



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y  
ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURISTICA**

**TEMA:**

**“Estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, del Cantón y Provincia de Loja”**

*Tesis previa a la obtención del título de Ingeniera en Administración Turística*

**AUTOR:** Diana Elizabeth Picoita Toledo  
**DIRECTOR:** Ing. Agustín N. Arias Riofrio

Loja-Ecuador

2021

**1859**

## **CERTIFICACIÓN**

INGENIERO. AGUSTÍN NICOLAS ARIAS RIOFRIO MG. SC.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

### **CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de investigación titulada **“ESTRATEGIAS POST COVID-19 PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE TURISTAS EN LAS HOSTERÍAS DE TRES ESTRELLAS DE LA PARROQUIA VILCABAMBA, DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”** elaborada por la egresada **Diana Elizabeth Picoita Toledo**, previo a otorgar el Grado y Título de ingeniera en Administración Turística, ha sido realizada bajo mi dirección y luego de haber realizado su contenido teórico – práctico, autorizo su presentación ante el respectivo Tribunal de Grado.

Loja, 05 de abril de 2021

Digitally signed by AGUSTIN NICOLAS  
ARIAS RIOFRIO

Ing. Agustín Nicolás Arias Riofrío Mg. Sc.

**DIRECTOR DE TESIS**

## **AUTORÍA**

Yo, **Diana Elizabeth Picoita Toledo**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis **“ESTRATEGIAS POST COVID-19 PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE TURISTAS EN LAS HOSTERÍAS DE TRES ESTRELLAS DE LA PARROQUIA VILCABAMBA, DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”** y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus Representantes Jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional Biblioteca Virtual.

**Autor:** Diana Elizabeth Picoita Toledo.

**FIRMA:** \_\_\_\_\_

**CÉDULA:** 1150571220

**FECHA:** Loja, 08 de septiembre del 2021

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA  
LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, **Diana Elizabeth Picoita Toledo**, declaro ser la autora de la tesis titulada: **“ESTRATEGIAS POST COVID-19 PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE TURISTAS EN LAS HOSTERÍAS DE TRES ESTRELLAS DE LA PARROQUIA VILCABAMBA, DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”**, como requisito para obtener el grado de: Ingeniera en Administración Turística; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines Académicos, publique la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el repositorio Digital Institucional. Los usuarios pueden consultar en contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio con la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o por la copia de tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 08 días del mes de septiembre de dos mil veintiuno

Firma: \_\_\_\_\_

**Autor:** Diana Elizabeth Picoita Toledo

**C.I:** 1150571220

**Dirección:** Loja, Vilcabamba, barrio Cucacamá Bajo

**Correo electrónico:** dianaelpicoita1997@gmail.com

**Teléfono:** 0968721937

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director De Tesis:** Ing. Agustín Nicolás Arias Riofrio Mg. Sc.

**Presidenta Del Tribunal:** Ing. Luis Raúl Coronel Curimilma, Mg. Sc.

**Miembro Del tribunal.** Ing. María Luisa Díaz López, Mg. Sc.

**Miembro Del Tribunal:** Ing. David Vladimir Cartuche Paqui, Mg. Sc.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de Investigación se lo dedico a Dios por ser mi fortaleza y mi guía en todo momento para poder cumplir mis metas.

A mi querida madre Enma Piedad Picoita Toledo por ser mi apoyo incondicional, quien ha sabido guiarme correctamente con sus consejos y buenos valores para que cumpla mis sueños.

A mis hermanos por apoyarme en el transcurso de mi camino y permanecer junto a mí, y a mis sobrinas por ser la alegría de mi vida.

**Diana Elizabeth Picoita Toledo**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi gratitud eterna a la Universidad Nacional de Loja y la carrera de Administración Turística, a los docentes de la carrera quienes supieron impartirme sus conocimientos que contribuyeron a mi formación como futura profesional.

A mi director de tesis, Ing. Agustín Nicolás Arias Riofrio, por su tiempo empleado en compartirme sus conocimientos para llegar a culminar de forma acertada la presente tesis.

Finalmente, agradezco a los propietarios de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, por brindarme la información necesaria para realizar mi trabajo de investigación.

**Autora**

## **1 TITULO**

“Estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, del Cantón y Provincia de Loja”

## 2 RESUMEN

La parroquia Vilcabamba ubicada al sur oriente de la provincia de Loja, conocida como Valle de la Longevidad, cuenta con varios atractivos turísticos naturales y culturales, además de un clima privilegiado, que lo han convertido en un importante destino turístico del Ecuador, siendo esto un factor importante para que se levanten dentro de la parroquia varios establecimientos turísticos, principalmente dedicados a brindar el servicio de hospedaje a propios y extraños. Sin embargo, el surgimiento de la pandemia del Covid-19, que tuvo su origen a finales del año 2019 y que se caracteriza por su alto nivel de contagio al tratarse de una enfermedad de tipo viral, por lo cual todos los gobiernos a nivel mundial presentaron medidas de bioseguridad para evitar dicho contagio siendo una de las principales el distanciamiento social y el uso de mascarilla, es por ello que esta pandemia produjo grandes cambios y afectaciones al sector turístico de esta parroquia y del mundo entero, principalmente a los establecimientos que prestan el servicio de hospedaje que por varios meses permanecieron cerrados, lo que conllevó a que existan considerables pérdidas económicas.

En vista de lo antes mencionado, resultó importante desarrollar el presente trabajo de investigación, para lo cual se planteó como objetivo general: **“Determinar estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja”**; para cumplir este objetivo se plantearon tres objetivos específicos; **“Realizar el diagnóstico de la situación actual, con respecto a la pandemia del Covid-19 de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja”** para ello, se utilizó el método analítico que sirvió para realizar un análisis de la situación actual de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, que forman parte del objeto de estudio, el método inductivo para conocer las peculiaridades de cada una de las hosterías en lo que respecta a la aplicación de protocolos de bioseguridad; así mismo se aplicó las técnicas de observación directa, entrevista, encuesta, revisión bibliográfica, los modelos metodológicos del análisis PESTEL y las cinco fuerzas de Porter, ficha de verificación de cumplimiento de las medidas de bioseguridad elaborada a partir del protocolo de bioseguridad para la reapertura de establecimientos de alojamientos turísticos propuesta por el Ministerio de Turismo (MINTUR) y la Ficha para el levantamiento de información de establecimientos turísticos del MINTUR; y finalmente se elaboró la matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) para determinar la situación actual de las hosterías objeto de estudio; así mismo se planteó el segundo objetivo: **“Proponer estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja”** para el cual se utilizó el método sintético que permitió determinar cuáles eran las mejores estrategias post Covid, tomando en cuenta las medidas de



bioseguridad que garanticen mayor seguridad a los huéspedes, todo esto mediante la elaboración de matrices estratégicas que describen todos los aspectos importantes que se deben tomar en cuenta antes de aplicar cada estrategia, por último se planteó el tercer **objetivo “Socializar los resultados a los propietarios de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja”** se utilizó la técnica del Método de Análisis rápida y Panificación Participativa (MARPP) la misma que se desarrolló en tres fases, La primera consistió en la entrega de convocatoria a los involucrados de la propuesta; la segunda donde se presentaron los resultados obtenidos; y la tercera donde se receptaron las conclusiones y recomendaciones del trabajo socializado, así como también se realizó la aplicación de encuestas para evaluar la importancia del trabajo presentado. Como resultado de la socialización se determinó la aceptación de las estrategias propuestas por parte de los involucrados para la resiliencia de los efectos de pandemia en el sector turístico.

Finalmente se plantearon las siguientes conclusiones:

- El impacto que ha dejado la emergencia sanitaria ha sido en gran medida negativo para todos los sectores, sin embargo, también se ha convertido en una oportunidad de innovación para que los empresarios turísticos realicen un replanteamiento mejorado de su servicio.
- El sector turístico y hotelero, han quedado resquebrajados y 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.
- Vilcabamba al ser una parroquia cuya principal actividad económica es el turismo, se ha visto afectada en gran escala debido al impacto que ha generado la pandemia, por las restricciones de los viajeros.
- El sector hospedaje ha sido el más golpeado durante la pandemia es por ello que de acuerdo a la información obtenido se puede evidenciar que únicamente cubren el 40 por ciento de la ocupación total.
- Las hosterías de tres estrellas que se encuentran prestando el servicio, cuentan con el 83% por ciento de los protocolos de bioseguridad implementados.
- El motivo por el cual varios establecimientos de hospedaje no reactivaron la prestación de sus servicios es principalmente por el miedo al contagio.
- Las estrategias planteadas permitirán incrementar la afluencia de turistas en el servicio de hospedaje durante y post pandemia.
- Las estrategias socializadas a los involucrados permiten resaltar la importancia de estas para la resiliencia del sector turístico ante la pandemia.
- No existe el apoyo por parte del GAD parroquial para contrarrestar los impactos de la pandemia en el sector turístico.

## ABSTRACT

The parish Vilcabamba located to the south east of the province of Loja, known as The Valley of Longevity, has several natural and cultural tourist attractions, as well as a privileged climate, which have made it an important tourist destination of Ecuador, this being an important factor for several tourist establishments, mainly dedicated to providing the lodging service to their own and strangers, to be raised within the parish. However, the emergence of the Covid-19 pandemic, which originated at the end of 2019 and is characterized by its high level of contagion as it is a viral disease, therefore, all governments worldwide presented biosecurity measures to prevent such contagion being one of the main the social distancing and the use of masks, which is why this pandemic produced major changes and impacts on the tourism sector of this parish and the whole world, mainly to the establishments that provide the lodging service that for several months remained closed, which led to considerable economic losses.

In view of the above, it was important to develop this research work, for which it was raised as a general objective: **"To determine post Covid-19 strategies to increase the influx of tourists in the three-star inns of Vilcabamba Parish, canton and province of Loja"**; three specific objectives were set to meet this objective; **"To diagnose the current situation, with regard to the Covid-19 pandemic of the three-star inns of Vilcabamba parish, canton and province of Loja"** for this purpose, the analytical method used to carry out an analysis of the current situation of the three-star inns of the parish Vilcabamba, which are part of the object of study, the inductive method to know the peculiarities of each of the inns with regard to the application of biosecurity protocols; also applied the techniques of direct observation, interview, survey, bibliographic review, the methodological models of the PESTEL analysis and the five forces of Porter, verification sheet for compliance with biosecurity measures developed from the biosecurity protocol for the reopening of tourist accommodation establishments proposed by the Ministry of Tourism (MINTUR) and the Data Sheet for the information collection of tourist establishments of MINTUR; developed the Strengths, Opportunities, Weaknesses and Threats Matrix (FODA) to determine the current situation of the inns under study; the second objective was also raised: **"Propose post-Covid-19 strategies to increase the influx of tourists in the three-star inns of Vilcabamba Parish, canton and province of Loja"** for which the synthetic method was used to **determine** what were the best post Covid strategies, taking into account biosecurity measures that guarantee greater security to guests, all this by developing strategic matrices that describe all the important aspects that must be taken into account before implementing each strategy, finally the third objective was raised "Socialize the results to the owners of the three-star **inns of the parish Vilcabamba, canton and province of Loja**" was used the technique of the Method of Rapid Analysis and Participatory Panification

(MARPP) the same that was developed in three phases , The first consisted of the delivery of a call to those involved in the proposal; the second where the results obtained were presented; and the third where the conclusions and recommendations of socialized work were accepted, as well as the implementation of surveys to assess the importance of the work presented. As a result of socialization, the acceptance of the proposed strategies by those involved for the resilience of pandemic effects on the tourism sector was determined.

Finally, the following conclusions were raised:

- The impact left by the health emergency has been largely negative for all sectors, however, it has also become an opportunity for innovation for tourism entrepreneurs to make an improved rethinking of their service.
- The tourism and hotel sector have been cracked and due to the consequences left by the health emergency, despite this some companies have managed to stay afloat, offering and taking advantage of digital tools.
- Vilcabamba being a parish whose main economic activity is tourism, has been affected on a large scale due to the impact generated by the pandemic, due to the restrictions of travelers.
- The lodging sector has been the hardest hit during the pandemic, which is why according to the information obtained it can be evidenced that they only cover 40 percent of the total occupation.
- The three-star inns that are providing the service have 83% percent of the biosecurity protocols implemented.
- The reason why several lodging establishments did not reactivate the provision of their services is mainly due to the fear of contagion.
- The proposed strategies will increase the influx of tourists in the lodging service during and after the pandemic.
- The strategies socialized to those involved allow to re-jump the importance of these for the resilience of the tourism sector in the face of the pandemic.
- There is no support from the parish GAD to counter the impacts of the pandemic on the tourism sector.

### 3 INTRODUCCIÓN

El aparecimiento del primer paciente contagiado con el Corona virus Disease 2019 (Covid 19) el 27 de diciembre del año 2019 en la provincia China de Wuhan, se estableció como uno de los mayores problemas a nivel mundial ya que a los tres meses de su aparición ya se había convertido en una de las pandemias más devastadoras de la historia, que trajo consigo muchas pérdidas humanas y económicas (Rodríguez Morales, y otros, 2020)

Es así que actualmente el mundo entero se encuentra atravesando una situación crítica debido al surgimiento de la pandemia del Covid-19, y el Ecuador no es la excepción dando como resultado que a nivel mundial los gobiernos nacionales propusieran la aplicación de varias medidas de bioseguridad para evitar el contacto entre personas y de esta forma contrarrestar la propagación de dicha pandemia.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, el turismo es uno de las actividades económicas mayormente afectadas por la pandemia debido a la paralización del flujo de viajes internacionales y nacionales, debido a las medidas de confinamiento y restricciones de movilidad adoptadas por los gobiernos (CEPAL, 2020).

En base a lo anteriormente descrito, se considera que el turismo al tratarse de una actividad económica que involucra netamente el contacto entre personas, es decir entre quien oferta el servicio y el turista, se ha convertido en uno de los sectores económicos con mayores afectaciones, y dentro del cual se encuentra el servicio de hospedaje que ha sido el más afectado, ya que muchas reservaciones realizadas con anticipación se perdieron debido a las restricciones de movilidad, cancelación de vuelos, y cierre temporal de estos establecimientos, razón por la cual Garrido, (2020) menciona que esta ha sido la mayor afectación que ha sufrido el sector turístico en la historia.

La parroquia Vilcabamba, al ser un destino que alberga a una gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros, debido a sus cualidades turísticas, está siendo afectada fuertemente por el bajo ingreso de turistas a esta localidad, trayendo como consecuencia el cierre indefinido de los establecimientos turísticos y la pérdida de muchas plazas de trabajo, principalmente en el sector hospedaje.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad conocer la realidad que están viviendo actualmente el sector hospedaje debido a las disposiciones del COE nacional y cantonal, con respecto a las medidas de bioseguridad y como las están cumpliendo, cuales han sido sus peores afectaciones y de esta forma proponer alternativas de solución a la problemática encontrada, que permitan que los turistas adquieran confianza y se sientan seguros en estos establecimientos.

Es así que las estrategias post Covid en los establecimientos de hospedaje, nace como una propuesta para incrementar el ingreso de turistas en dichos lugares, brindando así una alternativa de solución a la problemática actual, teniendo como modelo de estudio a las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, por ser el grupo de establecimientos de hospedaje más representativo que existe en esta localidad, según el catastro de alojamientos turísticos.

Entre los alcances del presente trabajo de investigación son, propiciar alternativas de solución ante la problemática provocada por la pandemia del Covid-19, en el sector hospedaje, a través de la propuesta de estrategias post Covid-19 que permitan incrementar la afluencia de turistas en dichos establecimientos, mismas que contemplan la aplicación de protocolos de bioseguridad que generen confianza en los usuarios del servicio de hospedaje.

Dentro de las limitaciones que se presentaron en el desarrollo del trabajo realizado es primeramente la falta de predisposición para colaborar en la

investigación de uno de los propietarios de las hosterías en estudio, segundo el miedo al contagio por parte de los informantes, finalmente la dificultad para llegar a obtener la muestra necesaria debido al estado de emergencia que se encuentra el país.

Para la presente investigación se plantearon los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Determinar estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.

