaranda se define por unidades territoriales de manzanas, esto viene a ser la síntesis del comportamiento socio espacial de localización de los predios en el área urbana del cantón donde se encuentran: equipamientos colectivos, infraestructura y servicios urbanos, junto a la intensidad en el proceso de consolidación del espacio urbano. PDOT Guaranda (2020)

El paisaje urbano de la ciudad de Guaranda

Este juega un papel determinante en el proceso de la ciudad, constituye una perspectiva visual de sus calles en sentido longitudinal y transversal, siendo el elemento que articula los espacios construidos con los espacios abiertos. La ciudad se encuentra rodeada de varias colinas que conforman el ambiente propicio para la realización de una serie de miradores en diferentes puntos de vista que permite la apreciación del desarrollo del área histórica de la ciudad y la relación con los elementos que conforman el entorno paisajístico. PDOT Guaranda (2020)

Recreación.

Guaranda cuenta con espacios para la recreación activa y pasiva, como los complejos: Galo Miño Jarrin, Camilo Montenegro, Parque Cordovez, Parque 9 de Octubre y otras canchas que están situadas en diferentes lugares de la ciudad. El déficit de espacios hace que los deportistas tengan que esperar turnos para realizar la actividad.

PDOT Guaranda (2020)

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación

3.1.1 *Investigación de Campo*

La investigación de campo corresponde a un tipo de diseño de investigación, para la cual Caja (2020) “señala es un tipo de investigación en la cual se adquieren o miden datos sobre un suceso en particular, en el lugar donde suceden. Es decir que, el investigador se traslada hasta el sitio donde ocurre el fenómeno que desea estudiar, con el propósito de recolectar información útil para su investigación”.

Se utilizó este tipo de investigación en la aplicación de la encuesta, que constó de preguntas abiertas y cerradas que fueron aplicadas a los dueños de los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.

La realización a la propuesta de desarrollo de la situación económica del COVID-19 de los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar, se llevaron a cabo usando técnicas de investigación bibliográfica y de campo, a un nivel exploratorio, descriptivo y analítico.

3.2 Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación será mixto en vista que se analizaran datos cualitativos y cuantitativos a través de técnicas específicas aplicadas para cada uno de los enfoques de manera que se podrá analizar cuantificablemente los resultados obtenidos a través de la aplicación de la encuesta; y de igual manera se lograra interpretar los

datos cualitativos adquiridos a partir de la aplicación de la observación directa y análisis documental.

3.3 Métodos de Investigación

3.3.1 Revisión Bibliográfica

Es un instrumento sustantivo dentro del proceso de una investigación original. Se utiliza como paso previo de la misma, y es necesaria para formular correctamente el problema, para elaborar el marco conceptual que lo rodea; en definitiva, para definir el estado de conocimientos actual sobre un tema que hace posible plantear preguntas de investigación pertinentes, objetivos relevantes e hipótesis compatibles con lo que se sabe e ignora. Gálvez (2018, pág. 30)

De tal modo, en esta etapa se realizó la búsqueda de información para el desarrollo del marco teórico, antecedentes y fundamentación legal, mediante las siguientes fuentes bibliográficas:

Fuentes Primarias: Informes de la Organización Mundial de la Salud, Organización Mundial del Turismo , oficina técnica tipo B del Ministerio de Turismo en la provincia de Bolívar, revistas científicas, datos de encuestas por gerentes y documentos legales (Constitución de la República del Ecuador, Ley Orgánica De Apoyo Humanitario, Código Orgánico de Organización Territorial, Ley de Turismo, Reglamento de Alojamiento Turístico, Reglamento de Alimentos y Bebidas, Reglamento de Operación e Intermediación Turística y Reglamento de Transporte Terrestre Turístico).

Fuentes Secundarias: Informes de periódicos nacionales, boletines internacionales, tesis doctorales, libros, manuales de protocolarios y páginas web. Mediante este proceso se obtuvieron las bases fundamentales de la investigación, lo cual permitió analizar la bibliografía publicada, sintetizarla y extraer los datos más relevantes, para constituir conocimientos críticos fundamentados en bases teóricas

3.3.2 Método Descriptivo

Según Alban et al., (2020) “se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad. Se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando” (pág. 165).

Cuantitativo: se identificó las consecuencias económicas ocasionadas por la pandemia en los establecimientos turísticos, mediante encuestas.

Cualitativo: se describió las condiciones de impacto sobre la afectación en los establecimientos turísticos.

3.3.3 Método Estadístico

“Son procedimientos para manejar datos cuantitativos y cualitativos mediante técnicas de recolección, recuento, presentación, descripción y análisis. Los métodos estadísticos permiten comprobar hipótesis o establecer relaciones de causalidad en un determinado fenómeno” Morales (2020).

Técnicas

Las técnicas de recolección de datos son los diferentes procedimientos que se realizan y utilizan para obtener la información deseada. La técnica que se utilizó en la investigación es:

3.3.4 Encuestas

Para dar respuesta a los objetivos de la investigación se elaborará un cuestionario, el cual va dirigido a gerentes o dueños de los establecimientos turísticos, donde se analizará las consecuencias económicas y en menor medida el ámbito social

Diseño de la Encuesta

La encuesta fue estructurada en tres apartados:

Datos Generales

Se recolectó información básica de los establecimientos turísticos como: nombre del establecimiento, estado (abierto-cerrado), contacto, nombre del gerente, número de habitaciones, tipo de huéspedes, tipo de menú, categoría de cada uno, número de mesas, plazas, etc.

Ámbito Económico

Se analizó de qué manera afectada el COVID-19 a los establecimientos turísticos financieramente

Ámbito Social

En este apartado se consideró adaptar las preguntas en base al manual de protocolos para reapertura de establecimientos hoteleros emitido por el MINTUR

3.3.5 Población, Muestra

La población se consideró a partir del registro de establecimientos turísticos emitido por el catastro del MINTUR, en el cual se determinó un total de 12 alojamientos (entre hoteles y hostales), 25 alimentos & bebidas (bar, cafetería, restaurantes y servicio de catering) y por último 1 de operación e intermediación, cabe mencionar que la Ciudad de Guaranda no cuenta con transporte turístico.

Por esta razón, la población total de la investigación fue de 38 establecimientos turísticos que se encuentran en funcionamiento.

Muestra

Muestras homogéneas: al contrario de las muestras diversas, en las muestras homogéneas las unidades que se van a seleccionar poseen un mismo perfil o características, o bien comparten rasgos similares. Su propósito es centrarse en el tema por investigar o resaltar situaciones, procesos o episodios en un grupo social. Sampieri, (2014,pág. 388)

Se aplicó este tipo de muestra de acuerdo a que los establecimientos turísticos cuentan con un mismo perfil y características similares.

CAPITULO IV

4.-RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con el levantamiento de información y el estudio realizado sobre los impactos del COVID-19 en los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda, se evidenció una crisis y decaimiento socio-económico de alto impacto hacia el sector estudiado. De la misma forma los estudios arrojan una serie de egresos que dificultan la operación de las empresas de alojamiento, alimentos & bebidas y operación turística poniendo en crisis a los establecimientos.

4.1 Establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.

De acuerdo al catastro turístico otorgado por el MINTUR con corte de enero del año 2022 existen 58 establecimientos turísticos, los cuales engloban las siguientes actividades; alojamiento, alimentos & bebidas y operación e intermediación. No obstante, hasta la fecha en que se realiza la investigación, varios establecimientos estaban fuera de funcionamiento a raíz de la pandemia, por ende, no se pudo acceder a la información. Cabe destacar, que las fuentes de soda inventariados en el catastro, no se encuentran en la clasificación del reglamento de alimentos & bebidas del año 2016 por lo que no se los consideró para la investigación. Por ello al analizar los datos se identificaron 38 establecimientos para el desarrollo del trabajo de titulación, cada uno con el nombre del respectivo establecimiento, clasificación, categoría, número de plazas, mesas y sillas.

Tabla 1 Establecimientos de alojamiento

Nombre	Clasificación	Categoría	Habitaciones	Plazas
Hotel Marquez	Hotel	2 estrellas	34	146
Hotel San Luis	Hotel	2 estrellas	24	51
Hotel San Rafael	Hotel	2 estrellas	13	24
La Rustica	Hotel	2 estrellas	24	38
El Ángel	Hotel	2 estrellas	22	56
Gran Hotel Palacio Real	Hotel	2 estrellas	18	36
Colonial	Hotel	2 estrellas	24	42
Balcón Cuencano	Hostal	1 estrellas	72	146
Ejecutivo	Hostal	1 estrellas	12	18
7 Colinas	Hostal	1 estrellas	18	44
Oasis	Hostal	1 estrellas	15	37
Sumak Samyra	Hostal	1 estrellas	8	17
Total	12		284	655

Nota. Investigadores, 2022

Tabla 2 Establecimiento de Alimentos & Bebidas

Nombre	Clasificación	Categoría	Mesas	Sillas
Quesos y Quesos algo mas	Cafetería	Tercera	8	32
Sweet Tomasito	Cafetería	Una taza	-	-
Sugar the Sweet	Cafetería	Una taza	-	-
Buubble Time	Cafetería	Una taza	-	-
La Caffeta	Cafetería	Tercera	18	72
Taberna	Bar	Tercera	9	36
Santa Fé	Restaurante	Un tenedor	-	-

Nuevo Mediterraneo	Restaurante	Cuarta	28	112
Cacique Guaranga	Restaurante	Cuarta	10	40
Ayamaqui	Restaurante	Tercera	12	48
Listo el Pollo	Restaurante	Tercera	16	64
La Estancia	Restaurante	Segunda	12	48
La Bohemia	Restaurante	Segunda	15	60
Señora Pizza	Restaurante	Un tenedor	-	-
Pizzeria Arcobaleno	Restaurante	Un tenedor	-	-
Rawa	Restaurante	Tercera	13	52
Mis Abuelos	Restaurante	Tercera	7	28
Don Florentino	Restaurante	Tercera	10	40
Folk	Restaurante	Tercera	8	32
Chorigol	Restaurante	Un tenedor	-	-
La Casa del Gaucho	Restaurante	Tercera	-	-
Asadero Combo Loco	Restaurante	Cuarta	5	20
Pizzeria Buon Giorno	Restaurante	Un tenedor	-	-
El Ático	Cafetería	Una taza	-	-
Ortiz catering y eventos	Servicio de catering	Categoría única		
Total		25		

Nota. Investigadores, 2022

Tabla 3 Operación e intermediación

Nombre	Clasificación	Categoría
Curiquingue tour	Agencia de viajes dual	Agencia de viajes dual
Total	1	

Nota. Investigadores, 2022

Tabla 4 Establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Hoteles	8	21%
Hostales	4	10%
Cafetería	7	18%
Bar	1	3%
Restaurant	16	42%
Servicio de catering	1	3%
Operador turístico	1	3%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

En la ciudad de Guaranda se lograron identificar 38 establecimientos turísticos registrados en el MINTUR a marzo del 2022 y se distribuyen en las siguientes actividades:

La actividad predominante es alimentos & bebidas con el 66% con 25 establecimientos, luego alojamientos con 12 establecimientos que representan el 31% y el restante 3% con 1 en operación e intermediación.

De los 25 establecimientos de alimentos & bebidas el 42% son restaurantes, 18% cafeterías, 3% bar y 3% en servicios de catering; existen 12 establecimientos de alojamiento el 21% representa a hoteles y el 10% a hostales; y tan solo un establecimiento de operación e intermediación.

4.2 Consecuencias ocasionadas por la pandemia Covid-19 en el ámbito económico y social de los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.

Con el levantamiento de información y el pertinente estudio realizado sobre las consecuencias ocasionadas por la pandemia en los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda, se nota un decaimiento y crisis en el ámbito socio-económico.

Con las entrevistas realizadas a los dueños/encargados o gerentes se evidencia que varios aspectos dificultan el desarrollo de las distintas actividades turísticas en los establecimientos.

Tabla 5 Número de colaboradores

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Género femenino	74	53%
Género masculino	65	47%
Total	139	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Se pudo identificar 139 colaboradores dentro de los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda, siendo predominante con 53% el género femenino y un 47% el género masculino.

Tabla 6 Marque con una X la clasificación que realiza el establecimiento (Alojamiento)

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Hotel H	8	67%
Hostal HS	4	33%
Total	12	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Dentro de la actividad de alojamiento se encuentran 12 establecimientos que vienen hacer el 100%, donde 8 se clasifican en Hotel H y 4 se clasifican en Hostales HS, siendo predominante con un 67% el H y un 33% el HS.

Tabla 7 Marque con una X la actividad que realiza el establecimiento (Alimentos & Bebidas)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Cafetería	7	28%
Bar	1	4%
Restaurante	16	64%
Servicio de Catering	1	4%
Total	25	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Dentro de la actividad de alimentos & bebidas se encuentran 25 establecimientos que vienen hacer el 100%, donde 7 se clasifican en Cafetería, 1 en Bar, 16 en Restaurantes y 1 se clasifican en Servicio de catering, siendo predominante con un 64% la clasificación de Restaurante y con un 4% Bar y Servicios de Catering siendo esta menos predominante.