Objetivos específicos:

- Realizar el diagnóstico de la situación actual, con respecto a la pandemia del Covid-19 de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.
- Proponer estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.
- Socializar los resultados a los propietarios de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.

## **4 REVISIÓN DE LITERATURA**

Existen algunos términos, conceptos, normas y documentos legales que nos permiten obtener un mejor entendimiento del tema en estudio los cuales se detallan a continuación.

### **4.1 Marco Conceptual**

#### **4.1.1 Turismo**

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define al turismo como “un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios” (OMT, 2005).

Por su parte Servalli (2011) manifiesta que el turismo es una actividad socioeconómica que a través del tiempo se ha convertido en una actividad que conlleva al crecimiento social, cultural y económico de los países, que se va diversificando por lo cual se convierte en uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos que contribuye al progreso de los pueblos.

#### **4.1.2 Categoría de los establecimientos de alojamiento turístico.**

Según lo dispuesto en el Reglamento de Alojamientos turísticos (2015); los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

- Hotel H
- Hostal HS Hostería HT
- Hacienda Turística HA
- Lodge L
- Resort RS
- Refugio RF
- Campamento Turístico CT
- Casa de Huéspedes CH

#### 4.1.2.1 Hostería.

Establecimiento de prestación de servicios turísticos, principalmente el alojamiento, así como el servicio de alimentos y bebidas, cuenta con áreas verdes, zonas de recreación y deportes, y su requisito es que deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones, y generalmente están ubicadas en las zonas rurales. (Reglamento de alojamiento turístico, 2015).

##### 4.1.2.1.1 Categoría de las hosterías.

Las hosterías en el territorio ecuatoriano se categorizan de 3 a 5 estrellas plateadas, las cuales deben contar con diferentes servicios según sea el caso (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2015).

#### Tabla 1

*Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico.*

<b>Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico</b>	<b>Categorías asignadas</b>
Hotel	2 estrellas a 5 estrellas
Hostal	1 estrellas a 3 estrellas
Hostería – Hacienda turística – Lodge	3 estrellas a 5 estrellas
Resort	4 estrellas a 5 estrellas
Refugio	Categoría única
Campamento Turístico	Categoría única
Casa de huéspedes	Categoría única

**Fuente:** Reglamento de alojamientos turístico (2015).

**Elaboración:** Diana Picoita Toledo.



### **4.1.3 Estrategias turísticas**

#### **4.1.3.1 Concepto**

Para Chandler (2003), la estrategia es el hecho de determinar metas y objetivos a largo plazo, teniendo en cuenta los recursos adecuados para el cumplimiento de dichas metas.

En base dicho concepto podemos determinar que si hablamos de estrategias turísticas nos referimos a aquellas acciones que se realicen en toda empresa u organización que se dedique a alguna actividad turística con la finalidad de alcanzar sus metas u objetivos, así como también para mantenerse en el mercado.

#### **4.1.3.2 Características**

Las estrategias de una empresa son los medios más idóneos que permitan el cumplimiento de los objetivos planteados, es decir que los objetivos deben ser los “fines” y las estrategias “los medios” que permitan el logro de los mismos, y deben estar enfocados en gastar la menor cantidad de recursos, y en el menor tiempo posible (Arce Burgoa, 2010).

Las estrategias deben cumplir las siguientes características:

- Deben ser claras y perceptibles para todos.
- Deben ser coherentes con los valores, principios y cultura empresarial.
- Deben estar acordes a los recursos con los que cuenta la empresa.
- Deben considerarse un reto para la empresa.
- Debe considerarse su ejecución en el menor tiempo posible.

## **4.2 Marco teórico**

### **4.2.1 Turismo en tiempos de Covid.**

#### **4.2.1.1 Pandemia**

Los brotes de enfermedades infecciosas, han marcado a lo largo de la historia a toda la sociedad, por lo cual una de las principales causantes de grandes catástrofes naturales ha sido principalmente el brote de las pandemias (Herrera, 2020)

Es por ello que según menciona Leal, (2020) los brotes pandémicos han diezmando las sociedades, provocando graves consecuencias incluso similares a las guerras, provocando la perdida de poblaciones enteras, sin embargo, esto también trae consigo que se abran nuevos caminos en la innovación y avances para la ciencia.

#### **4.2.1.2 Turismo y Covid-19**

Debido al brote de la pandemia de COVID-19, el sector turístico es uno de los más inciertos y vulnerables, pero a su vez también trae consigo nuevos retos para la industria, ya que debido a este panorama es momento para que el turismo desarrolle nuevas alternativas para cubrir las nuevas necesidades de esparcimiento de los turistas, ya que debido al confinamiento el turista buscara nuevos destinos naturales, y que se encuentren lejos de las masas y principalmente que les brinden la seguridad apropiada, por lo cual los gestores de destinos deberán aprovechar las nuevas oportunidades, así como los establecimientos de hospedaje tendrán que adaptar sus servicios a una nueva oferta turística de tal forma que esta sea accesible y segura para los turistas. (Herrera, 2020).

#### **4.2.1.3 Impacto del Covid- 19 al turismo**

Según la Asociación Española de Expertos Científicos en turismo señalan que la situación de emergencia que estamos viviendo debido al COVID-19 ha obligado a las empresas a cerrar sus puertas, excepto las de productos de primera necesidad, siendo uno de los más afectados el sector turístico que por sus características peculiares lo convierten en el sector más vulnerable, ya que al tratarse de un servicio que no es de primera necesidad sino más bien se adquiere cuando todas las demás necesidades están cubiertas, la crisis por la que está pasando el mundo entero le afecta en un porcentaje considerable.

Es así que la crisis sanitaria por el COVID-19, supone una alta reducción de los servicios turísticos, puesto que la situación actual obliga al encierro para evitar posibles contagios y salvaguardar la vida de las personas, es por la misma razón que muchas empresas se ven implicadas a parar sus actividades, lo que conlleva a grandes pérdidas económicas, así como también a la reducción de fuentes de trabajo por lo cual se considera una alta disminución de la renta de los clientes potenciales, es por ello que los efectos de la pandemia, cada día van alcanzando mayor efecto alrededor del mundo, y principalmente al ámbito turístico como ya se ha mencionado anteriormente. (Estrada, 2020).

#### **4.2.1.4 Turismo post Covid**

Como consecuencia de la pandemia del COVID-19 y el aislamiento provocado por la misma, generara que el estilo de vida de las personas cambiara, en algunos casos el distanciamiento social será mucho más fuerte que en otros, sin poder tener contacto con amigos, o familiares y tampoco realizar actividades de concurrencia, es por ello que se considera que muchas de las costumbres o tradiciones se perderán y en otros casos se lograran recuperar a largo plazo.

Según muchos analistas consideran que la actividad turística es una de las más perjudicadas por la pandemia, ya que para poder recuperarse sobrepasaran los 4 años y poder adquirir los niveles anteriores a la pandemia.

Las líneas aéreas también se ven perjudicadas ya que deberán optar por nuevos procedimientos de desinfección, que brinde seguridad a los viajeros, es probable que se vea aviones con capacidad limitada, lo que conlleva a encarecer los precios del servicio. (Entorno turístico, 2020).

#### **4.2.1.5 Proceso de reactivación turística**

Una de las propuestas para reactivar la actividad turística en el Ecuador después de la crisis sanitaria, se considera necesario incentivar a la generación de nuevas ideas turísticas basadas en un turismo de naturaleza y cultura y ofrecerlo inicialmente de manera interna. (MINTUR, 2020).

Es así que las agencias de viaje, hoteles, lugares de recreación y toda actividad relacionada al turismo deberán adaptarse a las nuevas necesidades de los turistas con relación a la seguridad sanitaria para los viajeros, es por ello que se recomienda intensificar las medidas de bioseguridad y crear nuevas campañas de marketing pensadas en la seguridad que le pueden ofrecer a los viajeros en el destino y lograr adquirir nuevamente su confianza (El periódico del turismo, 2020).

#### **4.2.2 Estudios de referencia.**

##### **4.2.2.1 El impacto del COVID-19 en la economía de El Salvador: algunas consideraciones de política macroeconómica para hacer frente a la crisis**

Este documento está dividido en tres capítulos; el primero se refiere a un análisis general en el cual se trata de comprender todo lo relacionado a la pandemia, y como objeto de estudio se analiza a China para conocer como ha

sido afectada su producción y consumo durante los primeros dos meses de la pandemia y como ha iniciado su recuperación evitando los posibles rebrotes. El segundo capítulo, analiza al sector económico de El Salvador y los impactos que ha tenido tanto en la oferta como en la demanda, y finalmente en el tercer capítulo se plantean ideas o medidas para que El Salvador logre frenar el contagio del virus. (FUNSADES, 2020).

#### **4.2.2.2 La industria turística y el impacto del COVID-19 escenarios y propuestas**

En este apartado se analiza la situación actual del sector turístico de forma general, cual es el impacto económico que ha generado la pandemia, así como también se analiza cómo será la industria turística tras la crisis con todo ello se realizan propuestas generales dirigidas a empresas e instituciones para atenuar el impacto de la crisis y acelerar la recuperación del turismo (Santos, 2020).

#### **4.2.2.3 Plan de reactivación del sector turístico de Bilbao Bizkaia ante los efectos del Covid-19.**

Este es un estudio en el cual, en base al análisis de los efectos de la pandemia, se ha desarrollado un plan que muestra cuales son los objetivos que pretenden alcanzar, así como se priorizan las medidas a ejecutar en urgentes, prioritarias y estratégica. En este plan se proponen varios programas a ser desarrollados para la reactivación del sector turístico (Visitbiscay, 2020).

### **4.3 Marco metodológico**

#### **4.3.1 Diagnostico turístico.**

El proceso que comprende un diagnostico turístico es el siguiente:

- Determinar las condiciones actuales del turismo en determinado espacio o territorio, conociendo sus oportunidades y limitaciones.

- Establecer las posibles soluciones, propuestas y estrategias en base a los datos cuantitativos y cualitativos obtenidos.
- Determinar la línea base que permita comparar el desarrollo turístico antes y después de las estrategias planteadas, (Ricaurte, 2009, pág. 11:12).

#### **4.3.1.1 Que comprende el diagnostico turístico.**

El diagnostico turístico comprende la indagación o búsqueda de antecedentes o características turísticas generales de determinado territorio, que se caracteriza por realizarse de manera desorganizada y poco técnica, además muy a menudo esta búsqueda es limitada por la poca información de ciertas características como demanda, actitudes, patrones de conducta de los turistas, y capacidades de la comunidad receptora, entre otros.

#### **4.3.1.2 Proceso del diagnóstico turístico**

En base a lo propuesto por (Ricaurte, 2009), el diagnostico turístico consta de tres fases las cuales son las siguientes:

**Fase de diseño del diagnóstico:** Esta fase tiene como objetivo la forma en la cual se recogerá toda la información de campo necesaria, en la cual se incluyen cuatro actividades:

- Determinación del enfoque de organización, planificación, nivel y objetivos
- Determinación de la zona de estudio
- Revisión bibliográfica
- Planificación del trabajo de campo.

**Fase de recolección de la información de campo:** Una vez completada la primera fase, se procede a recoger la información desde el campo o zona de estudio, a través de tres fichas información de campo, a través de tres fichas

elaboradas para determinar los 6 elementos del sistema turístico local, así como ciertas características del entorno. Las fichas que se aplican esta fase son las siguientes:

- Ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades
- Ficha de Caracterización de Demanda
- Ficha de Caracterización de Recursos y Atractivos Turísticos

**Fase de análisis y procesamiento de resultados:** En la fase final se realiza el tratamiento de los resultados obtenidos durante la búsqueda de información, cuyos resultados son sistematizados para convertirse en la línea base que servirán para la toma de decisiones.

#### 4.3.2 Proceso de la elaboración de estrategias.

**Tabla 2**

*Proceso de la elaboración de la estrategia empresarial.*

	<b>ENTRADA</b>	<b>SALIDA</b>
<b>MEDIO AMBIENTE (Externo)</b>	Análisis de las oportunidades y amenazas empresariales	Investigación de mercado
<b>EMPRESA (Medio ambiente interno)</b>	Análisis de las capacidades empresariales Identificación de sus fortalezas y debilidades	Diagnostico estratégico
<b>ESTRATEGIA</b>	Identificación de los conceptos, herramientas y técnicas de la estrategia empresarial.	Acción empresarial

**Fuente:** Arce Burgoa (2010). Como lograr definir objetivos y estrategias empresariales.

**Elaboración:** Diana Picoita Toledo.

#### 4.3.3 Método de análisis rápida y participación participativa (MARPP).

##### 4.3.3.1 Definición general

Se trata de un método de investigación participativa y una herramienta de aprendizaje que establece una mejor comunicación entre las comunidades rurales, al omitir métodos de investigación tradicionales, y hacerlo de forma más informal. El MARPP es se lo conoce como el conjunto de herramientas

que permiten a las poblaciones tener la oportunidad de exponer sus conocimientos, pero de una forma poco técnica pero que permite una mejor comunicación de la población.

Por ejemplo, "el MARPP permite un cuestionamiento más directo a las poblaciones. El MARPP o RRA (Rapid Rural Appraisal) es un proceso de comunicación profundo, y rápido, por lo cual se realiza en pequeños grupos multidisciplinarios, haciendo uso de varias herramientas y técnicas apropiadas para obtener la información requerida (URD, 2002).

#### **4.3.3.2 Fases de la técnica de MARPP**

Existen cuatro momentos en el cual se puede usar el método MARPP:

- Durante la fase de diagnóstico o línea base (misión de exploración)
- Durante el análisis de una problemática
- Durante la fase de planificación (concepción participativa de acciones)
- Durante la fase de evaluación de la acción (URD, 2002).

### **4.4 Marco legal**

#### **4.4.1.1 Constitución política de la República del Ecuador.**

La Constitución Política del Ecuador, en su Art 52 menciona que "Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características".

La ley instituirá los mecanismos de vigilancia de calidad y las instrucciones de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por quebrantamiento de estos derechos, la compensación e indemnización por carencias, perjuicios o mala calidad de bienes y servicios, y por la paralización



de los servicios públicos que no fuera producida por caso imprevisto o fuerza mayor (Constitución Política del Ecuador, 208).

#### **4.4.2 Ley de turismo.**

En el Capítulo I, artículo 4 menciona que la política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los varios objetivos entre los cuales se encuentran:

- Salvaguardar al turista y avivar la conciencia turística;
- Promover la coordinación y organización de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la obtención de los objetivos turísticos;
- Propiciar el aprendizaje técnico y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística (Ley de turismo, 2014).

#### **4.4.3 Reglamento de alojamientos turísticos.**

En el artículo 43 del Reglamento a la Ley de Turismo determina que: "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".

Que, el servicio de alojamiento por su naturaleza, alcance y originalidad requiere ser regulado a través de un organismo legal específico en el cual se instituyan los parámetros a los cuales debe someterse esta actividad, a fin de que su conceptualización, clasificación, categorización y servicio prestado respondan a patrones técnicos y objetivos que permitan la generación de una oferta de calidad, es por ello que se generó el Reglamento de alojamientos turísticos cuya función es normar a los establecimiento que presten el servicio de alojamiento. (Ley de turismo, 2014).

#### **4.4.4 Protocolo para establecimientos de alojamiento turístico.**

Este documento consta de nueve ítems que va desde el manejo de elementos de protección en el personal de trabajo, protocolos para recibir a los visitantes, medidas de información para el viajero, recepción a los huéspedes en el 'lobby', servicio técnico y mantenimiento, servicio de alimentación, limpieza y desinfección, manejo gerencial y manejo de la organización.

## 5 MATERIALES Y METODOS

**Características de la población de estudio:** La parroquia Vilcabamba conocida como el Valle de la Longevidad o Valle Sagrado, se caracteriza por que sus pobladores pueden sobrepasar los 100 años de edad, razón por la cual se la conoce como Isla de la Longevidad, además de poseer un clima cálido, y grandes atractivos naturales, que contribuyen a su promoción turística.

Esta parroquia se localiza al sur oriente de la ciudad de Loja, aproximadamente a 40 km, tiene una superficie de 15.949,13 ha.; y un clima que fluctúa entre 18 a 20 °C. Sus límites son al norte con la parroquia San Pedro de Vilcabamba, al sur con las parroquias de Yangana y Quinara, al este con la Parroquia Valladolid del cantón Palanda, perteneciente a la provincia de Zamora Chinchipe; y al oeste con el cantón Quilanga y la parroquia Fundochamba (PDOT Vilcabamba, 2015, p.8).