Tabla 8 Marque con una X la actividad que realiza el establecimiento (Operación e Intermediación)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Operador turístico	1	100%
Total	1	

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Dentro de la actividad de operación e intermediación existe solo una clasificación con un 100% que vendría hacer operador turístico.

Tabla 9 ¿En qué aspectos ha impactado el COVID-19 a su establecimiento? (opciones múltiples)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Recorte del personal	12	15%
Baja demanda	16	20%
Perdidas de proveedores	7	9%
Suspensión de los mercados	9	11%
Pérdidas económicas	14	17%
Altas tasas de interés en las entidades financieras	4	5%
Restricciones de circulación (AFORO)	10	13%
Cambio de modalidad en el negocio	8	10%
Total	81	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Entre los aspectos que ha impactado el COVID-19 a los diferentes establecimientos, 12 establecimientos hicieron recorte de personal, 16 tuvieron baja demanda, 7 tuvieron pérdidas de proveedores, 9 suspensión de mercados, 14 pérdidas económicas, 4 altas tasas de interés en las entidades financieras, 10 la restricción de circulación y 8 tuvieron cambio de modalidad en el negocio. Siendo predominante la baja demanda con 20%, pérdidas económicas 17% y recorte de personal con el 15% en los establecimientos turísticos.

Tabla 10 ¿De qué manera el COVID-19 afectado el comportamiento de los consumidores en su establecimiento turístico? (marque uno)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Inseguridad	13	34%
Miedo	17	45%
Restricciones	8	21%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Una de las maneras en que afecto el COVID-19 el comportamiento de los consumidores es la inseguridad en 13 establecimientos, el miedo en 17 y las restricciones en 8. Siendo predominante el miedo con un 45% y con un 21% las restricciones la menos predominante.

Tabla 11 ¿El personal que labora en el establecimiento cumple con los protocolos de bioseguridad para atender a la demanda?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	36	95%
Medianamente	2	5%
No cumple	0	0%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Dentro de los establecimientos turísticos 36 cumplen totalmente con los protocolos de bioseguridad y 2 medianamente, siendo el 95% de los establecimientos quienes cumplen totalmente y un 5% medianamente. así con un 95% totalmente y un 5% medianamente,

Tabla 12 ¿Cree usted que el aforo impuesto por el gobierno permitió al establecimiento turístico cubrir con los egresos financieros?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	11%
No	34	89%
Total	38	100

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

El aforo impuesto por el gobierno le permitió cubrir los egresos financieros a 4 establecimientos, mientras que a 34 establecimientos no. Siendo un 89% los establecimientos que no les permitió cubrir los egresos financieros y un 11% si los cubrieron.

Tabla 13 ¿Cree que la visión del establecimiento ha cambiado debido al COVID-19?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	7	19%
Ha tenido algunos cambios	26	68%
No ha cambiado	5	13%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Debido al COVID-19 la visión de 7 establecimientos ha cambiado totalmente, mientras que 26 han tenido algunos cambios y 5 no han cambiado, siendo predominante con un 68% los establecimientos que han tenido algunos cambios su visión.

Tabla 14 ¿Considera Ud. necesario plantear estrategias para la recuperación postpandemia del establecimiento turístico?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	38	100%
No	0	0%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Los 38 establecimientos encuestados consideraron necesario plantear estrategias para la recuperación postpandemia, siendo en su totalidad un 100%.

Tabla 15 ¿Considera que el establecimiento que usted administra contaba con un plan de contingencia para afrontar una crisis?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	42%
No	22	58%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Dentro de los establecimientos 16 de ellos si contaban con un plan de contingencia y 22 no. Siendo un 58% los establecimientos que no contaban con un plan de contingencia y un 42% sí.

Tabla 16 ¿Conoce Ud. de la existencia de un plan de contingencia aplicado por el Ministerio de Turismo para enfrentar la crisis del COVID 19? (si su respuesta es sí conteste la pregunta 11)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	21%
No	30	79%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Muchos de los establecimientos turísticos no tienen conocimiento de un plan de contingencia aplicado por el Ministerio de Turismo para afrontar la crisis del COVID-19, mientras que 8 si tienen conocimiento de aquello, siendo predominante el desconocimiento con un 79% y con un 21% el conocimiento del mismo.

Tabla 17 ¿Cree Ud. que el plan de contingencia ejecutado por el Ministerio de Turismo ha permitido enfrentar con éxito la pandemia de la COVID-19?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	3	37%
Poco efectivo	5	63%
Nada efectivo	0	0%
Total	8	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

De los 8 establecimientos que tienen conocimiento del Plan de contingencia ejecutado por el Ministerio de Turismo, el cual ha permitido enfrentar con éxito la pandemia, 3 ha sido efectivo y 5 poco efectivo, siendo predominante la poca efectividad con un 63% y con un 37% efectivo.

Tabla 18 ¿En qué porcentaje afectó el retorno de la inversión en el establecimiento turístico a causa del COVID-19?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
10 a 30%.	12	32%
30 a 50%	16	42%
50 a 100%	10	26%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

La afectación de retorno a la inversión que tuvieron los establecimientos es de 12 con un 10% a 30%, de 16 con un 30% a 50% y de 10 con un 50% a 100%, siendo predominante el retorno de 30% a 50% con un 42%.

Tabla 19 ¿Cuáles son los retos que tendrá que afrontar el establecimiento para seguir brindando un servicio de calidad? (varias opciones)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Crear nuevos servicios	8	15%
Descuentos	12	23%
Promociones	18	35%
Marketing digital	14	27%
Total	52	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Dentro de los retos que tendrán que afrontar los establecimientos para brindar un servicio de calidad, entre ellos 8 tienen como reto crear nuevos servicios, 12 descuentos, 18 promociones y 14 establecimientos marketing digital. Siendo

predominante las promociones con un 35%, el marketing digital con un 27% y con un 23% los descuentos en los establecimientos turísticos.

Tabla 20 ¿Considera Ud. que podrá recuperarse de la crisis que sufrió el establecimiento?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Fácil	2	5%
Neutral	25	66%
Difícil	11	29%
Total	28	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Para la recuperación de la crisis que sufrieron los establecimientos turísticos, 2 consideran que será fácil, 25 que será neutral y 11 consideran que es difícil, siendo neutral la recuperación con un 66%.

Tabla 21 ¿Considera UD que el establecimiento enfrente altos costos de seguridad sanitaria para sus colaboradores por la pandemia COVID 19?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Alto costos	19	50%
Medio	13	34%
Bajos costos	6	16%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

La pandemia cobro altos costos de seguridad sanitaria a los colaboradores de los establecimientos turísticos, altos costos a 19, medios costos a 13 y bajos costos a 6 establecimientos, siendo predominante los altos costos con el 50%.