### Figura 1

#### Mapa de Ubicación



Fuente y Elaboración: Nixon Armijos, (2010).

## 5.1 Materiales

Para la presente investigación se utilizó los siguientes materiales que se detallan a continuación.

### **Materiales de oficina**

- Papel bond
- Cuaderno
- Carpeta folder

### **Material bibliográfico:**

- Artículos
- Revistas
- Documentos de páginas web.

### **Material tecnológico:**

- Cámara
- Laptop
- Flash memory
- Grabadora.
- Infocus

## 5.2 Métodos

Para la realización de la presente investigación se necesitó de los siguientes métodos, los cuáles son.

- **Método Analítico:** Se utilizó para obtener un análisis de la situación actual de cada uno de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, por el brote del Coronavirus, cuyos resultados se evidenciaron en el análisis FODA.
- **Método Inductivo:** Este método sirvió para conocer las peculiaridades de cada establecimiento, que se vieron reflejadas en el planteamiento de estrategias post Covid para incrementar la afluencia de turistas.

- **Método Deductivo:** Este método nos permitió investigar datos y características de los turistas dentro del campo de estudio, y sirvió para explicar los problemas y las posibles soluciones.

### 5.3 Técnicas

- **Observación Directa:** La técnica de observación directa permitió determinar el cumplimiento de las normas de bioseguridad propuestas por el MINTUR para la reapertura de este tipo de establecimientos.
- **Entrevista:** Se utilizó para conocer el impacto que generó el Covid 19 a las actividades normales que llevaban a cabo estos establecimientos, estuvo dirigida a los propietarios o en su lugar a los gerentes de las hosterías, por ser los actores principales, de la investigación.
- **Encuesta:** Se utilizó para poder conocer la percepción de la demanda potencial frente a los requerimientos que tienen actualmente los usuarios de las hosterías frente a la pandemia del Covid-19.
- **Revisión bibliográfica:** Se utilizó para realizar un análisis de la oferta turística que existe en la parroquia y datos que contribuyeron a definir las oportunidades y amenazas que existen en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba.
- **Matriz FODA:** Se utilizó para identificar las fortalezas y debilidades internas; oportunidades y amenazas externas, lo que permitió obtener el diagnóstico de la situación actual de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba y por ende obtener el planteamiento de los objetivos estratégicos.

- **Técnica de MARPP:** Esta técnica se utilizó para dar cumplimiento al tercer objetivo específico, la cual consistió en convocar a una reunión al sector hotelero y de restauración de la parroquia para socializar las estrategias post Covid que se pueden aplicar para incrementar la afluencia de turistas.

#### **5.4 Metodología por objetivos**

Para el primer objetivo: **Realizar el diagnóstico de la situación actual del servicio de hospedaje en las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba con respecto a la Pandemia del Covid-19**, inicialmente se identificó a las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba que se encontraron registradas en el Catastro de establecimientos turísticos, posteriormente se procedió a solicitar cita para la aplicación de entrevista mediante llamada telefónica con los propietarios de dichos establecimientos, esta entrevista fue aplicada tanto a las hosterías que se encontraban prestando el servicio (ver anexo 2), como también a las que no reactivaron sus actividades o que no se encontraban laborando (ver anexo 3).

Así mismo, se aplicaron dos fichas de observación directa, las cuales permitieron en el primer caso recoger información interna de la hostería, así como precios, productos y servicios que ofertan (ver anexo 5), la segunda ficha permitió verificar el porcentaje de cumplimiento de las normas de bioseguridad para la reapertura de establecimientos de alojamiento propuesta por el Ministerio de turismo para la reapertura de establecimientos de hospedaje (ver anexo 6).

Al mismo tiempo mediante la revisión bibliográfica se recolectó información general de la parroquia Vilcabamba, así mismo se realizó el análisis PESTEL y el modelo estratégico de las cinco fuerzas de Porter que permitió obtener el análisis del macroentorno.

De la misma forma, para el análisis de la demanda, se realizó una encuesta (ver anexo 8) de forma online y física a los habitantes de la ciudad de Loja, que se encuentren entre los 25 y 50 años, puesto que, desde los 25 años representa una edad donde las personas ya laboran y generan sus propios ingresos, y se consideró hasta los 50 años, debido a que pasada esta edad se los considera personas del grupo vulnerable con relación a la pandemia del Covid-19.

Para obtener el tamaño de la muestra se realizó la proyección al año 2020 del número de habitantes del cantón Loja, declarados en el censo INEC 2010, mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{((275171 * (1,96) * (1,96)) * 0,5 * 0,5)}{((0,05) * (0,05)) * (275171 - 1) + ((1,96) * (1,96)) * ((0,5) * (0,5))}$$

$$n = \frac{264274,224}{688,8854}$$

$n = 384$  encuestas

N= Tamaño de la población = 275171

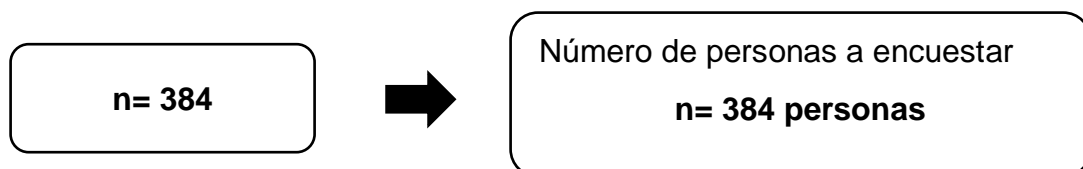
Z= Nivel de confianza = 1,96

P= Probabilidad de éxito = 0,5

Q= Probabilidad de fracaso = 0,5

D= Precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) = 0,05

Una vez aplicada la formula con los datos correspondientes se obtuvo el siguiente resultado:



Posteriormente y en base a los resultados obtenidos tanto del diagnóstico realizado en donde se obtuvo información de la oferta como de la demanda se elaboró la matriz FODA, en donde se determinaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de los establecimientos, obteniendo de esta forma el planteamiento de objetivos estratégicos.

Para el segundo objetivo: **Proponer estrategias post Covid para incrementar la afluencia de turistas post Covid -19 en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja**, se consideraron 11 de las 13 estrategias planteadas en el primer objetivo, para lo cual se utilizó una matriz de estrategias (ver anexo 10), la cual se diseñó tomando en consideración elementos tales como objetivo, principales características, visión de futuro, posibles fuentes de financiamiento, responsables, presupuesto.

Para el tercer objetivo: **Socializar los resultados a los propietarios de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja**.

Para el desarrollo de este objetivo se utilizó las tres fases de la técnica del Modelo de Análisis Rápido y Planificación Participativa (MARPP).

Primera o previa: Primeramente, se solicitó el espacio para realizar la socialización (ver anexo 11) y luego se procedió a realizar la entrega de convocatorias en los que estuvieron inmersos 13 establecimientos entre alojamiento y restauración de la parroquia (ver anexo 12 y 13).

Segunda o ejecución: En esta fase se desarrolló la presentación de las estrategias determinadas con el apoyo de material visual y todos los elementos necesarios para la socialización (ver anexo, 14, 15, 16, 17, 18 y 19)



Tercera o resultados: En esta fase se establecieron las conclusiones y se receptaron las opiniones y sugerencias sobre la propuesta (ver anexo 20) y finalmente se aplicó una encuesta a los asistentes para evaluar el proyecto (ver anexo 21).

## **6 RESULTADOS**

### **6.1 Diagnóstico de la situación actual, con respecto a la pandemia del Covid-19 de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.**

#### **6.1.1 Análisis de la situación nacional o macro entorno**

El macro entorno está conformado por factores externos a las organizaciones, que claramente se convierten en las oportunidades o amenazas, que cada empresa debe asumir.

Mediante el análisis del macro entorno se llevará a cabo el estudio de seis factores externos que constituyen el análisis PESTEL, siendo estos factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, a fin de definir las estrategias más idóneas en el presente trabajo.

#### **Factor político**

##### **a. Políticas impositivas**

De acuerdo a Mejía, Pino, & Parrales, (2019); la política tributaria asumida en los últimos trece años de gobiernos tanto el de Rafael Correa Delgado como el de Lenin Moreno, se ha caracterizado por ser expansiva, incrementando los ingresos a través de mantener tasas tributarias como son, el impuesto a la renta, el impuesto al valor agregado y el impuesto a consumos especiales, buscando una política fiscal más equilibrada imponiendo una carga impositiva más alta a quienes generan mayores ingresos, es decir una relación proporcional, entre la tasa tributaria y la capacidad de pago de contribuyente.

##### **b. Políticas de incentivos para empresas turísticas**

El Ministerio de turismo mediante el Fondo Reactívale Ecuador, incentiva a las empresas turísticas, mediante la entrega de créditos a las micro, pequeñas y

medianas empresas para su reactivación turística luego de la pandemia. (MINTUR, 2020).

#### **b. Regulaciones sobre el empleo**

El Ministerio de trabajo, en pro de contrarrestar el contagio por Covid-19 emitió el Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-173, en donde expresa que el empleador podrá realizar la reducción parcial de la jornada laboral con un máximo del 50 por ciento de la jornada a la que está sujeto el trabajador, siempre y cuando lo registre en el Sistema único de trabajo (SUT), esta reducción la podrá hacer máximo hasta por un año de vigencia, desde su registro, y podrá ser renovada por el mismo periodo por única vez.

En lo que respecta a la seguridad social y beneficios de ley se deberá realizar el pago dependiendo de la reducción laboral realizada, es decir que los valores corresponderán a las horas trabajadas y sobre las cuales recibe su remuneración (Ministerio de Trabajo del Ecuador, 2020).

#### **c. Políticas exteriores para el fomento del turismo**

El Mintur, como fomento al turismo, ha propuesto políticas de índole internacional, destacándose principalmente la elaboración de planes de promoción internacional del país, así como también la potencialización de la inversión en marketing e infraestructura turística que garantice la seguridad y calidad de los destinos ( MINTUR, 2019).

#### **d. Estabilidad gubernamental**

El periodo de elecciones generales, por el cual está atravesando el Ecuador, hace que no exista una estabilidad gubernamental, ya que durante este proceso pueden surgir muchas variantes en el estado ecuatoriano, todo dependerá del nuevo presidente a elegirse en las votaciones del 11 de abril del presente año.

#### **e. Tratados internacionales en materia de turismo**

En el año 2016 el MINTUR firmó un convenio que beneficiaría a todos los establecimientos ecuatorianos que deseen obtener una Certificación Internacional en Calidad, y la cual les proporcionaría la guía y acompañamiento adecuado, este convenio fue firmado con Tour Cert de Alemania (MINTUR, 2016).

Asi mismo en el año 2020, un convenio con el Consejo Mundial de Viajes, hizo que se entregue el Sello internacional Safe Travels a la ciudad de Loja, este sello significa “Lugar seguro”, el cual es otorgado a los destinos que sean bioseguros en tiempos de pandemia (MINTUR, 2020).

#### **f. Instituciones de administración territorial locales en materia de turismo.**

El Ministerio de turismo, mediante la resolución 001 del Consejo nacional de Competencias realizó el transferencia de potestades en términos de turismo a los diferentes gobiernos autónomos, en el cual se manifiesta que “los gobiernos autónomos descentralizados provinciales, metropolitanos, municipales y parroquiales garantizarán la participación ciudadana activa y permanente en la elaboración de la planificación del sector turístico, en su circunscripción territorial” (MINTUR, 2020).

### **Factor económico**

#### **a. Situación de la economía nacional y del turismo**

Según el Banco Central del Ecuador (BCE) la problemática mundial generada por la pandemia del covid-19, trajo como consecuencia que la economía de todos los ecuatorianos se vea afectada principalmente por la disminución del precio del petróleo crudo, provocado por la caída de la demanda externa y por la contracción económica de la Unión Europea, Estados Unidos y China.

Pese a lo expuesto anteriormente, se predice que para el año 201, la economía ecuatoriana se recuperará y crecerá un 3,1%, equivalente a un Producto Interno Bruto (PIB) de USD 67.539 millones en valores constantes. Esta recuperación será fortalecida especialmente por el consumo de los hogares, que ascendería en USD 3.441 millones, por mayores importaciones de bienes de consumo (USD 136,2 millones) y un aumento en las remesas recibidas (USD 272,5 millones) (BCE, 2020)

En lo que corresponde al sector turístico, según indicó el viceministro de turismo Ricardo Zambrano, se estima rescatar las cifras económicas derivadas del turismo de 2019 durante el segundo trimestre de 2021, puesto que el país se encuentra “abierto al mundo” y “viviendo en la nueva normalidad” (Klempert, 2020).

#### **b. Tendencias económicas de Ecuador y el turismo**

Para García & Almeida, (2021) la economía ecuatoriana se ira recuperando de forma lenta hasta el año 2025, ya que la pandemia impone mucha incertidumbre principalmente para los inversionistas de todos los sectores economicos, así como también por el precio para los consumidores.

Así mismo sucede para el turismo, que tendrá una tendencia de bajo consumo, es decir que igual que todas las actividades económicas en el ecuador serán de lenta recuperación y aún más en el sector de servicios que ha sido el más afectado durante estos últimos tiempos debido a la pandemia.

#### **c. Impuestos y política fiscal en cuanto al turismo**

El gobierno nacional a través de la ley de fomento productivo establece ciertos incentivos tales como: la de devolución del impuesto de salida de divisas pagado por concepto de comisiones en servicios de turismo receptivo, en cuanto a comercio exterior en la actividad turística, las personas naturales o

jurídicas podrán ingresar al país mercancías con suspensión total o parcial del pago de derechos e impuestos a la importación y recargo, para ser reexportadas, así también la exoneración del pago del Impuesto a la Renta y su anticipo para los emprendimientos turísticos y asociativos, a lo ya mencionado existen otros incentivos establecidos en la ley de turismo y régimen tributario, tales como la devolución del impuesto al valor agregado a operadores de turismo receptivo y turistas extranjeros, así también, el Servicio de Rentas Interna, en lo relacionado a incentivos en la deducción al impuesto a la renta, aumentó a los gastos ocasionados las actividades turísticas (Ley de fomento productivo, 2018).

#### **d. Nivel de liquidez de los ecuatorianos actualmente**

Según un análisis realizado por la Universidad de las Américas (UDLA), las empresas ecuatorianas no podrían resistir ni un trimestre ante el cese de actividades productivas ocasionada por la pandemia; en este análisis se menciona que el 50% de las compañías solo resistirían hasta 37 días mientras se terminan sus reservas de liquidez y un 25% restante podría llegar hasta los 70 días con flujo de ingresos nulo. Los efectos recaen en la imposibilidad de seguir cubriendo gastos que generan las empresas.

Destacando que el sector más vulnerable es el turismo comprendido por alojamiento y servicios de alimentos que apenas resistirá 31 días, mientras que los de mayores resistencias son las del sistema financiero, de seguros y las actividades inmobiliarias con una capacidad de resistencia de hasta 61 días (Revista Gestión, 2020).

#### **e. Producto interno bruto**

La pandemia del Covid 19 trajo consigo varias consecuencias entre ellas la suspensión de las actividades productivas en el país, lo cual afectó en gran medida a la economía ecuatoriana.

Sin embargo, esta caída experimentada por Ecuador fue de menor porcentaje al que sufrieron otros países de la región en el segundo trimestre de 2020, como Chile, Colombia, México, Argentina, y Perú.

Cabe destacar que debido al cierre de fronteras por la crisis sanitaria que ocasionó que el ingreso de extranjeros decayera en un 98%, provocó que la demanda en hoteles, restaurantes y demás servicios que están relacionados sufra grandes pérdidas, es decir que trajo como consecuencia que el progreso anual del Valor Agregado Bruto (VAB) de Alojamiento disminuyó al 18,3% respecto al segundo trimestre de 2019. (Banco Central del Ecuador, 2020). (Banco Central del Ecuador, 2020).