Tabla 22 ¿Cree Ud. que, a consecuencia del COVID-19, el turismo tradicional se vio afectado?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	79%
No	8	21%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

A consecuencia del COVID-19 el turismo tradicional se vio afectado, 30 establecimientos dijeron que si y 8 que no. Siendo predominante con un 79% el sí de acuerdo a los establecimientos turísticos.

Tabla 23 ¿Cree Ud. estar capacitado para adaptarse a las nuevas tecnologías en el sector turístico?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy capacitado	13	34%
Algo capacitado	23	61%
Nada capacitado	2	5%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Los establecimientos deben adaptarse a las nuevas tecnologías del sector turístico entre los cuales 13 están muy capacitados, 23 algo capacitado y 2 nada capacitado. Siendo predominante con un 61% estar algo capacitados los dueños y administradores de los establecimientos turísticos.

Tabla 24 ¿Cuál de las siguientes estrategias considera necesarias en su establecimiento para afrontar la nueva normalidad postpandemia? (una opción)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Marketing digital	18	47%
Reservas en línea	7	19%
Tiempo de respuesta	3	8%
Fidelización	10	26%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Para afrontar la nueva normalidad postpandemia se han considerado las siguientes estrategias en cada uno de los establecimientos, 18 en marketing digital, 7 en reservas en líneas, 3 en tiempo de respuesta y 10 en fidelización. Siendo predominante el marketing digital con un 47%, la fidelización con un 26% y con un 16% las reservas en líneas en los establecimientos turísticos.

Tabla 25 ¿Considera Ud. que está aportando para la pronta recuperación en el sector turístico?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Aporto mucho	22	58%
Aporto algo	16	42%
Nada	0	0%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

En el sector turístico 22 establecimientos consideran que aportaron mucho para la recuperación y 16 aportaron algo, siendo predominante con un 58% los establecimientos que aportaron mucho.

Tabla 26 ¿Cree Ud. que la pandemia incremento el desempleo en el sector turístico de la ciudad de Guaranda?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	38	100%
No	0	0
Total	30	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Los 38 establecimientos encuestados creen que a raíz de la pandemia incremento el desempleo en el sector turístico de la ciudad de Guaranda.

Tabla 27 ¿Considera Ud. que la crisis actual genera nuevas oportunidades de mercado?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	76%
No	9	24%
Total	38	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Dentro de los establecimientos turísticos 29 consideran que la crisis genera nuevas oportunidades de mercado, siendo predominante con un 76%, mientras que 9 consideran que no, siendo esta menos predominante con un 24%.

Tabla 28 ¿Considera que el sector público (GAD Provincial, Municipio, Ministerio de Turismo) deben generar acciones para superar la crisis sanitaria?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	38	100%
No	0	0
Total	30	100%

Nota. Investigadores, 2022

Análisis e Interpretación

Los establecimientos encuestados consideran en su totalidad que se debe generar desde el sector público acciones para superar la crisis sanitaria.

Análisis e interpretación general

En la ciudad de Guaranda encontramos 38 establecimientos turísticos que se encuentran divididos en actividades: 12 establecimientos de alojamiento, 25 de alimentos & bebidas y 1 operador de turismo, las mismas que generan oportunidades laborales principalmente a mujeres. Es importante reconocer que dentro de las afectaciones económicas provocadas por el COVID-19 se ha establecido la baja demanda puesto que las mismas condiciones de contagio a abrumando con el miedo a los consumidores.

Luego que se fueron liberando las restricciones y que se motivaba a la reactivación del turismo, los establecimientos en su mayoría se veían obligados a cumplir los protocolos de bioseguridad a pesar de los altos costos que estos implicaban, también considerando que el gobierno estableció un aforo limitado que de alguna manera no les ha permitido cubrir sus gastos operativos.

Los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda se vieron sometidos a generar cambios en sus negocios que les permitía desarrollar estrategias para el retorno progresivo de la demanda, además de un plan de contingencia que en pocos establecimientos fue aplicado, pero lo que más sorprende es que la mayoría de establecimientos turísticos desconocía de los diferentes manuales para el

cumplimiento de los protocolos de bioseguridad en las actividades turísticas legalmente reconocidas bajo la normativa vigente. Es importante reconocer que dentro de las estrategias que aplicaron los negocios turísticos fue la innovación, la fidelización y la aplicación de medios digitales para su difusión, en donde ellos consideran que tienen la suficiente capacitación para el manejo de redes sociales.

A pesar que un número considerable de establecimientos turísticos no son tan optimistas en el proceso de reactivación, consideran que para cubrir sus costos de funcionamiento deben aliarse a una entidad financiera, determinan además que el turismo tradicional ha cambiado y que se enfocan hacia un nuevo momento en donde el marketing digital será una opción para posicionar sus negocios

Como consecuencia de la pandemia varios de sus colaboradores fueron despidos, pero como propietarios de los establecimientos están conscientes que generan un aporte a la reactivación económica, encontrando en esta crisis económica varias oportunidades que les permitirá tener una mejor posición en el mercado turístico. Es importante también considerar el llamado que hacen los establecimientos turísticos hacia las entidades del sector público para que generen acciones mucho más concretas que permitan desarrollar una reactivación económica de forma más ordenada, progresiva y comercial.

4.3 Estrategias para la recuperación progresiva de los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.

4.3.1 Análisis FODA

Para realizar el análisis FODA se ha tomado en cuenta todos los factores necesarios para poder determinar la situación actual de como a impactado el COVID-19 a los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.

Determinando las fortalezas siendo las cualidades que resaltan, así como también las Oportunidades que son los aspectos necesarios que se debe tener presente para cumplir en un determinado periodo, en relación a las debilidades son factores que están determinando el retraso en la evolución de los establecimientos turísticos, por último se encuentran las amenazas que interviene la competencia que existe entre estos, A partir de estos cuatro componentes se facilita crear las estrategias y de esta manera aprovechar las oportunidades y fortalezas.

En relación a las encuestas realizadas se pudo notar que existió un alto porcentaje de baja demanda y por ende grandes pérdidas económicas, los consumidores tuvieron miedo por los casos de contagio que existieron en la ciudad de Guaranda, sin embargo, el aforo que impuso el gobierno no permitió que cubran las deudas que tenían con las entidades financieras, por eso varios establecimientos turísticos crearon sus propias estrategias para poderte tener una recuperación postpandemia.

Con esto se puede concluir que las estrategias para la recuperación progresiva de los establecimientos turísticos son: estrategias de gobernanza mediante la implementación de un sistema sinérgico local, estrategias de financiación como

generación de espacios con la participación de entidades financieras públicas y privadas para conocer las ofertas de créditos en el sector turístico postpandemia, estrategias de recursos humanos para lograr el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad y por último las estrategias de marketing como el diseño de una plataforma multilateral.