#### **f. Balanza turística**

Según datos del Banco Central del Ecuador, la cuenta Servicios de la Balanza de Pagos presentó un déficit de USD -222,1 millones, debido a una disminución de USD 15,9 millones en las importaciones y de USD 71,3 millones en las exportaciones de servicios, debido principalmente a un menor ingreso turístico de extranjeros al país y a una menor salida de ecuatorianos al exterior en base a estos datos se puede manifestar que la tendencia de llegadas de extranjeros al país se ha presentado negativa durante el 2020, ocasionando muchas pérdidas en el sector, debido a la pandemia del Covid-19 (BCE, 2020).

### **Factor social**

#### **a. Demografía en el país y zona de estudio.**

El Ecuador es un país con una población de cerca de 15 millones de habitantes, según el censo INEC 2010, y con una tasa de crecimiento menor a la de años anteriores 1,95%, es decir que la población de Ecuador crece cada vez más lento (INEC, 2010).

Así mismo, cabe mencionar que la Provincia de Loja posee una población de 448.966 habitantes, mientras que en el Cantón Loja existen 214.855 habitantes, y finalmente en nuestra zona de estudio la Parroquia Vilcabamba existe una población de 4778 habitantes, todo esto según datos proporcionados por el INEC 2010, sin embargo, si realizamos la proyección al 2021, Vilcabamba tendría una población de 5647 habitantes, que evidencia claramente el crecimiento poblacional de forma lenta.

#### **b. Motivaciones de compra, modas y tendencias del mercado turístico**

Según un informe de PRO ECUADOR, (2020); las nuevas tendencias de compra en el mercado turístico para el 2021, debido a la pandemia, que atrajo consigo mucha presión psicológica, encierro y miedos, así como también muchas necesidades personales truncadas, harán que las personas busquen ofertas que les brinden la sensación de libertad, cambio de aires, un tiempo de calidad con amigos y familia, es por ello que los proveedores de servicios turísticos deberán contar con todas medidas de higiene rigurosas, flexibilidad en los sistemas de reservas y sobre todo apoyo distinto al que tradicionalmente ofertaban en sus paquetes de servicios.

#### **c. Patrones actuales de compra/consumo de los consumidores turismo**

Toda crisis trae consigo efectos negativos como bajas en la demanda y por ende en los ingresos, beneficios y salarios, incremento de los costos, disminución de las inversiones, del personal laboral o el cierre de empresas. Sin embargo, esto también puede generar oportunidades para disminuir los costos, acceso a mercados nuevos, desarrollo de productos turísticos e innovadores, así como programas de gestión turística novedosos, y enfoques dirigidos al respeto y sostenibilidad del medio ambiente (Papatheodorou, Rosselló, y Xiao, 2020). Todo esto, fundamentado en los nuevos



requerimientos y demandas de productos por parte de los “nuevos” consumidores (con preferencias que varían constantemente y con un nivel de confianza alterada); así mismo debido a la caída de la economía a nivel nacional un nuevo patrón de los consumidores será el precio bajo, y más para el sector turístico que no es considerado una necesidad básica de las personas.

#### **d. Inmigración y emigración**

La Organización Internacional para las Migraciones, (2020) señala que las medidas tomadas para controlar el coronavirus han afectado a los migrantes en el mundo.

Sin embargo, los cierres de las fronteras por la pandemia, ha provocado un aumento de la migración clandestina por parte de los ecuatorianos y del riesgo de tráfico de personas; estancamiento de las economías fronterizas de las que dependen miles de personas; y dificultad de retorno de migrantes que prefieren regresar a su país ante la crisis generada por el COVID-19. Estos retos originan dificultades para lograr controlar el factor salud aumentando el riesgo de contagio.

#### **e. Situación laboral turismo**

Según un estudio realizado por la Universidad Técnica Particular de Loja, y tomando como base la Encuesta Nacional de Empleo y Subempleo del INEC, en la que se menciona que en el 2019 fueron más de 600 mil personas las que declararon que tenían cierta ocupación en turismo, en la gran mayoría mujeres, se puede determinar que el impacto para el sector turístico durante la pandemia puede ser de 20% a 30%, al tratarse de estos porcentajes se puede estimar lo siguiente con respecto a la situación laboral del turismo actual:

- Al reducir en 20% en el sector turístico, se prevé que se perderán alrededor de 88 829 puestos de trabajo.
- Al reducir en 30% en el sector turístico, se prevé que se perderán alrededor de 133 230 puestos de trabajo.

Es decir que con la reducción del 20% o 30% en el sector turístico, entre 80 mil y 134 mil personas quedarían sin una fuente de trabajo (UTPL, 2020)

#### **f. Educación en materia de turismo.**

En cuanto se refiere a educación en materia de turismo, en el territorio ecuatoriano existen 29 universidades que ofertan la carrera de turismo, en diferentes modalidades, 3 de ellas se encuentran en la provincia de Loja, lo que conlleva a formar personal capacitado en temas turísticos; es decir que dentro de la provincia existe capital humano necesario para llevar a cabo las actividades turísticas y promover el desarrollo turístico local.

### **Factor tecnológico**

#### **a. Desarrollos tecnológicos relevantes en el Ecuador en materia de turismo**

El sector turístico se ha beneficiado de las distintas herramientas estratégicas que ofrece el Internet, los productos y servicios en línea (Law, 2000), brindando soluciones a este sector.

De esta forma, el acceso a la comunicación que se genera entre proveedores y clientes promueve oportunidades para la apertura de nuevos canales de distribución y la innovación de modelos de negocio que limitan la operación turística tradicional.

Los cambios más significativos que se generan con la aplicación de las TIC a nivel turístico, fueron propuestos por Poon (1993): el desarrollo de un sistema

de reservas informatizado como tecnología predominante; rápida expansión tecnológica en el área que generaría nuevas bases para competir y, aumentar el impacto del desarrollo tecnológico en el sector de ventas y distribución.

Las actividades turísticas a nivel mundial y en el Ecuador han propiciado la demanda de nuevos servicios a nivel turísticos, donde las TIC se han hecho presentes. Según las proyecciones publicadas por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC 2015), se estima el incremento de turistas al país hasta el año 2025, lo que puntualiza la necesidad de fortalecer el turismo, considerando la contribución que este sector le genera a la economía del Ecuador.

#### **b. Potencial de innovación en el país en materia turística**

El Ministerio de Turismo, ha desarrollado estrategias dirigidas al mercadeo y promoción del Ecuador como destino turístico, fomentando las visitas de turistas extranjeros procurando el aumento de ingreso de divisas al país y dinamizando la economía interna con el aumento de turistas nacionales.

De esta manera, el mercadeo y promoción turística, determinan la relevancia de prestar atención al perfil de turista quien exige las condiciones y particularidades de su destino y no imponer la oferta turística existente en el país (MINTUR, 2017).

#### **c. Estado de desarrollo de internet en el país**

Aunque en el Ecuador el 80% de los usuarios tienen acceso a internet, aún se encuentra en un proceso en desarrollo y de disminución de esa brecha digital esencialmente en aspectos de consumo y desarrollo de contenido e información ya que el uso de Internet se centra en redes sociales y videos.

Entre 2018 y 2019 se ha multiplicado el número de usuarios que utilizan el Internet para las transacciones online, del 2% al 10%, evidenciándose el

potencial de mercado y oportunidad para marcas se integren a estas plataformas digitales.

Es importante establecer que una transacción digital no es una compra en línea, sino una operación que se realiza por los terminales digitales.

Cabe mencionar que el 33% de usuarios digitales en Ecuador está ubicado en las ciudades de Quito y Guayaquil, el 63% del total tienen una edad mayor a 24 años, de los cuales el 92% ingreso a las plataformas sociales mediante dispositivos móviles (Del Alcazar Ponce, 2020).

#### **d. Desarrollo de software informático en materia de turismo**

En la actualidad, debido a la pandemia, se han incrementado el uso de aplicaciones y software tecnológicos, esto con el propósito de poder controlar o monitorear la propagación del virus. Ventrici, krepky, y Palermo, (2020) mencionan que a pesar de la crisis de la pandemia, que ha golpeado a los sectores productivos, las empresas desarrolladoras de software, han encontrado en esta situación una oportunidad para crecer en sus productos.

Por lo que se debe aprovechar adaptando y utilizando software en el sector turismo, vinculado al servicio y la relación con los clientes.

Además, se pueden resaltar la utilización del comercio electrónico, del móvil o teléfono celular, que es considerado por las empresas como una herramienta insustituible para organizar y fomentar el distanciamiento.

#### **e. Tecnología en disposición de tratamiento de residuos en el país.**

Se debe considerar la tecnología en todos los aspectos posible, de modo que sea una oportunidad para poder implementar estrategias para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, del Cantón y Provincia de Loja” post covit-19. Se pudo determinar

en esta investigación que existe la utilización de la tecnología para el tratamiento de los residuos sólidos; hay que tomar en consideración que las acciones que se generen dentro de las empresas, deben contribuir al desarrollo sostenible cuidando el medio ambiente y con responsabilidad social.

En la investigación realizada por Muñoz, Contreras, Santos, et al, (2020) sobre el manejo de los residuos resultados del procedimiento de digestión anaeróbica para el tratamiento de residuos sólidos urbanos en Ecuador, dan como resultado impacto positivo en el relleno sanitario, por lo que se considera, un potencial u oportunidad para ser utilizado como estrategia en la gestión administrativa del hotelería y el turismo.

## **Factor ecológico**

### **a. Regulaciones medioambientales y en materia turística**

El Código Orgánico del Ambiente se establece como el cuerpo legal específico más importante referente a la protección ambiental en el país; el cual está relacionada directamente con la prevención, control y sanción a las actividades contaminantes a los recursos naturales y establece las directrices de política ambiental, en concordancia también existe la norma técnica de actividades turísticas principales y accesorias en la cual se establece ciertos lineamiento de protección al ambiente al momento de realizar cualquier tipo de turismo.

### **b. Cultura empresarial en el país respecto a los factores ambientales**

Según Poveda & Parrales,(2018); las empresas de Ecuador participan activamente en promover un ambiente más sano y libre de contaminación, es decir trabajan en pro de la responsabilidad ambiental, que además de proteger al medio ambiente, les permite ganar prestigio ante sus clientes y por ende ventaja ante su competencia.

### **c. Manejo de residuos contaminantes en el país**

Según datos provenientes del Programa Nacional de Gestión integral de Desechos Sólidos, el MIDUVI y otras instituciones, se determinó que “el servicio de recolección de residuos sólidos tiene una cobertura nacional promedio del 84.2% en las áreas urbanas y de 54.1% en el área rural, la fracción no recolectada contribuye directamente a la creación de micro basurales descontrolados.

Apenas un 24% de los Gobiernos Autónomos Descentralizados ha iniciado procesos de separación en la fuente, 26% procesos de recuperación de materia orgánica y 32% de recolección diferenciada de desechos hospitalarios” (MAE, 2017).

### **Factor legal**

#### **a. Legislación vigente en materia de turismo.**

El Ministerio de turismo regula la actividad turística en el Ecuador, mediante la Ley de turismo, sin embargo debido a las múltiples actividades que se derivan del turismo, este ente regulatorio ha visto como necesidad la creación de 14 reglamentos, los mismos que buscan regular actividades turísticas como; alojamiento, el turismo en áreas protegidas, el turismo en Galápagos, los centros comunitarios, la guianza, la operación, la transportación y señalización turística, la venta de bebidas alcohólicas e inclusive un reglamento para el vigilancia de baterías sanitarias (Vera, 2018).

#### **b. Órganos de regulación de la actividad turística**

Según el Consejo Nacional de Competencias, (2020), el Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística a nivel nacional, entre sus atribuciones está la promoción y el fomento de todo tipo de turismo, sin embargo, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y

Descentralización establece que el turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno.

Para ello, a los GAD municipales y metropolitanos les corresponde regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás GAD, promoviendo especialmente la creación y puesta en marcha empresas comunitarias y organizaciones asociativas de turismo.

### **c. Legislación laboral aplicable en el país**

En el territorio ecuatoriano, el principal ente rector de la situación laboral del país es el Ministerio de trabajo, mediante el cual se han formulado normas constitucionales como El Código del Trabajo, que tiene como finalidad promover la estabilidad laboral de las personas, tal como se lo manifiesta en la Constitución de la República del Ecuador, en su artículo 33 que establece que: “El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado” (Código del Trabajo, 2020).

### **d. Leyes de protección a los consumidores**

En el Ecuador, en amparo de los consumidores se promulgo la ley orgánica de defensa del consumidor, con la finalidad de frenar los abusos por parte de empresas públicas o privadas de las cuales son usuarios o consumidores.

El objetivo primordial de esta ley es que las personas puedan adquirir productos o servicios de óptima calidad, sin publicidad engañosa, así como también sancionar la vulneración de los derechos de los consumidores tales

como la reparación de deficiencias de los productos, o por la interrupción de los servicios ofertados (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000).

### 6.1.2 Análisis de la situación local o micro entorno.

El microentorno consiste en el análisis de las características del sitio en el cual las empresas desarrollan sus actividades.

#### 6.1.2.1 Oferta turística de la parroquia Vilcabamba

Vilcabamba al ser una parroquia reconocida a nivel mundial como un destino turístico han traído consigo que dentro de este poblado se desarrolle la actividad turística con gran auge y por lo tanto se evidencie una gran oferta turística, la cual se detalla a continuación:

##### a. Alojamiento

En lo que respecta a alojamiento, Vilcabamba posee un total de 12 establecimientos dedicados al servicio de hospedaje y que se encuentran legalmente registrados en el MINTUR, de los cuales existen 7 hosterías, 3 hostales, 1 refugio y una casa de huéspedes.

**Tabla 3**

*Establecimientos de hospedaje*

<b>Clasificación</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>
Hostería	El Descanso de Ramsés	Agua de Hierro y Bolívar
Hostería	Villa Beatriz	A 10 metros de la antena de movistar
Hostería	Paraíso	Av. Eterna Juventud
Hostería	Izhcayluma	Vía a Yangana Km 2
Hostería	Molino Tropical	Vía a Yangana kilómetro y medio
Hostería	Vilcabamba	Av. Eterna Juventud
Hostería	Descanso del Toro	Diego Vaca de Vega
Refugio	Rumi Wilco	Agua de Hierro y Rio Chamba



Casa de huéspedes	Garden House	Entrada a Cucanamá a 200 metros
Hostal	Le Rendez Vouz	Diego Vaca de Vega y La Paz
Hostal	La Taranza	Vía a Yamburara a 500m del Parque Central
Hostal	Eterna Juventud	Bolívar y Luis Fernando de la Vega

**Fuente:** Catastro (2018).

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita.

Cabe destacar que varios de estos establecimientos como la Hostería Villa Beatriz, El Molino Tropical, El Descanso del Toro, debido a la Pandemia del Covid 19 se encuentran temporalmente cerradas.

## **b. Alimentos y bebidas**

En cuanto a alimentación la parroquia Vilcabamba cuenta con un total de 9 establecimientos legalmente registrados, los cuales ofrecen una gama de productos siendo estos, comida local, nacional e internacional.

### **Tabla 4**

#### *Establecimientos de alimentos y bebidas*

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Oferta</b>
Shantas	Barrio San Francisco	Comida nacional e internacional
UFO Café	Lis Fernando de la Vega y Bolívar	Comida oriental
La Terraza Delicious Food	Diego Vaca de Vega y Bolívar	Comida nacional e internacional
La Esquina	Sucre y Diego Vaca de Vega	Comida nacional
El Atillo	Sucre y Clodoveo Jaramillo	Comida tradicional
Layseca's	Sucre y Diego Vaca de Vega	Cafetería y comida internacional
Agave Blu	Bolívar y Luis Fernando de la Vega	Comida mexicana
Timothys	Diego Vaca de Vega y Eterna Juventud	Comida internacional
Natural yogurt	Bolívar y Diego Vaca de Vega	Comida nacional e internacional

**Fuente:** Catastro (2018)

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita.

### c. Operadores turísticos

Según datos del catastro turístico 2018 en la Parroquia Vilcabamba existen 3 operadores turísticos, que se encargan de realizar tours dentro de la zona, que pueden ser caminatas o cabalgatas a los principales atractivos de la parroquia. A continuación, se detallan cada uno de ellos:

**Tabla 5**

*Operadores Turístico*

<b>Nombre</b>	<b>Actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Celular</b>
La Tasca Tours	Operador turístico	Diego Vaca de Vega y Valle Sagrado	0985561188
Monta Viejo Luis	Agencia de viajes dual	Luis Fernando de la Vega y Valle Sagrado	098647596
Gavilán Tours Cía. Ltda.	Operador turístico	Sucre entre Diego Vaca de Vega y Agua de hierro	0990161759

**Fuente:** Catastro de establecimientos turísticos (2018).

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita.

### d. Esparcimiento

En la Parroquia Vilcabamba existe un único establecimiento dedicado al esparcimiento, catalogado como bar. Cabe recalcar que por motivo de pandemia se encuentra temporalmente cerrado.

**Tabla 6**

*Establecimientos de Esparcimiento*

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>
Breikys	Barrio San Francisco

**Fuente:** Catastro de establecimientos turísticos (2018).

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita.

### e. Festividades

En la parroquia Vilcabamba se realizan varias celebraciones durante el transcurso de cada año calendario, entre las cuales se destacan las siguientes:

**Tabla 7**

*Festividades de la Parroquia*

<b>FESTIVIDADES</b>	<b>FECHA</b>
Fiestas de Parroquialización	23 de mayo
Fiestas del Sagrado Corazón de Jesús	23 de julio
Fundación de la parroquia	1 de septiembre
Fiesta en honor al Señor de la Buena Esperanza	Fin de mes de septiembre
Fiesta en honor a la Virgen de Fátima (Izhcayluma)	Inicios del mes de octubre
Carnavales	Según fecha de calendario

**Fuente:** PDOyT Vilcabamba (2019).

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita.

### f. Atractivos turísticos

La Parroquia Vilcabamba posee un gran potencial turístico, ya que cuenta con varios atractivos tanto naturales como culturales que hacen de esta parroquia un lugar de destino; además de su reconocimiento a nivel mundial como “Valle de la Longevidad”, que ha provocado que turistas nacionales e internacionales se vean motivados a conocer este paradisíaco lugar. A continuación, se detallan los atractivos turísticos que existen en la esta localidad.

**Tabla 8***Jerarquización de Atractivos Turísticos*

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Características
Centro Recreacional Yamburara	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centros de Exhibición de flora y fauna	III	El Centro Recreacional Yamburara tiene una extensión de 32.520 km <sup>2</sup> , es un ambiente recreacional propio para el descanso y la sana diversión, cuenta con áreas verdes, piscina, tobogán, vivero, mini zoológico, canchas deportivas, por ello permite varias actividades, además tiene espacios para realizar parrilladas en hornillas de cemento.
Iglesia Cristo Luz del Mundo	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Cultural	III	La iglesia fue construida hace más de 120 años al estilo gótico, su parte interna es de madera y tapias de 0,80 mts. de ancho. Distribuido en tres naves en donde se puede encontrar los santos como El Sagrado Corazón de Jesús, El Señor de la Buena Esperanza, Virgen de la Medalla Milagrosa entre otros. La iglesia fue consagrada el día domingo 22 de octubre de 1895, por la iglesia Universal San Juan Pablo II, obispo de Loja Monseñor Hugolino Cerasolo y párroco de Vilcabamba Ignacio Ocina.

Cascada El Palto	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	III	La Cascada el Palto se encuentra dentro del Parque Nacional Podocarpus a tres horas del poblado de Vilcabamba, tiene una caída de 18m, sus aguas son cristalinas y provienen de la quebrada que lleva el mismo nombre, posee una flora propia del lugar como el Guanumo, chonta helecho entre otros. Se puede observar aves propias de la zona. Además, posee una vista paisajística única del valle de Vilcabamba.
Cerro Mandango	Atractivos Naturales	Montañas	Baja Montañas	III	El Cerro Mandango que en nombre quichua significa “Dios Acostado”, es una catedral natural y se la califica como la Montaña Sagrada, por su fisonomía majestuosa, es un cerro caprichoso que mirando del sur se asemeja a una gran capilla y que visto desde el norte se divisa como la cara de un indio gigante recostado mirando hacia el infinito. Tiene una altura de 2037 msnm. Se puede observar aves, lagartijas y en cuanto a su flora se puede observar una gran extensión de faiques.

**Fuente:** Kelsi Paola Bermeo (2019).

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita

## INFRAESTRUCTURA

### a. Salud

La Parroquia Vilcabamba cuenta con dos establecimientos de salud, uno de ellos corresponde a centro de salud y el otro a un hospital llamado antiguamente “Kokichi Otani”, en honor a su fundador, hoy en día se lo conoce como Hospital Básico Vilcabamba, el cual cuenta con una buena infraestructura, que permite brindar este servicio a todas las parroquias sur orientales del cantón Loja.

Los dos establecimientos de salud se encuentran ubicados en la avenida Eterna Juventud y Miguel Carpio a dos cuadras del parque central.

### b. Transporte

En la parroquia Vilcabamba existe el servicio de transporte público que realizan sus recorridos tanto dentro como fuera de la Parroquia, los cuales se detallan a continuación:

**Tabla 9**

#### *Compañías de Transporte*

<b>NOMBRE</b>	<b>RECORRIDO</b>
Sur Oriente	Loja – Vilcabamba – Zumba
Union Cariamanga	Loja – Vilcabamba – Zumba
Nambija	Loja – Vilcabamba – Zumba
Cooperativa Loja	Loja – Vilcabamba – Zumba
Yantzatza	Loja – Vilcabamba – Zumba
Vilcabambaturis	Loja – Vilcabamba
Ruta 11 de mayo	Loja – Vilcabamba
Camionetas Terminal Terrestre	Dentro y fuera de la parroquia.
Camionetas Vilcabamba Express	Dentro y fuera de la parroquia.
Camionetas Vilcamixto	Dentro y fuera de la parroquia.
Camionetas Rio Chamba	Dentro y fuera de la parroquia.

Fuente: PDOyT Vilcabamba (2019).

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita.

### c. Comunicaciones

Según datos del Censo 2010, el 86 % de las viviendas no tienen servicio de telefonía fija, mientras que el 93% de las viviendas no tienen acceso al servicio de internet, el cual se puede observar en la siguiente tabla:

**Tabla 10**

#### *Servicio de Telefonía*

Telefonía fija	INEC		Proyección			
	2010	%	2020	%	2030	%
Si	174	14%	250	16	332	16
No	1083	86%	1342	84	1810	84
<b>Total</b>	<b>1257</b>	<b>100%</b>	<b>1592</b>	<b>100</b>	<b>2142</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC (2010) y PDOyT Vilcabamba (2019).

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita.

**Tabla 11**

#### *Servicio de Internet*

Internet	casos	%	Tv cable	casos	%
Si	92	7%	Si	357	28%
No	1189	93%	No	924	72%
<b>Total</b>	<b>1281</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>1281</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC (2010) y PDOyT Vilcabamba (2019).

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita.

Es importante señalar que esta demanda la cubre La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), y la empresa privada Vilcanet.

De la misma forma, cabe mencionar que los datos señalados en las tablas, es preocupante debido a la problemática actual, ya que el internet es indispensable

para realizar todo tipo de actividad en tiempos de pandemia, principalmente para el desarrollo de la educación virtual y el teletrabajo.

#### **d. Sanidad**

En la parroquia Vilcabamba el 57% de las viviendas no están conectadas a la red pública de alcantarillado, por lo cual todavía se hace uso de pozos sépticos.

En lo que respecta a la recolección de basura se realiza a través del carro recolector, sin embargo, el 33% de las viviendas no tienen acceso a este servicio.

#### **e. Energía**

Según el censo 2010, en la parroquia Vilcabamba el 97,06% de las viviendas poseen el servicio de energía eléctrica, sin embargo, según información del PDOyT se observa que existe la problemática en la población por la falta de mantenimiento en el alumbrado público.

**Tabla 12**

*Servicio de Electricidad*

Servicios de electricidad	INEC		Proyección			
	2010	%	2020	%	2030	%
Si	1220	97,06	1555	97,68	2002	98,04
No	37	2,94	37	2,32	40	1,96
<b>Total</b>	<b>1257</b>	<b>100</b>	<b>1592</b>	<b>100</b>	<b>2042</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC (2010) y PDOyT Vilcabamba (2019).

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita.

#### **Análisis de la competencia.**

Para el análisis de la competencia se determina realizar el modelo estratégico de las cinco fuerzas de Porter, que permita analizar la rivalidad entre la competencia



de las hosterías modelo de estudio, determinando las oportunidades y amenazas de estas empresas turísticas.

### **Modelo de competencia de las cinco fuerzas de Porter.**

Mediante entrevista aplicada a los administradores de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba para conocer la situación actual de los establecimientos, se consideró también obtener información acerca de su competencia, para lo cual desde la pregunta 20 a la 23 estuvieron enfocadas a adquirir dicha información, teniendo el siguiente resultado:

#### **i. Desarrollo potencial de productos sustitutos.**

Los clientes de las hosterías de tres estrellas son personas con ingresos medio – alto por lo cual, podrían sustituir el servicio de estas por el de la Hostería “Vilcabamba” que presta servicios y precios similares a estas, pero que corresponde a una categoría mayor siendo esta de cuatro estrellas.

Sin embargo, debido a la disminución en la economía de los ecuatorianos se debe tener en cuenta que el servicio de las hosterías en estudio, pueden ser fácilmente remplazados por los hostales y hoteles de la parroquia que incurren en un costo mucho menor.

#### **ii. Poder de negociación de los consumidores.**

Los consumidores o clientes de las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba poseen un poder de negociación nulo, según lo descrito por sus gerentes de estas empresas; puesto que estos no acceden a rebajas en precios, o calidad del servicio, por lo cual cada una de ellas posee su propia política, tanto para descuentos en grupos, o duración de la estadía.

Sin embargo, se debe mencionar que al existir otro tipo de servicios similares como los hoteles y hostales los consumidores pueden ir adquiriendo poder al adquirir los servicios de hospedaje.

**iii. Entrada potencial de nuevos competidores.**

Actualmente al existir varias barreras de ingreso como la crisis sanitaria por la pandemia del Covid 19, la situación económica del país y las regulaciones existentes en los actuales momentos es casi nula la posibilidad del ingreso de nuevos competidores al sector hotelero, puesto que al poner en marcha un negocio de este tipo en tiempo de crisis existe una mayor probabilidad de quiebra.

**iv. Poder de negociación de los proveedores.**

Según información vertida por los administradores de las hosterías en estudio se puede determinar que el poder de negociación de los proveedores en tiempos de pandemia a seguido similar a tiempos anteriores ya que estos han mantenido sus precios y la misma calidad de los productos pese a la reducción de las cantidades que anteriormente se solicitaban.

**v. Rivalidad entre competidores.**

Debido a la realidad actual, existe la competencia directa entre los establecimientos de la misma categoría, puesto que cada uno de estos busca la forma de poder mantenerse en el mercado, de la misma forma su competidor directo como se mencionó anteriormente sería la Hostería Vilcabamba que actualmente se encuentra prestando el servicio de hospedaje.

Sin embargo, al encontrarse en un momento de crisis se debe tener que los hostales y hoteles se pueden convertir en competidores potenciales para estas hosterías, puesto que ofrecen productos similares y a un menor costo.

### **6.1.3 Análisis interno.**

#### **6.1.3.1 Descripción general de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba y su cumplimiento de los protocolos de bioseguridad.**

##### **6.1.3.1.1 Hostería Izhcayluma.**

###### **Datos generales.**

La Hostería Izhcayluma, se encuentra ubicada en la parroquia Vilcabamba en el kilómetro 2, vía a Yangana, frente a la Iglesia del mismo nombre, su nombre proviene del idioma quichua cuyo significado es “dos lomas”, y presta sus servicios desde el año 2001, fecha en la cual se inauguró.

Esta hostería corresponde a una categorización de tres estrellas, por la cantidad de servicios que ofrece, su propietario es el Sr. Dieter Sahramn. de origen alemán. Los números de contacto de la hostería son telefonía fija 3025162, móvil 0999153419, además cuenta con una página web cuya dirección es [www.izhcayluma.com](http://www.izhcayluma.com). Los horarios de atención actualmente son de 8:00 am a 12:00 am y de 16:00 pm a 20:00 pm. Debido a la pandemia únicamente se puede acceder a los servicios de la hostería mediante reserva.

###### **Slogan**

“La elegancia de un resort a precios de mochileros”

###### **Capacidad en sus instalaciones.**

La hostería cuenta con un número de 22 habitaciones y 40 camas que dan un total de 65 plazas que correspondería al 100% de su capacidad, sin embargo, es importante mencionar que, debido a la pandemia, la capacidad máxima del establecimiento es del 70%; cada una de las habitaciones tiene su propia particularidad por lo cual corresponden a diferentes precios, los cuales se detallan a continuación:

**Tabla 13**

*Precios de las habitaciones*

Tipo de habitación	Precio
Simple	\$ 29.00
Doble	\$ 38.00
Matrimonial	\$ 38.00
Triple	\$ 48.00
Cuádruple	\$ 56.00
Cabaña	\$ 49.00
Cabaña superior	\$ 69.00

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Servicios**

La hostería Izhcayluma dispone de los siguientes servicios:

- Restaurante.
- Bar.
- Parqueadero.
- Piscina (únicamente a huéspedes)
- Lavandería (únicamente a huéspedes)
- Caja fuerte
- Wifi
- Spa (únicamente a huéspedes)
- Sala de yoga

Cabe destacar que el restaurante actualmente presta su servicio únicamente bajo reservas, el horario de atención es de 7:30 am a 10:00 am en el cual se sirve el desayuno, y luego de ello se retoma la atención de 13:00 a 19:00 pm.

## Protocolos de bioseguridad

En cuanto a al cumplimiento de protocolos de bioseguridad; la Hostería “Izhcayluma” cumple con el 83% de las normas sugeridas por el MINTUR para evitar la propagación del Covid-19. A continuación se detallan el cumplimiento de dichos protocolos.

**Tabla 14**

*Cuadro resumen cumplimiento de protocolos de bioseguridad de la Hostería Izhcayluma*

Protocolos	Cumple	No cumple
Cuestionario de sintomatología		X
Tapete desinfectante	X	
Control de temperatura	X	
Revisión de la mascarilla	X	
Desinfección de equipaje	X	
Alcohol al 70%	X	
Paneles informativos	X	
Números de emergencia	X	
Señalética de distanciamiento en el piso	X	
Letreros informativos sobre medidas de protección personal.	X	
Recomendaciones para evitar la propagación del virus.	X	
Traje antifluido para el personal		X

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

### 6.1.3.1.2 Hostería Paraíso.

#### Datos generales.

La hostería Paraíso corresponde a la clasificación de tres estrellas, se encuentra ubicada en la Parroquia Vilcabamba en la Avenida Eterna Juventud, junto al parque de la Madre, atiende las 24 horas del día. Su propietario es el Sr. Vicente Carrión y el establecimiento se encuentra administrado por su gerente la Sra. Jaqueline Carrión.

El número de contacto de la hostería es 0988448057, e-mail [hosteriaparaíso@hotmail.com](mailto:hosteriaparaíso@hotmail.com), medios por los cuales puede reservar el servicio, o también puede hacerlo directamente acercándose a sus instalaciones.

### **Capacidad en sus instalaciones.**

La hostería cuenta con un número de 18 habitaciones y 43 camas que dan un total de 56 plazas que correspondería al 100% de su capacidad, sin embargo, es importante mencionar que, debido a la pandemia, la capacidad máxima del establecimiento es del 70%.

El precio promedio de la habitación es de \$35.00 por persona, sin embargo, estos precios pueden variar dependiendo de la temporada.

Es importante mencionar que el precio promedio mencionado anteriormente se encuentra calculado bajo el 16% de incremento que su gerente consideró necesario realizar para cubrir sus costos y gastos debido a al aforo limitado a causa de la pandemia del covid-19.