Tabla 29 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Políticas para la reactivación económica post COVID-19 • Protocolos de bioseguridad. • Posición geográfica. • Desarrollo económico interno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de la tecnología para la promoción y difusión • Creación de estrategias para a recuperación postpandemia. • Aportación de los establecimientos turísticos para la pronta recuperación. • Generación de nuevas oportunidades en el mercado turístico.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Las entidades tanto públicas como privadas no trabajan conjuntamente en el ámbito turístico. • Baja promoción digital de los atractivos turísticos del sector público. • El turismo tradicional se vio afectado. • Los establecimientos se podrán recuperar de una manera neutral por la crisis económica que sufrió. • Poco conocimiento en parte de promoción turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo de infectarse por el COVID-19 • Los establecimientos no cuentan con un plan de contingencia. • No cuentan con apoyo de las autoridades competentes al turismo. • Altos costos de seguridad sanitaria para sus colaboradores. • Incremento del desempleo en el sector turístico.

Nota. Investigadores, 2022

4.3.2 Cruce de variables

Las variables determinadas en el FODA serán medidas a través de una escala de Likert en la que la percepción más negativa de la situación corresponde a uno, la percepción más positiva de la situación corresponde a cinco. De esta manera se establece las matrices FO (Fortalezas – Oportunidades) y DA (Debilidades – Amenazas).

En la matriz FO se considera que las oportunidades de mayor influencia es la aportación de los establecimientos turísticos para la pronta recuperación y la creación de estrategias para la recuperación postpandemia, por otra parte, las mayores fortalezas identificadas que poseen es la posición geográfica en la que se encuentra, los protocolos de bioseguridad y las políticas para a reactivación económica.

Tabla 30 Matriz FO

		OPORTUNIDADES				TOTAL
		Uso de la tecnología para la promoción y difusión	Creación de estrategias para la recuperación postpandemia.	Aportación de los establecimientos turísticos para la pronta recuperación	Altos costos de seguridad sanitaria para sus colaboradores.	
F O R T A L E Z A S	Políticas para la reactivación económica post COVID-19	4	4	3	3	14
	Protocolos de bioseguridad.	3	4	4	3	14
	Posición geográfica	3	5	4	4	16
	Desarrollo económico	2	3	4	3	12

interno				
TOTAL	12	14	15	13

Nota. Investigadores, 2022

En la matriz DA (Debilidades-Amenazas), las amenazas detectadas son que los establecimientos turísticos no cuentan con un plan de contingencia y tampoco con el apoyo de las autoridades competentes del sector turísticos, las debilidades con mayor puntaje es la baja promoción por los medios digitales y también el turismo tradicional se vio afectado.

Tabla 31 Matriz FO

		AMENAZAS					TOTAL
		Riesgo de infectarse por el COVID-19	No cuentan con un plan de contingencia.	No cuentan con apoyo de las autoridades competentes al turismo.	Altos costos de seguridad sanitaria para sus colaboradores	Incremento del desempleo en el sector turístico.	
D E B I L I D A D E S	Entidades tanto públicas como privadas no trabajan conjuntamente en el ámbito turístico.	2	4	2	3	1	12
	Baja promoción digital	3	4	4	4	2	17
	El turismo tradicional se vio afectado	2	3	4	3	2	14
	Recuperar de una manera neutral por la crisis económica	3	2	3	3	2	13
	Poco	3	3	3	1	2	12

conocimiento en
parte de
promoción
turística.

TOTAL

13

16

16

14

9

Nota. Investigadores, 2022

Interpretación del cruce de las variables

Luego de realizar el cruce de variables se pudo determinar que por la ponderación se deben de plantear las siguientes estrategias:

- Estrategias de gobernanza,
- Estrategias de recursos humanos
- Estrategias de financiación y,
- Estrategias de marketing

Tabla 32 Estrategias

Estrategias	Acciones	Responsables	Beneficiarios
Estrategias de Gobernanza			
Implementación de un sistema sinérgico local que permita una coordinación entre los diferentes actores del sector turísticos.	<p>Conformar una mesa cantonal de turismo que impulse la reactivación turística.</p> <p>Elaborar un plan estratégico para la reactivación turística en el cantón Guaranda</p>	<ul style="list-style-type: none"> • GAD Municipal de Guaranda • Establecimientos turísticos 	<p>Establecimientos turísticos</p>
Estrategias de Financiación			
Generación de espacios con la participación de entidades financieras públicas/privadas y el sector turístico para conocer ofertas de créditos al sector turístico postpandemia.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las entidades financieras en la ciudad de Guaranda que oferten créditos al sector turísticos. • Crear talleres con los representantes de los establecimientos turísticos para que conozcan la oferta de 	<ul style="list-style-type: none"> • GAD Municipal de Guaranda • Establecimientos turísticos • Entidades Financieras 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimientos turísticos • Operadoras/agencias de viajes

	<p>créditos de las diferentes entidades financieras.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar seguimiento a los establecimientos turísticos para que puedan acceder a los créditos. 		
<p>Alianzas con operadoras de turismo y agencias de viajes del país para la generación de acuerdos comerciales que permitan incrementar la demanda en los establecimientos turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una rueda de negocio entre los establecimientos turísticos y operadoras/agencias de viajes del Ecuador. • Dar seguimiento a la firma de acuerdos comerciales entre los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda y las operadoras/agencias de 		

	viajes.		
Consolidación de la estructura organizativa de los establecimientos turísticos con un enfoque empresarial que les permita organizar y mejorar las capacidades operativas empresariales.	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar las políticas vigentes de los establecimientos turísticos. • Diseñar una propuesta de estructura organizativa acorde a la realidad de los establecimientos turísticos y que no implique aumentos en sus gastos. • Realizar una capacitación para la puesta en marcha de la propuesta de estructuración organizativa eficaz. 		
Estrategias de Recursos Humanos			
Cumplimiento de	<ul style="list-style-type: none"> • Socializar los manuales 	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimientos

<p>protocolos de bioseguridad en los colaboradores de los establecimientos turísticos con las respectivas medidas de seguridad.</p>	<p>de bioseguridad para establecimientos turísticos y acciones de reactivación turística elaborados por el Ministerio de Turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al personal en temas de: ocupación laboral, nuevas novedades del proceso del Covid-19 y las acciones que deben tomar. 	<p>turismo del Ecuador</p> <ul style="list-style-type: none"> • GAD Municipal de Guaranda • Establecimientos turísticos 	<p>turísticos</p>
<p>Estrategias de Marketing</p>			
<p>Obtención del sello Safe Travel para establecimientos turísticos emitido por el MINTUR.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresar a la página de Turismo y conocer los requisitos, términos y condiciones para la obtención. • Realizar un diagnóstico de cumplimiento de 	<ul style="list-style-type: none"> • GAD Municipal de Guaranda • Establecimientos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimientos turísticos • Turistas

	<p>todos los protocolos de bioseguridad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar una capacitación avalada por una empresa/institución pública, enfocada en temas de bioseguridad para el personal. • Enviar solicitud de aplicación al sello Safe Travel. 		
<p>Uso de redes sociales en establecimientos turísticos que permitan difundir sus servicios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentar el mercado hacia quienes se va a generar la oferta. • Uso de redes sociales para el posicionamiento de los establecimientos turísticos. • Generar contenidos atractivos para la 		

	publicidad online.		
Diseño de una plataforma multilateral que permita ofertar de manera integral y dinámica los servicios de los establecimientos turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los agentes que estarán dentro del modelo de negocio. • Clasificar los establecimientos de acuerdo a las actividades y servicios que ofrecen. • Diseño e implementación de la plataforma digital. 		