### **Servicios**

La hostería Paraíso dispone de los siguientes servicios:

- Restaurante.
- Cafetería.
- Parqueadero.
- Piscina
- Sauna, turco, hidromasaje.
- Caja fuerte
- Wifi
- Cancha deportiva
- Área de juegos infantiles

Cabe destacar que el horario de atención de restaurante es de 8:00 am a 19:30 pm. De la misma manera es importante mencionar que por motivo de pandemia el servicio de sauna se encuentra cerrado con la finalidad de evitar la propagación del virus del Covid-19.

### **Protocolos de bioseguridad.**

La hostería Paraíso dispuesta a reanudar sus actividades normales cuenta con los siguientes elementos de bioseguridad, dando un cumplimiento del 83% de lo establecido por el MINTUR.

**Tabla 15**

*Cuadro resumen del cumplimiento de Protocolos de Bioseguridad de la Hostería Paraíso*

<b>Protocolos</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>
Cuestionario de sintomatología	X	
Tapete desinfectante	X	
Control de temperatura	X	
Revisión de la mascarilla	X	
Desinfección de equipaje	X	
Alcohol al 70%	X	
Paneles informativos	X	
Números de emergencia	X	
Señalética de distanciamiento en el piso		X
Letreros informativos sobre medidas de protección personal.	X	
Recomendaciones para evitar la propagación del virus.	X	
Traje antifluido para el personal		X

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita.

### 6.1.3.2 Análisis de las entrevistas

#### Entrevistas dirigidas a aquellas hosterías que reabrieron tras el decreto de estado de excepción por la pandemia del Covid-19

Estas entrevistas se las planificó realizarlas a las tres hosterías de tres estrellas que se encuentran laborando en la actualidad, sin embargo es importante mencionar que debido a razones personales y por la problemática actual por la pandemia, el propietario de la Hostería “El Ramsés” que forma parte de las tres hosterías mencionadas anteriormente, no desea colaborar en la presente investigación, por lo cual únicamente se evidencian los datos de dos de las hosterías que responden a la categoría de tres estrellas y que reabrieron frente a la pandemia, las cuales se realizaron de forma presencial, en ambos casos se entrevistó al administrador de cada hostería los cuales manifestaron lo siguiente:

1. **¿Cómo le afectó económicamente la declaratoria de estado de excepción al servicio que usted brinda?**

**Tabla 16**

*Aspecto económico*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Nos afectó fuertemente, puesto que no abrimos hasta el 2 de julio que pudimos reabrir nuestras instalaciones.	Principalmente la cancelación y pérdida de reservas que ya se habían hecho con anterioridad.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita.



**2. Debido a la pandemia ¿Cuáles son los gastos que se ha visto obligado a realizar en el aspecto de bioseguridad?**

**Tabla 17**

*Gastos incurridos*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Los gastos que se ha tenido son únicamente en alcohol, desinfectante y los respectivos letreros y señalética	Se ha invertido en alcohol, gel antibacterial, maquinas uv, otras máquinas para realizar la desinfección de las habitaciones.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**3. ¿Cuál fue la medida que adoptó para lograr cubrir los costos de las nuevas normas de bioseguridad?**

**Tabla 18**

*Medidas adoptadas*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Ninguna, los costos van de parte de la hostería, con fondos propios.	Tuvimos que aumentar un 16% en los precios de las habitaciones.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**4. ¿En términos monetarios, cómo le ha afectado el aforo permitido por los protocolos de bioseguridad?**

**Tabla 19**

*Afectación del aforo permitido en términos monetarios*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Ha existido una gran reducción de huéspedes, pero no acostumbro a emitir cuestiones de dinero	Durante los fines de semana que era donde más clientes se tenía, existe una pérdida de aproximadamente unos 500 dólares por día durante el fin de semana

**Fuente:** Trabajo de campo.  
**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita

**5. ¿Ha considerado en aumentar o reducir los precios de los servicios que ofrece? ¿Por qué?**

**Tabla 20**

*Consideraciones referentes a los precios del servicio*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Pese a los nuevos gastos, hemos mantenido los precios hasta el momento y no se tiene previsto aumentarlos, más bien se prevé mantenerlos tal cual están	Como ya mencioné anteriormente hemos incrementado el 16% en el precio de todas las habitaciones, debido al aforo reducido, así como también para cubrir los nuevos gastos que tenemos.

**Fuente:** Trabajo de campo.  
**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita

**6. ¿Ha tenido conocimiento sobre alguna política nacional, cantonal o parroquial de apoyo al sector turístico, a través de incentivos o capacitaciones?**

**Tabla 21**

*Conocimiento sobre políticas nacionales, cantonales o parroquiales de apoyo al sector turístico*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
No ha existido ningún apoyo nacional, ni local, únicamente han existido las capacitaciones por parte del Ministerio de Turismo, pero que nos avisan de un momento a otro, siempre nos notifican en la mañana para capacitaciones que se tienen previstas para el mismo día en la tarde, lo cual es imposible que designemos al personal para que asista a estas capacitaciones	De lo que yo tengo conocimiento únicamente lo referente a capacitaciones, a las cuales he asistido.

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita,

**7. ¿A lo largo de la pandemia, usted accedió algún programa para mitigar el impacto económico y de protección al empleo en su establecimiento?  
¿En qué programa participó o hizo uso?**

**Tabla 22**

*Acceso a programas para mitigar el impacto económico y de protección al empleo*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
No accedimos a ningún programa	No, a ninguno

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**8. ¿Qué medidas tuvo que tomar con respecto al personal que laboraba en las instalaciones al momento de decretarse el estado de excepción?**

**Tabla 23**

*Medidas tomadas respecto al personal*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Al momento de decretarse el estado de excepción dictado por el presidente, algunos de los empleados renunciaron por miedo, y los que decidieron continuar laborando, lo hicieron, pero con una jornada laboral reducida, y obviamente con un ingreso menor, pero con el pago del seguro correspondiente.	Se liquidó a todo el personal, ya que se cerró toda la hostería, pero para su reapertura se los contrato de nuevo.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**9. ¿De qué forma usted capacitó a su personal para evitar casos de coronavirus dentro de la hostería?**

**Tabla 24**

*Capacitaciones al personal*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Se capacitó inicialmente a los trabajadores conjuntamente con el Hospital básico Vilcabamba, miembros de la policía acerca de los protocolos que se debían cumplir y como tratar un posible caso de coronavirus dentro de las instalaciones.	Se capacitó al personal mediante las capacitaciones dictadas por el Ministerio de Turismo y que se realizó en el Hotel Grand Victoria al cual asistimos todos.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**10. ¿Cuáles es el mecanismo que adoptó para evitar la propagación del Covid entre el personal dentro de las instalaciones de la hostería?**

**Tabla 25**

*Mecanismo adoptado para evitar la propagación del virus entre el personal*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Se toma la temperatura al ingreso y salida de cada turno, así mismo se adecuo un lugar para el cambio de vestimenta de todo el personal, cada departamento posee su propio baño, con la finalidad de evitar el contacto entre ellos.	Tomamos la temperatura a los trabajadores, existe un cuarto para que ellos se cambien de ropa, y los dividimos por grupos.

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**11. ¿En qué grado se vio afectado el flujo de visitas de los turistas durante la pandemia a su establecimiento? ¿Podría dar cifras o porcentajes?**

**Tabla 26**

*Afectación del flujo de turistas*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Mas o menos con un cuarenta por ciento.	Nos vimos afectados con un porcentaje del 62% ya que en los últimos tres meses únicamente alcanzamos un porcentaje del 38% de ocupación lo que es sumamente bajo, comparado a la ocupación que teníamos antes de la pandemia.

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**12. ¿Cuáles serían las razones por las cuales usted considera que los turistas puedan sentirse seguros al momento de visitar su establecimiento?**

**Tabla 27**

*Consideraciones acerca de la seguridad de los turistas*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería "Izhcayluma"	<b>Establecimiento:</b> Hostería "Paraíso"
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Principalmente porque tenemos 3 hectáreas de terreno, que es bastante para que puedan distraerse y tomar su respectiva distancia, además nuestro restaurante es al aire libre.	Para nuestros clientes o huéspedes lo más importante es que el personal que labora cumpla con las normas de bioseguridad, ellos se sienten seguros si quien los atiende usa mascarilla.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita,

**13. ¿Cuáles son actualmente los requisitos que deben cumplir los clientes para acceder a los servicios que presta el establecimiento?**

**Tabla 28**

*Acceso a servicios*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería "Izhcayluma"	<b>Establecimiento:</b> Hostería "Paraíso"
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Por la pandemia únicamente atendemos bajo reserva, tanto en hospedaje como en el restaurante.	Cumplir con las normas de seguridad, así como realizar la respectiva reserva o acercarse a los interiores de la hostería.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita,

**14. ¿Cuenta con un manual escrito que permita conocer de qué forma aplica su establecimiento las normas de bioseguridad?**

**Tabla 29**

*Posesión de manual de bioseguridad*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
No, únicamente trabajamos bajo las normas nacionales	No, no contamos con un documento.

**Fuente:** Trabajo de campo.  
**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita,

**15. ¿Aplicó alguna estrategia para reaperturar sus instalaciones? ¿Cuál o cuáles?**

**Tabla 30**

*Planeación estratégica*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Ninguna, seguimos trabajando como lo hacíamos anteriormente, no se planifico nada. Únicamente cumplir con las normas de bioseguridad, y también como prevención cambiamos las cartas de menú del restaurante, por una pizarra donde se exhibe el menú diario.	Si, mayor publicidad en las redes sociales, así como convenio con agencias de turismo como Jocotoco

**Fuente:** Trabajo de campo.  
**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita,

## 16. Conoce usted ¿Cuáles son las necesidades actuales de los turistas?

**Tabla 31**

*Necesidades actuales de los turistas*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Principalmente que se les brinde todas las normas de bioseguridad, lo que dispone el gobierno nacional.	Su seguridad, los turistas y nosotros también buscamos su seguridad y la nuestra también.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita,

## 17. Actualmente ¿Cuál es la forma de promocionar su negocio?

**Tabla 32**

*Estrategias de promoción y publicidad*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Durante el mes de diciembre realizamos la producción de un video en YouTube acerca de la hostería. También actualizamos nuestra página web, y a donde vamos llevamos nuestros trípticos, para dar a conocer la hostería. Otra forma es dando promociones a quienes se queden por más de 7 días se les incluye el desayuno y una botella de vino completamente gratis.	Realizamos la publicidad mediante redes sociales, así como también mediante Booking y TripAdvisor. También contamos con un descuento del 15% a quienes se hospeden de tres noches en adelante.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita,



**18. ¿Cuáles han sido las tecnologías que usted ha empleado para llegar al cliente e informar de los servicios que posee el negocio?**

**Tabla 33**

*Uso de tecnología para publicidad*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Únicamente a través de internet, por medio de nuestra página web.	A través de las redes sociales, así también mediante Booking o TripAdvisor, que es en donde promocionamos nuestra hostería.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita,

**19. ¿Su establecimiento pertenece a un gremio o asociación del sector hotelero dentro de la parroquia? ¿A Cuál?**

**Tabla 34**

*Agrupaciones del sector hotelero*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Si, a la Asociación hotelera de Vilcabamba. La cual antes de la pandemia os reuníamos para ver la forma de organizar algún tipo de evento que atraiga turistas.	Si, a la Asociación hotelera de Vilcabamba, pero desde la pandemia está a quedado descartada.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita,

**20. ¿De los establecimientos de hospedaje que existen en la parroquia, cuáles considera que son sus principales competidores?**

**Tabla 35**

*Competidores*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Todos los que han podido reabrir, pero principalmente la Hostería El paraíso que pertenece a la misma categoría, la hostería Vilcabamba.	Principalmente la hostería Izhcayluma quien tiene servicios similares y busca un mismo mercado, además de que posee un buen posicionamiento en el mercado.

**Fuente:** Trabajo de campo.  
**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita,

**21. ¿Considera usted que actualmente puedan abrirse nuevas hosterías en Vilcabamba?**

**Tabla 36**

*Entrada de nuevos competidores*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
Si, sin embargo, es un poco incierto el panorama para este tipo de establecimiento, porque no hay mucha rentabilidad.	No, porque es complicado en la actualidad generar un nuevo emprendimiento de este tipo porque estamos viviendo una incertidumbre dentro de lo que respecta al sector hotelero, además de que existe poca demanda del servicio.

**Fuente:** Trabajo de campo.  
**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita,

**22. ¿Usted ha accedido a negociaciones con sus proveedores de servicios o productos tales como aumento o reducción de precios, calidad de los servicios o productos, entrega de productos, cumplimiento de los servicios, etc.? ¿Si usted ha accedido a negociaciones de sus proveedores explique el motivo?**

**Tabla 37**

*Poder de negociación de los proveedores*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
No, los proveedores siguen siendo los mismos, y sus precios y la calidad a permanecido como antes de la pandemia.	No, porque nuestros principales proveedores que son cervecería nacional, supan, Toni, supermercado Marisol, etc. han mantenido los mismos precios, no han existido incrementos en estos, la negociación continua como antes de la pandemia.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita,

**23. ¿Usted ha accedido a exigencias de sus clientes tales como pedir rebajas de precios por los servicios ofertados, servicios adicionales, garantías en las medidas de seguridad, etc.? ¿Si usted ha accedido a negociaciones de sus clientes explique el motivo?**

**Tabla 38**

*Poder de negociación de los compradores*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Izhcayluma”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “Paraíso”
Sr. Raik Ackermann	Sr. Juan Sebastián Chuqimarca
No, los precios ya se encuentran establecidos, y la calidad es la misma. No hemos accedido a ninguna rebaja. Como ya dije antes únicamente existe las	No, hasta el momento no hemos accedido a ningún tipo de estas negociaciones, ya que consideramos que los precios se encuentran en relación a la calidad y

promociones que ya son parte de la seguridad que brindamos en nuestro hostería y que ya están establecidas. servicio.  
 De inicio se garantiza la bioseguridad de los huéspedes, con el cumplimiento de lo dispuesto por el gobierno central.

Fuente: Trabajo de campo.  
 Elaboración: Diana Elizabeth Picoita.

## Entrevista 2:

### Aplicadas a aquellas hosterías que no reabrieron tras el estado de excepción por la pandemia del Covid-19.

Esta entrevista fue aplicada vía zoom, a la administradora en el caso de la hostería “El Molino” y a su propietaria en lo que respecta a la hostería “Villa Beatriz”, obteniendo las siguientes respuestas:

#### 1. ¿Cuál fue la razón que lo(a) motivó a no reabrir el establecimiento?

**Tabla 39**

*Motivaciones para la no reapertura de los establecimientos*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Villa Beatriz”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “El Molino Tropical”
Sra. Beatriz Aldeán	Srta. Carolina García
Ya, bueno no abrimos porque mi marido y yo somos personas adultas, y por eso tenemos miedo al contagio. Esa fue la razón principal	La razón fue porque sus dueños son personas adultas y que pertenecen al grupo vulnerable, además, bueno la razón principal fue porque nuestra familia se quedó a vivir en las instalaciones durante los meses de la pandemia, entonces era imposible abrir nuevamente, aparte el miedo al contagio fue también otra razón. Incluso nosotros ya contábamos con la piscina con filtro de ozono, incluso si decidimos abrir ese gasto ya ni lo tendríamos, por lo que el dinero no es el impedimento, sino más bien lo que le mencione antes.

Fuente: Trabajo de campo.  
 Elaboración: Diana Elizabeth Picoita.

**2. ¿Ha considerado alguna estrategia para abrir nuevamente sus instalaciones? ¿Cuáles?**

**Tabla 40**

*Posibles estrategias de reapertura*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Villa Beatriz”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “El Molino Tropical”
Sra. Beatriz Aldeán	Srta. Carolina García
No, sinceramente no, lo que pide el MINTUR lo que son protocolos de bioseguridad.	Estrategia en sí, no hemos pensado, únicamente hemos hablado para implementar lo que pide los protocolos de bioseguridad del ministerio que son el alcohol, los desinfectantes, el aforo, entre otras cosas.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita.

**3. ¿En qué tiempo aproximado piensa abrir nuevamente sus instalaciones? ¿Por qué?**

**Tabla 41**

*Tiempo aproximado para la reapertura de os establecimientos*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Villa Beatriz”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “El Molino Tropical”
Sra. Beatriz Aldeán	Srta. Carolina García
Aún no hemos pensado exactamente cuándo abrir, estamos esperando un poco más tiempo, que bajen los niveles de contagio porque como ya le dije tenemos miedo.	Estamos terminando de hacerle cambios en su infraestructura, modificar ciertos aspectos, estamos aprovechando el tiempo para arreglarlo de mejor manera, además como en enero es temporada baja, porque no hay mucho cliente porque todo mundo se queda en su casa, estamos viendo si volvemos a reabrir en febrero de este año, pero antes tendríamos que ver si no salen otras consideraciones que nos limiten nuevamente a abrir.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**4. ¿Se encuentra invirtiendo en elementos de bioseguridad para realizar la reapertura de su negocio? ¿Cuáles?**

**Tabla 42**

*Inversión en elementos de bioseguridad*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Villa Beatriz”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “El Molino Tropical”
Sra. Beatriz Aldeán	Srta. Carolina García
En elementos de bioseguridad aun no, como ya le dije no tenemos una fecha planificada de cuando abrir nuevamente es por ello que no hemos realizado ninguna inversión de ese tipo. Lo que si estamos aprovechando el tiempo para realizar arreglos en la infraestructura de la hostería. De hecho, ahora estamos acomodando es espacio de la cocina, amoblándolo de mejor manera.	Como ya le comenté la piscina la tenemos con ozono que se purifica cada cierto tiempo, pero eso ya lo tenemos implementado, nos falta lo que son letreros, alcohol, gel, desinfectantes y esas pequeñas cosas. Pero aún no hemos adquirido nada de eso, hasta estar seguros de cuando mismo vamos a abrir nuevamente.

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita.

**5. ¿Qué medidas tuvo que tomar con respecto al personal que laboraba en las instalaciones al momento de decretarse el estado de excepción?**

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Villa Beatriz”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “El Molino Tropical”
Sra. Beatriz Aldeán	Srta. Carolina García
Tuvimos que despedir a todos, fue algo que nunca lo pensamos y pues toco y no quedo de otra.	En realidad, nosotros contábamos solo con el personal de jardinería, la chef y una ayudante de cocina. Nosotros solo nos quedamos con el jardinero, Nos tocó despedir a ella y a su ayudante, el resto éramos parte de la familia por lo cual no tuvimos muchas complicaciones en ese aspecto. Incluso como la chef estaba en su tiempo de prueba porque era de reciente contratación no tuvimos que pagarle seguro ni nada todavía.

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita.

**6. ¿Se encuentra elaborando un manual donde se describa de qué forma se aplicará las medidas de bioseguridad dentro de su establecimiento?**

**Tabla 43**

*Elaboración de manual de bioseguridad*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Villa Beatriz”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “El Molino Tropical”
Sra. Beatriz Aldeán	Srta. Carolina García
Por el momento no. nada de manuales, ni siquiera lo hemos pensado.	No ninguno, únicamente lo hemos conversado de forma verbal, algunas cosas.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita,

**7. ¿Al momento de reabrir cuál sería la nueva capacidad para recibir a los turistas con la que contaría la hostería?**

**Tabla 44**

*Capacidad para recibir a los turistas*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Villa Beatriz”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “El Molino Tropical”
Sra. Beatriz Aldeán	Srta. Carolina García
No le puedo dar, ese dato porque depende de las disposiciones que existan en el momento de deseamos abrir nuevamente.	En hospedaje contaríamos con una capacidad para 15 personas únicamente y sería cupo limitado de unas 25 personas para el uso de las instalaciones. Eso sería

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita,

**8. ¿Ha tenido conocimiento sobre alguna política Nacional, cantonal o parroquial de apoyo al sector turístico, a través de incentivos o capacitaciones?**

**Tabla 45**

*Conocimiento de políticas nacionales y locales de apoyo al sector turístico*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Villa Beatriz”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “El Molino Tropical”
Sra. Beatriz Aldeán	Srta. Carolina García
Únicamente hemos sabido de las capacitaciones de parte del Mintur de las cuales asistimos a una que fue de forma virtual	Tuvimos capacitaciones de reactivación del sector hotelero dadas por el MINTUR, así mismo asistimos a un congreso organizado por el instituto Juan Montalvo que se llamaba “Congretur” organizado por la UDLA. Esto lo hicimos porque estamos estudiando turismo en el instituto que le dije y por eso tuvimos la oportunidad. De ahí como le dije no hemos tenido apoyo de nada, no ha existido ningún incentivo, únicamente las capacitaciones que le mencioné.

**Fuente:** Trabajo de campo.  
**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita,

**9. ¿Su establecimiento pertenece a un gremio o asociación del sector hotelero dentro de la parroquia? ¿A Cuál?**

**Tabla 46**

*Agrupaciones del sector hotelero*

INFORMANTE 1	INFORMANTE 2
<b>Establecimiento:</b> Hostería “Villa Beatriz”	<b>Establecimiento:</b> Hostería “El Molino Tropical”
Sra. Beatriz Aldeán	Srta. Carolina García
Si, a la asociación de hoteleros Vilcabamba, pero en la pandemia eso ha quedado obsoleto, no se tratado ningún tema, ni se ha trabajado de ninguna manera por parte de la asociación	Si, pertenece a Asotur Vilca. Asociación de hoteleros de Vilcabamba, su presidente presidenta se llama Zoilita Aguirre que es la dueña de la Hostería Vilcabamba, pero durante la pandemia no se ha trabajado en nada dentro de la asociación.

**Fuente:** Trabajo de campo.  
**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita,



## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Interpretación de resultados obtenidos mediante la aplicación de encuestas para conocer la percepción de los habitantes de la ciudad de Loja como mercado potencial para las hosterías.

### Datos personales

#### a. Sexo

**Tabla 47**

Sexo

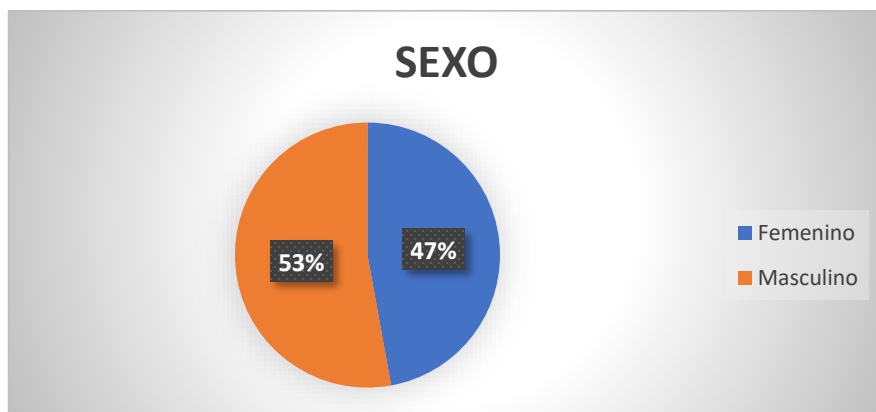
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	181	47%
Masculino	203	53%
Total	384	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 2**

Sexo



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita.

**Interpretación:** Del total de 384 personas encuestadas, el 53% representan al sexo masculino, mientras que el 47% restante corresponden al sexo femenino.

## b. Edad

**Tabla 48**

*Edad*

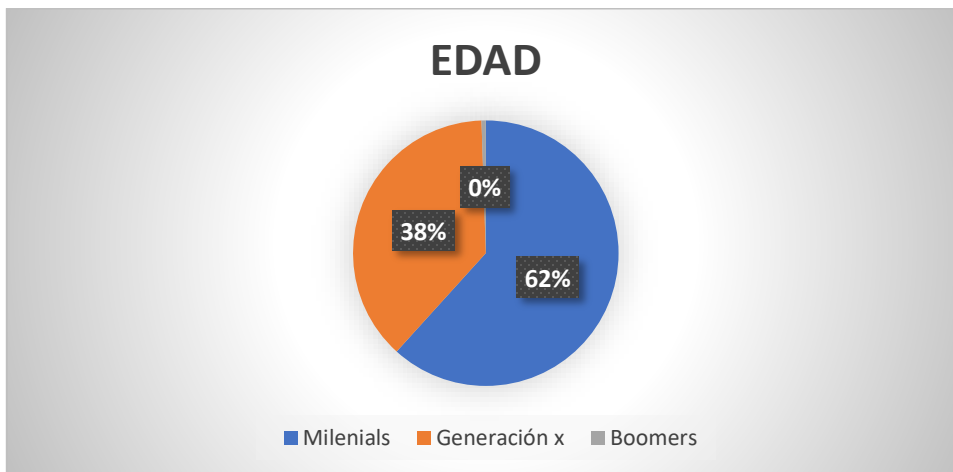
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Milenials	237	62%
Generación x	145	38%
Boomers	2	0%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 3**

*Edad*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** El mayor número de personas encuestadas se encuentran entre los 21 a 34 años, que corresponde a la generación de los milenials, seguido, de las personas que se encuentran entre los 35 y 49 años que corresponden a la generación X.

### c. Lugar de residencia

**Tabla 49**

*Lugar de residencia*

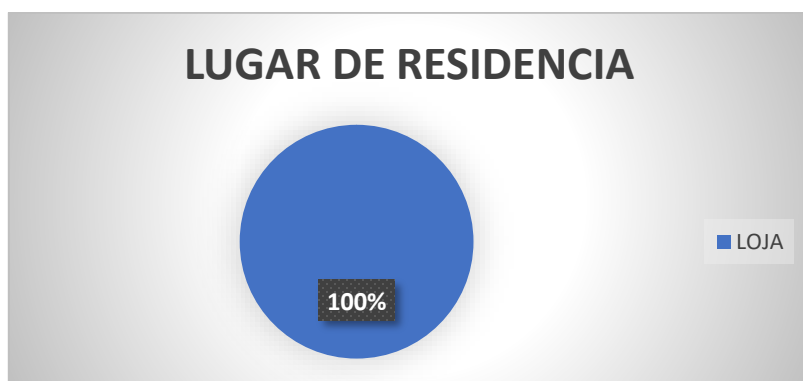
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Loja	384	100%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 4**

*Lugar de residencia*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** El 100% de los encuestados, son residentes de la ciudad de Loja.

### d. Nacionalidad

**Tabla 50**

*Nacionalidad*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ecuatoriana	384	100%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 5**

*Nacionalidad*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** De los 384 encuestados, el 100% son personas con nacionalidad ecuatoriana.

#### **e. Ingreso mensual**

**Tabla 51**

*Ingreso mensual*

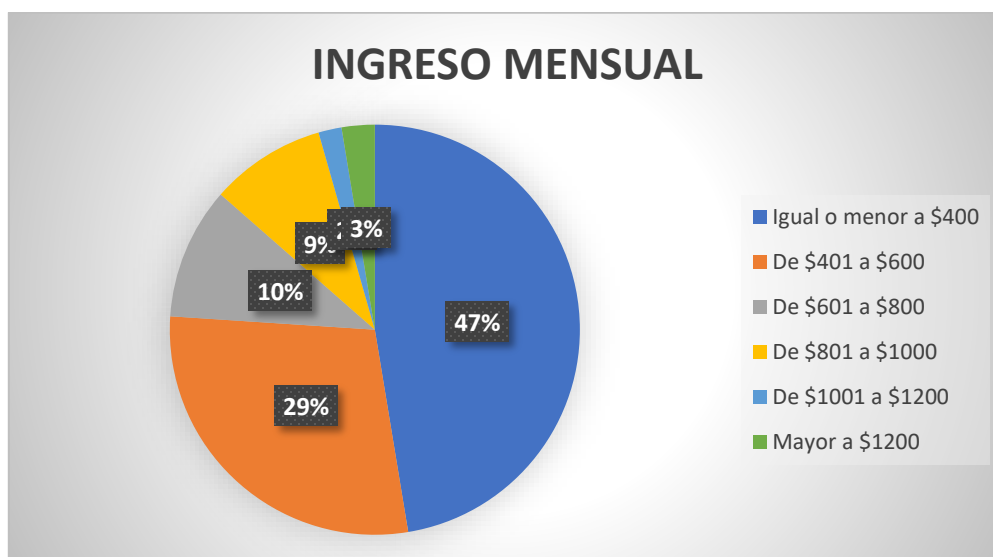
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Igual o menor a \$400	182	47%
De \$401 a \$600	110	29%
De \$601 a \$800	40	10%
De \$801 a \$1000	35	9%
De \$1001 a \$1200	7	2%
Mayor a \$1200	10	3%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 6**

*Ingreso mensual*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 47% tiene un ingreso mensual igual o menor a \$400 dólares, seguido del 29% que recibe un ingreso de \$401 a \$600 dólares; mientras que únicamente el 2% y 3% reciben un ingreso de \$1001 a \$1200 y mayor a \$1200 dólares respectivamente.

### 1. ¿Cuál es su situación económica actualmente?

**Tabla 52**

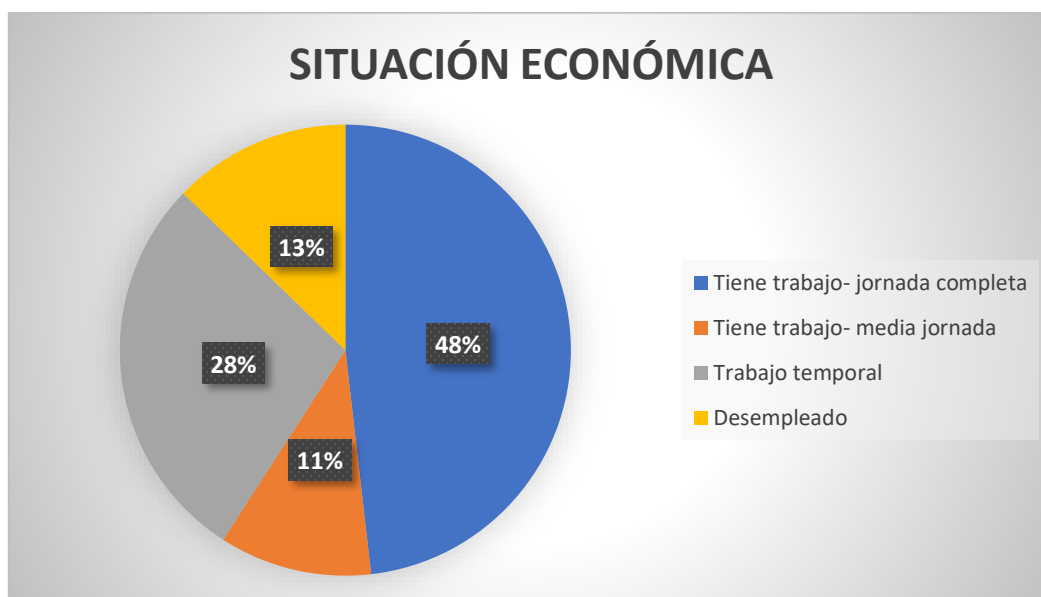
*Situación económica*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tiene trabajo - jornada completa	185	48%
Tiene trabajo - media jornada	42	11%
Trabajo temporal	108	28%
Desempleado	49	13%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita.

**Figura 7**

*Situación económica*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 48% tiene un trabajo estable de jornada completa, seguido del 28% que tiene un trabajo temporal, mientras que el 13% se encuentra desempleado y el 11% posee trabajo de medio tiempo.

**2. ¿Cuáles son las motivaciones que tiene actualmente para viajar en tiempos de pandemia?**

**Tabla 53**

*Motivaciones de viaje*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo	172	39%
Actividades académicas	20	5%
Recreación/ deportes	35	8%
Visita a familiares	40	9%
Turismo	168	38%
Otras (salud)	5	1%
<b>Total</b>	<b>440</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 8**

*Motivaciones de viaje*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 39% mencionó que su principal motivo de viaje en tiempos de pandemia es por trabajo, seguido del 38% que viajan por turismo, el 9% lo hace por visita a familiares, el 8% por recreación y práctica de deportes, el 5% por el cumplimiento de actividades académicas y únicamente 1% mencionó que tiene otra motivación que es por salud.