Nota. Investigadores, 2022

Tabla 33 Presupuesto de las estrategias

N.-	Acciones	Detalle	Costo
1	<p>Conformar una mesa cantonal de turismo que impulse la reactivación turística.</p> <p>Elaborar un plan estratégico para la reactivación turística en el cantón Guaranda</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mesa cantonal • Plan estratégico 	\$300
2	<p>Identificar las entidades financieras en la ciudad de Guaranda que oferten créditos al sector turísticos.</p> <p>Crear talleres con los representantes de los establecimientos turísticos para que conozcan la oferta de créditos de las diferentes entidades financieras.</p> <p>Dar seguimiento a los establecimientos turísticos para que puedan acceder a los créditos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres • Entidades financieras 	\$250
3	<p>Realizar una rueda de negocio entre los establecimientos turísticos y operadoras/agencias de viajes del Ecuador.</p> <p>Dar seguimiento a la firma de acuerdos comerciales entre los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda y las operadoras/agencias de viajes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rueda de negocio • Acuerdos comerciales 	\$100
4	<p>Verificar las políticas vigentes de los establecimientos turísticos.</p> <p>Diseñar una propuesta de estructura organizativa acorde a la realidad de los establecimientos turísticos y que no implique aumentos en sus gastos.</p> <p>Realizar una capacitación para la puesta en marcha de la propuesta de estructuración organizativa eficaz.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta estructural 	\$200

		<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación 	
5	<p>Socializar los manuales de bioseguridad para establecimientos turísticos y acciones de reactivación turística elaborados por el Ministerio de Turismo.</p> <p>Capacitar al personal en temas de: ocupación laboral, nuevas novedades del proceso del Covid-19 y las acciones que deben tomar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Manuales de bioseguridad • Capacitación 	\$250
6	<p>Ingresar a la página de Turismo y conocer los requisitos, términos y condiciones para la obtención.</p> <p>Realizar un diagnóstico de cumplimiento de todos los protocolos de bioseguridad.</p> <p>Realizar una capacitación avalada por una empresa/institución pública, enfocada en temas de bioseguridad para el personal.</p> <p>Enviar solicitud de aplicación al sello Safe Travel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolos de bioseguridad • Capacitación 	\$200
7	<p>Segmentar el mercado hacia quienes se va a generar la oferta.</p> <p>Uso de redes sociales para el posicionamiento de los establecimientos turísticos.</p> <p>Generar contenidos atractivos para la publicidad online.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentación del mercado 	\$200
8	<p>Identificar los agentes que estarán dentro del modelo de negocio.</p> <p>Clasificar los establecimientos de acuerdo a las actividades y servicios que ofrecen.</p> <p>Diseño e implementación de la plataforma digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Plataforma digital 	
TOTAL			\$1.500

Nota. Investigadores, 2022

5.- CONCLUSIONES

- En la ciudad de Guaranda se lograron identificar 38 establecimientos turísticos registrados en el MINTUR a marzo del 2022 y se distribuyen en las siguientes actividades: alimentos & bebidas (restaurantes, cafeterías, bar y servicios de catering) 25 establecimientos, alojamientos (hotel y hostales) 12 establecimientos y con 1 en operación e intermediación.
- Los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda se vieron afectados dado que el impacto generado por la pandemia es relevante. Así mismo, se resalta la baja demanda, las pérdidas económicas y el recorte de personal que sufrió cada uno, a pesar de ello algunas empresas han sabido mantenerse a flote, ofertando y aprovechando las herramientas digitales. Dentro de todas las estrategias se ha visto la gran relevancia y funcionalidad que tienen las plataformas digitales para el trabajo y precisamente para la oferta de servicios.
- Los establecimientos turísticos se vieron sometidos a generar cambios en sus negocios que les permitirán desarrollar estrategias para la recuperación progresiva, en donde se enfatizó la gobernanza, la financiación, recursos humanos y marketing el costo total es de \$1.500. Siendo el último aspecto primordial para incrementar la afluencia de demanda y el posicionamiento de los establecimientos en el mercado, se utilizó el análisis FODA para conocer cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

6.- RECOMENDACIONES

- Actualizar el catastro de las actividades turísticas de la ciudad de Guaranda, con el fin de poder tener información verídica, de esta manera permitirá a las futuras investigaciones conocer de manera más relevante del número total de establecimientos.
- Las entidades públicas deberían dar a conocer los diferentes manuales para el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad en las actividades turísticas legalmente reconocidas bajo la normativa vigente, ya que existe el desconocimiento por parte de los establecimientos turísticos.
- Considerar y aplicar las estrategias planteadas para su debido estudio y puesta en marcha en los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.

7.- BIBLIOGRAFÍA

Alban, G. P., Arguello, A. E., & Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 165.

Avila de Tomás, J. (2020). *CORONAPEDIA*. Obtenido de <https://www.coronapedia.org/base-conocimiento/que-es-una-pandemia-definicion-y-fases/>

Becerra Astudillo, F. E., Vega Ruiz, J. M., & Orellana Ulloa, M. N. (2021). Impacto financiero del covid-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación. *593 Digital Publisher*, 201-220. Obtenido de <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.566>

Becerra, F., Vega, J., & Orellana, M. (2021). Impacto financiero del covid-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación. *Digital Publisher*, 201,210 y 217.

Bullon, R. (2021). *Teorías del Sistema Turístico*. Obtenido de <https://sistema-turistico.site123.me/teor%C3%8Das-del-sistema-tur%C3%8Dstico/el-sistema-tur%C3%8Dstico-seg%C3%9An-roberto-bullon>

Caja, A. (2020). Investigación de campo: características, diseño, técnicas, ejemplos. *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-de-campo/>.

Camacho, A. P., Gavilanes, E., Martínez, M., & Taco, C. (2013). <http://repositorio.cedia.org.ec>. Obtenido de Perfil territorial y análisis de

vulnerabilidad del cantón:
<http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/846/1/Perfil%20Territorial%20GUARANDA.pdf>

Camino, S., Aguilar, G. C., Soledispa, C. C., & García, Z. O. (2021). Efectos del COVID-19 en el sector turismo . *Superintendencia de compañías, valores y seguros* , 11. Obtenido de <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/Sector-Turismo-03-08-2021.pdf>

Chérrez, J. (2020). *El servicio de transporte para la reactivación de la actividad turística en la Ciudad de Baños*. Baños.

(2019). *Código Orgánico de Organización Territorial*. Quito: Asamblea Nacional del Ecuador.

(2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Asamblea Nacional del Ecuador.

Gálvez, T. A. (2018). Revisión bibliográfica: usos y utilidades. *Matronas Profesión*, 30.

Guaranda, G. A. (2020). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial- PDOT Guaranda*. Obtenido de <http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/download/PDOT-Canton-Guaranda-preliminar.pdf>

Ledhesma, M. (2018). Tipos de turismo: nueva clasificación. En M. Ledhesma, *Tipos de turismo: nueva clasificación* (págs. 7,8 y10). Buenos Aires. Obtenido de

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf

(2014). *Ley de Turismo*. Quito: Asamblea Nacional del Ecuador.

(2014). *Ley de Turismo*. Quito. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

(2020). *Ley Orgánica de Apoyo Comunitario*. Quito: Asamblea Nacional del Ecuador.

Molina, O. (2011). *COVID-19 y su impacto en establecimientos de alojamiento*. Jipijapa.

Morales, E. (2020). *TOMi Inc*. Obtenido de <https://tomi.digital/es/author/esteban-morales1>

Núñez, J. P. (2021). *Consecuencias de la emergencia sanitaria por Covid-19 en el sector*. Ambato.

OMT. ((s.f.)). *UNWTO*. Obtenido de GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

OMT. (2018). *UNWTO*. Obtenido de TURISMO URBANO: <https://www.unwto.org/es/turismo-urbano>

OMT. (2020).

- Paucar, C. A., Gavilanes, E., Vallejo, M., & Barragán, G. (2018). Análisis de vulnerabilidad del cantón Guaranda: perfil territorial. 106. Obtenido de <https://editorial.ueb.edu.ec/index.php/EDITORIAL/catalog/view/44/43/182-1>
- (2018). *Reglamento de Alimentos y Bebidas*. Quito: Asamblea Nacional del Ecuador.
- (2016). *Reglamento de Operación e Intermediación Turística*. Quito: Asamblea Nacional del Ecuador.
- (2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Quito: Asamblea Nacional del Ecuador.
- (2014). *Reglamento de Transporte Terrestre Turístico*. Quito: Asamblea Nacional del Ecuador .
- Sabino, C. (2010). *El proceso de Investigación*.
- Salazar, J. C., & Garrido, A. (2021). Efectos del covid-19 en el turismo gastronómico del Ecuador. *Revista Científica dominio de las ciencias*, 1074 y 1085.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México.
- Sánchez, G. (2020). El Comportamiento del turismo PROVINCIA DE BOLÍVAR dada la nueva normativa generada por la Afectación del virus COVID-19. *MINTUR*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Folleto-BOLIVAR.pdf>
- Vázquez, J. O., Prado, L. T., Lafebre, L. M., & Rafael, M. (2020). Impacto del covid -19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador. *Dominio de LAS*

CIENCIAS, 1257. Obtenido de
file:///D:/La%20Informacion%20AQUI/Downloads/Dialnet-
ImpactoDelCovid19EnElEmprendimientoDelSectorTurist-7562481.pdf

8.- ANEXOS

Cronograma

Tabla 30 Cronograma Gantt

Actividad	Semana 1 8 al 10 de diciembre	Semana 2 13-17 de diciembre	Semana 3 20-24 de diciembre	Semana 4 18 de diciembre al 7 de enero	Semana 5 10-14 de enero	Semana 6 17 de enero	Semana 7 18-26 de enero	Semana 8 27 de enero al 1 de febrero	Semana 9 3 de febrero al 11 de marzo	Semana 10 15 de marzo	Semana 11 24 al 25 de marzo
Realización del anteproyecto (tema, problema, marco teórico, metodología, cronograma y presupuesto)	Ing. German Sánchez Margarita Cedeño Carol Simancas										
Análisis del anteproyecto		Unidad de Integración									
Corrección del anteproyecto			Ing. German Sánchez Margarita Cedeño Carol Simancas								
Revisión de la corrección al anteproyecto y asignación de pares académicos				Unidad de Integración							

Aprobación de los anteproyectos.					Consejo Directivo						
Entrega del anteproyecto a los pares académicos para revisión						Ing. Silvana del Salto					
Revisión del anteproyecto						Ing. Germán Sánchez Margarita Cedeño Carol Simancas					
Correcciones							Margarita Cedeño Carol Simancas				
Realización del proyecto								Ing. Germán Sánchez Margarita Cedeño Carol Simancas			
Recepción del proyecto									Ing. Silvana del Salto		
Elaboración y entrega de informe del proceso de titulación										Ing. Silvana del Salto	

Presupuesto ejecutado

Tabla 31 Presupuesto

Cnt	Materiales	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2	Resmas de papel boom	Impresiones-copias: <ul style="list-style-type: none"> ○ Oficios ○ Anteproyecto corregido y final ○ Proyecto Final 	\$3.50	\$7.00
			\$8.60	\$8.60
4	Anillados	Anteproyectos- proyecto	1.00	\$5.00
3	Esferos	Azul	\$0.35	\$1.05
1	Flash memory	Guardar información sobre el proyecto	\$12.00	\$12.00
	Transporte	Costo de gasolina para movilizarnos de Guaranda a Guanujo y Vinchoa	\$10.00	\$10.00
4	Alimentación	Almuerzos y meriendas	\$5.00	\$20.00
	Subtotal			\$63,65

Nota. Investigadores, 2022

Instrumentos de recopilación de datos

Formato de la encuesta

La siguiente encuesta se aplicará a los dueños/encargados/gerentes de los establecimientos turísticos que tiene como objetivos:

Identificar los impactos del COVID-19 en los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.

Establecer estrategias de reactivación económica de los establecimientos turísticos de la ciudad de Guaranda.

1.- Información básica del establecimiento.

1.1. Nombre del establecimiento:

1.2. Nombre del encuestado:

1.3. Número de contacto:

1.4. Número de colaboradores: Género femenino () Género masculino ()

2.- Marque con una X la actividad y clasificación que realiza el establecimiento:

Actividad

Alojamiento

Hotel H

Hostal HS

Hostería HT

Hacienda Turística HA

Lodge L

Resort RS

Refugio RF

Campamento Turístico CT

Casa de Huéspedes CH

Alimentos y bebidas

Cafetería

Bar

Restaurante

Discoteca

Establecimiento móvil

Plazas de comida

Servicio de Catering

Operación e Intermediación

Operador turístico

Marque con una X

3.- En que aspecto ha impactado el COVID-19 a su establecimiento? (opciones múltiples)

Recorte del personal

Baja demanda

Perdidas de proveedores

Suspensión de los mercados

Pérdidas económicas

Altas tasas de interés en las entidades financieras

Restricciones de circulación (AFORO)

Cambio de modalidad en el negocio

4.- ¿De qué manera el COVID-19 afectado el comportamiento de los consumidores en su establecimiento turístico? (marque uno)

Inseguridad

Miedo

Restricciones

Capacidad de gasto

5.- ¿El personal que labora en el establecimiento cumple con los protocolos de bioseguridad para atender a la demanda?

Totalmente

Medianamente

No cumple

6.- ¿Cree usted que el aforo impuesto por el gobierno permitió al establecimiento turístico cubrir con los egresos financieros?

Si

No

7.- ¿Cree que la visión del establecimiento ha cambiado debido al COVID-19?

Totalmente

Ha tenido algunos cambios

No ha cambiado

8.-¿Considera Ud. necesario plantear estrategias para la recuperación postpandemia del establecimiento turístico?

Si

No

9.- ¿Considera que el establecimiento que usted administra contaba con un plan de contingencia para afrontar una crisis?

Si

No

10.- Conoce Ud. de la existencia de un plan de contingencia aplicado por el Ministerio de Turismo para enfrentar la crisis del COVID 19? (si su respuesta es sí conteste la pregunta 11)

Si

No

11.- ¿Cree Ud. que el plan de contingencia ejecutado por el Ministerio de Turismo ha permitido enfrentar con éxito la pandemia del COVID-19?

Efectivo

Poco efectivo

Nada efectivo

12.- ¿En qué porcentaje afectó el retorno de la inversión en el establecimiento turístico a causa del COVID-19?

10 a 30%.

30 a 50%

50 a 100%

13.- ¿Cuáles son los retos que tendrá que afrontar el establecimiento para seguir brindando un servicio de calidad? (varias opciones)

Crear nuevos servicios

Descuentos

Promociones

Marketing digital

Otros : _____

14. ¿Considera Ud. que podrá recuperarse de la crisis que sufrió el establecimiento?

Fácil

Neutral

Diffcil

15.- ¿Considera UD que el establecimiento enfrente altos costos de seguridad sanitaria para sus colaboradores por la pandemia COVID 19?

Alto costos

Medio

Bajos costos

16.- ¿Cree Ud. que, a consecuencia del COVID-19, el turismo tradicional se vio afectado?

Si

No

17.- ¿Cree Ud. estar capacitado para adaptarse a las nuevas tecnologías en el sector turístico?

Muy capacitado

Algo capacitado

Nada capacitado

18.- ¿Cuál de las siguientes estrategias considera necesarias en su establecimiento para afrontar la nueva normalidad postpandemia? (una opción)

Marketing digital

Reservas en línea

Tiempo de respuesta

Fidelización

19.- ¿Considera Ud. que está aportando para la pronta recuperación en el sector turístico?

Aporto mucho

Aporto algo

Nada

20.- ¿Cree Ud. que la pandemia incremento el desempleo en el sector turístico de la ciudad de Guaranda?

Si

No

21.- ¿Considera Ud. que la crisis actual genera nuevas oportunidades de mercado?

Si

No

Cuales: _____

22.- ¿Considera que el sector público (GAD Provincial, Municipio, Ministerio de Turismo) deben generar acciones para superar la crisis sanitaria?

Si

No

Reunión virtual-Revisión

The screenshot shows a Zoom meeting window with three participants: Margarita Cedeño, Germán Sánchez Ch., and Carol Simancas. The main window displays a Microsoft Word document titled 'Ley Orgánica De Apoyo Humano'. The document content includes:

Registro Oficial Suplemento

Estado: Vigente

Art. 1.- Objeto.- La presente Ley, tiene por objeto establecer las medidas de carácter humanitario, necesarias para ocasionada por el COVID-19, adversos dentro del territorio económico y productiva del Ecuador, y reactivación de las economías familiares, empresariales, la popular y solidaria, y en el mantenimiento de las condiciones de empleo en el sector privado. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2020).

Art. 10.- Créditos productivos para la reactivación económica y protección del empleo en el sector privado.- A partir de la promulgación de la presente Ley, y con la finalidad de evitar la ruptura de la cadena de pagos, reactivar la economía y proteger el empleo, las entidades del sistema financiero nacional, ofrecerán líneas de crédito al sector productivo.

A citation dialog box is open over the text '(Asamblea Nacional del Ecuador, 2020)'. The dialog box contains the following information:

- Tipo de fuente bibliográfica: Informe
- Campos bibliográficos de APA:
 - Autor: Asamblea Nacional del Ecuador
 - Título: Ley Orgánica de Apoyo Comunitario
 - Año: 2020
 - Editorial: Asamblea Nacional del Ecuador
 - Ciudad: Quito
- Mostrar todos los campos bibliográficos:
- Nombre de etiqueta: Ley20

Nota. Investigadores, 2022

Reunión Virtual

The screenshot shows a Zoom meeting window with three participants: Carol Simancas, Margarita Cedeño, and Margarita Cedeño. The main window displays a Microsoft Word document titled 'ESTRUCTURA ANTEPROYECTO (1)'. The document content includes:

4. Cronograma tentativo (Gantt)

Tabla 4
Cronograma tentativo

Actividad	Semana 1 8 al 10 de diciembre	Semana 2 13-17 de diciembre	Semana 3 20-24 de diciembre	Semana 4 18 de diciembre al 7 de enero	Semana 5 10-14 de enero	Semana 6 17 de enero	Semana 7 18-24 de enero	Semana 8 27 de enero al 1 de febrero	Semana 9 3 de febrero al 11 de marzo	Semana 10 15 de marzo	Semana 11 24 al 25 de marzo
Realización del anteproyecto (tema, problema, marco teórico, metodología, cronograma y presupuesto)	Ing. Géssica S. Sánchez y Margarita Cedeño Semana 1										
Análisis del anteproyecto Corrección del anteproyecto		Unidad de Integridad	Ing. Géssica S. Sánchez, Margarita Cedeño, Carol Simancas								

Nota. Investigadores, 2022

Realización de encuestas



Nota. Investigadores, 2022

Realización de encuestas



Nota. Investigadores, 2022