### 3. ¿Con quién ha viajado o viajaría en tiempos de pandemia?

**Tabla 54**

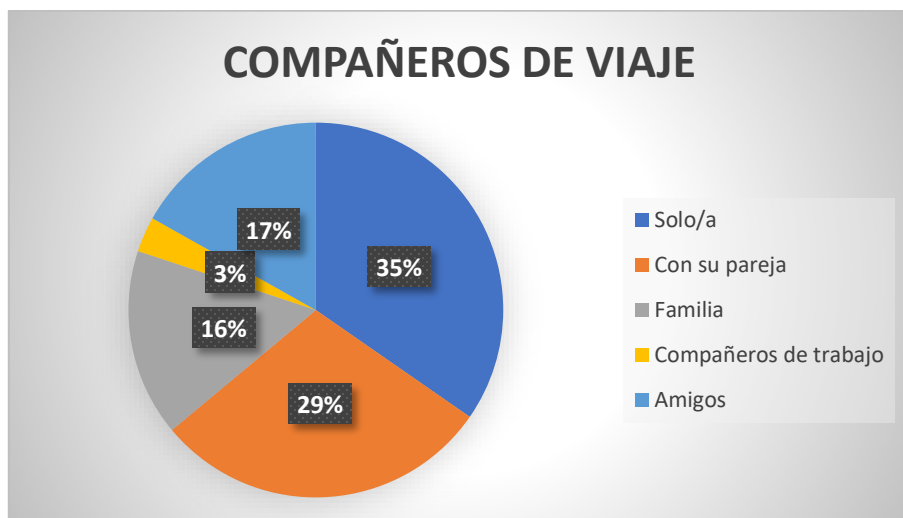
*Compañeros de viaje*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Solo/a	148	35%
Con su pareja	125	29%
Familia	69	16%
Compañeros de trabajo	13	3%
Amigos	72	17%
<b>Total</b>	<b>427</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 9**

*Compañeros de viaje*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 35% mencionó que en tiempos de pandemia viajarían solos, seguido del 29% que viajarían con su pareja, el 17% viajarían en compañía de sus amigos, 16% lo harían acompañados de su familia, y únicamente el 3% viaja en compañía de sus compañeros de trabajo.

**4. ¿Estaría dispuesto usted a alojarse en una hostería tomando en consideración los momentos actuales de la pandemia en el Ecuador?**

**Tabla 55**

*Disposición para hospedarse*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	247	64%
No	137	36%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita



**Figura 10**

*Disposición de hospedarse*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 64% menciona que, pese a la pandemia, si están dispuestos a alojarse en una hostería, mientras que el 36% no está dispuesto a hacerlo.

**5. Si su respuesta anterior es negativa, ¿en qué tiempo aproximado consideraría apropiado hospedarse en una hostería?**

**Tabla 56**

*Tiempo aproximado para volver a viajar a una hostería*

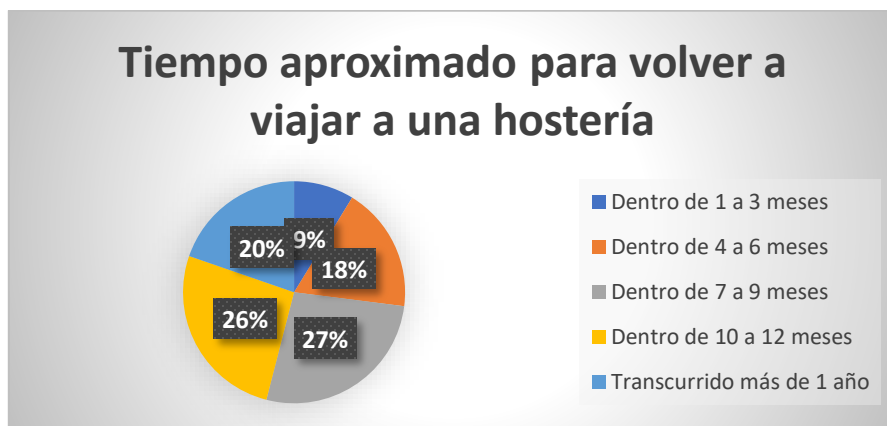
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Dentro de 1 a 3 meses	12	9%
Dentro de 4 a 6 meses	25	18%
Dentro de 7 a 9 meses	37	27%
Dentro de 10 a 12 meses	36	26%
Transcurrido más de 1 año	27	20%
<b>Total</b>	<b>137</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 11**

*Tiempo aproximado para volver a viajar*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados que dijeron que no están dispuestos a hospedarse actualmente, el 27% menciona que lo haría dentro de 7 a 9 meses, el 26% dentro de 10 a 12 meses, el 20% Transcurrido más de un año, dentro de 4 a 6 meses y únicamente el 9% lo hará dentro de los siguientes tres meses.

6. Por favor califique de 1 a 5 (siendo 1 desacuerdo, 2 algo desacuerdo, 3 ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 4 algo de acuerdo, y 5 muy de acuerdo).

**¿Está usted de acuerdo que las hosterías eleven los precios de sus servicios para cubrir los gastos ocasionados por la Pandemia?**

**Tabla 57**

*Incremento de precios*

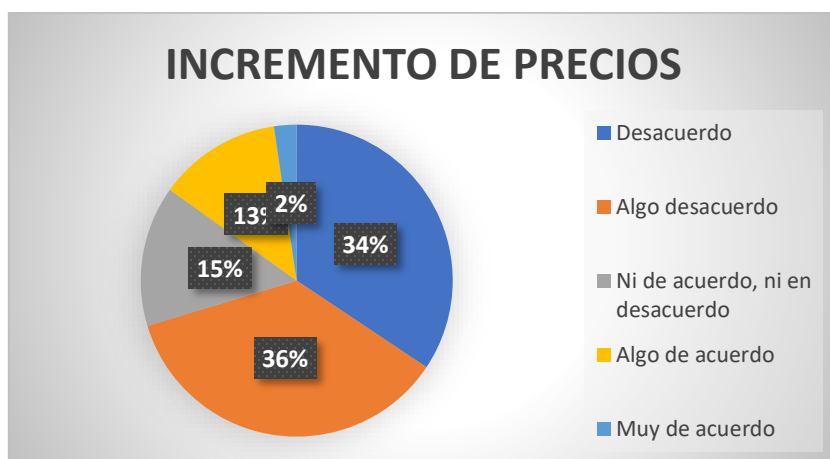
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desacuerdo	132	34%
Algo desacuerdo	138	36%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	56	15%
Algo de acuerdo	49	13%
Muy de acuerdo	9	2%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 12**

*Incremento de precios*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 36% menciona que está en desacuerdo que las hosterías incrementen sus precios, seguido del 34% que de igual forma se encuentra algo desacuerdo, el 15% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo, mientras que el 13% se encuentra de acuerdo, únicamente el 2% se encuentra muy de acuerdo.

**¿Está usted de acuerdo que las hosterías adopten a cabalidad las recomendaciones dadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS), como requisito para poder hospedarse en dichos establecimientos?**

**Tabla 58**

*Cumplimiento de las recomendaciones de la OMS*

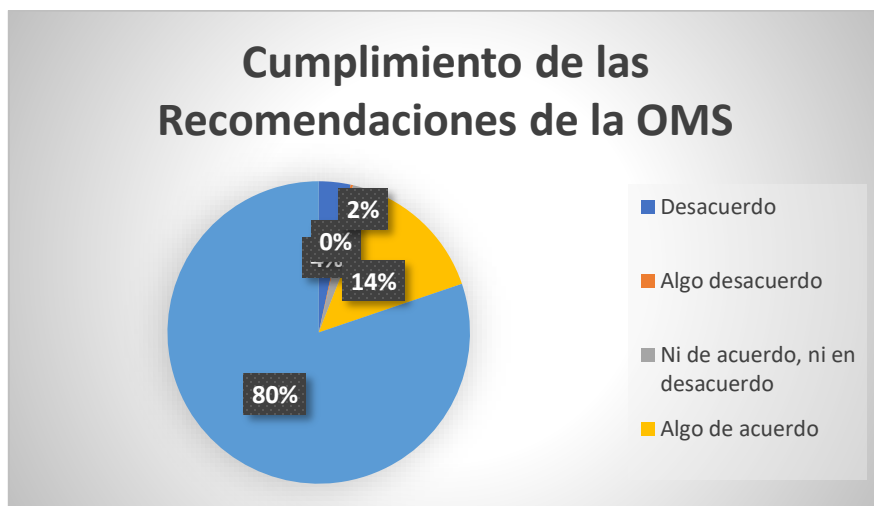
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desacuerdo	13	4%
Algo desacuerdo	1	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	2%
Algo de acuerdo	53	14%
Muy de acuerdo	308	80%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 13**

*Cumplimiento de las recomendaciones de la OMS*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 80% manifiesta que está muy de acuerdo que las hosterías cumplan a cabalidad todas las recomendaciones de la OMS, para evitar la propagación del Covid, seguido del 14% que están algo de acuerdo, mientras que el 6% restante se divide en 2% que no están ni acuerdo, ni en desacuerdo y el 4% que está totalmente en desacuerdo.

**¿Está usted de acuerdo que las personas que laboran dentro de las hosterías, sean solo aquellas que hayan tenido una capacitación previa sobre temas relaciones al Covid-19?**

**Tabla 59**

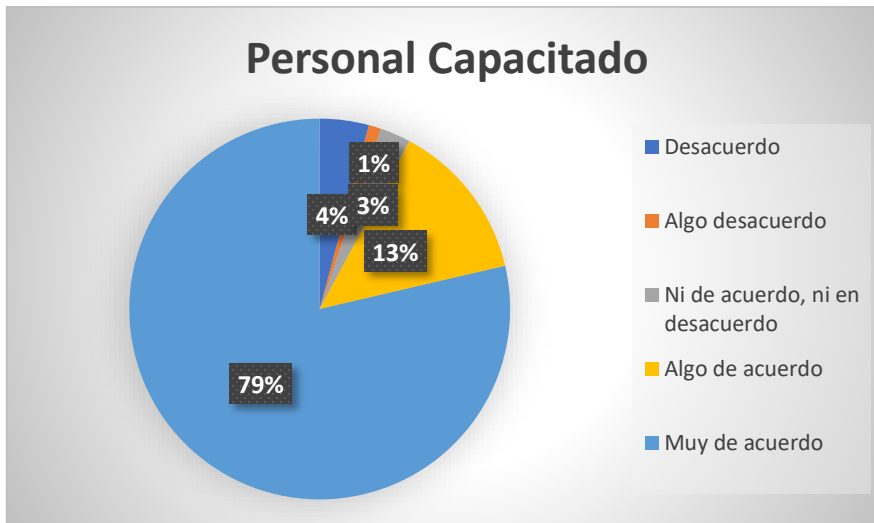
*Personal Capacitado*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desacuerdo	16	4%
Algo desacuerdo	4	1%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10	3%
Algo de acuerdo	52	13%
Muy de acuerdo	302	79%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 14**

*Personal capacitado*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 79% menciona que está muy de acuerdo que el personal que labore en las hosterías sea solo aquel que tenga una capacitación previa sobre temas relacionadas al Covid, seguido del 13% que se encuentra algo de acuerdo, mientras que el 3% no está de acuerdo, ni en desacuerdo, el 1% se encuentra algo desacuerdo y únicamente el 4% se encuentra totalmente en desacuerdo.

**¿Está usted de acuerdo que un elemento importante en su decisión de hospedarse en los actuales momentos de Pandemia, que las hosterías cuenten con un manual de protocolo de bioseguridad?**

**Tabla 60**

*Manual de protocolo de bioseguridad*

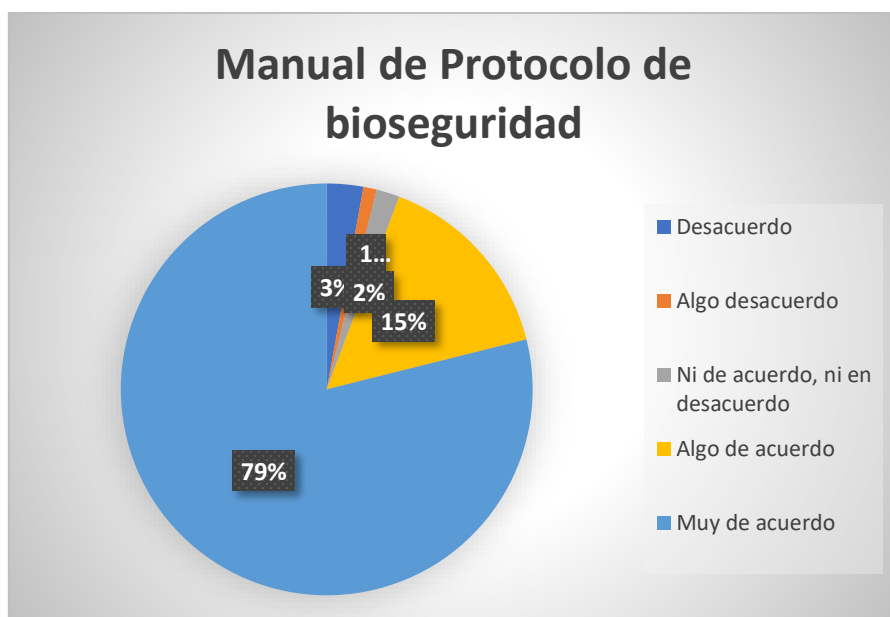
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desacuerdo	11	3%
Algo desacuerdo	4	1%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	2%
Algo de acuerdo	59	15%
Muy de acuerdo	303	79%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 15**

*Manual de protocolo de bioseguridad*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 79% está muy de acuerdo que las hosterías cuenten con su propio manual de bioseguridad, seguido del 15% que manifiestan algo de acuerdo, el 2%, no está de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 3% se encuentra totalmente en desacuerdo y el 1% está algo desacuerdo.

¿Está usted de acuerdo que las hosterías proporcionen a los huéspedes un kit de bienvenida con material higiénico como guantes, mascarillas, desinfectante?

**Tabla 61**

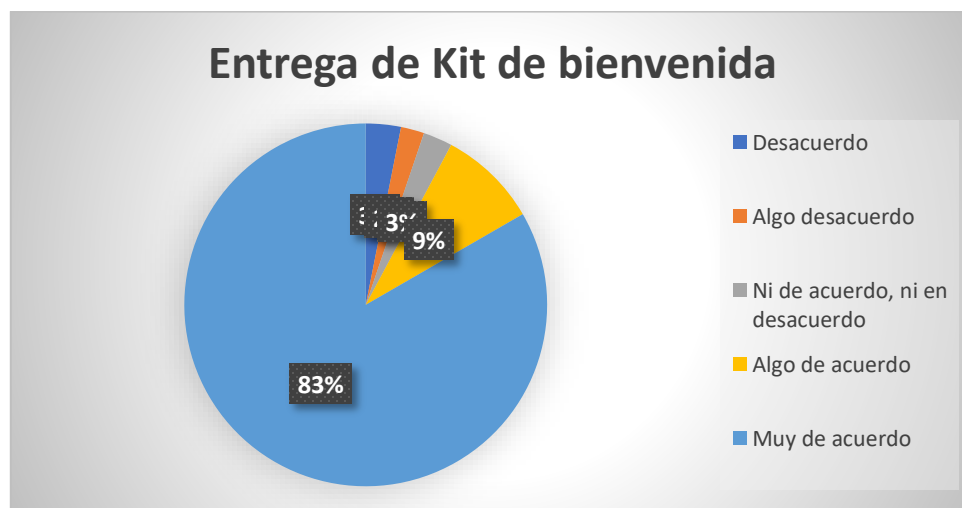
*Entrega de Kit de Bienvenida*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desacuerdo	12	3%
Algo desacuerdo	8	2%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10	3%
Algo de acuerdo	34	9%
Muy de acuerdo	320	83%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 16**

*Entrega de Kit de Bienvenida*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 83% menciona que está muy de acuerdo que se entregue un kit de bienvenida con materiales de higiene personal y bioseguridad, seguido del 9% que está algo de acuerdo, mientras que el 3% no está

de acuerdo, ni en desacuerdo, y en mismo porcentaje se encuentran en total desacuerdo y únicamente el 2% se encuentra algo en desacuerdo.

**¿Está usted de acuerdo, que las hosterías suspendan temporalmente algunos de sus servicios como piscina, spa, sauna, hidromasaje, con el propósito de cuidar la seguridad del huésped?**

**Tabla 62**

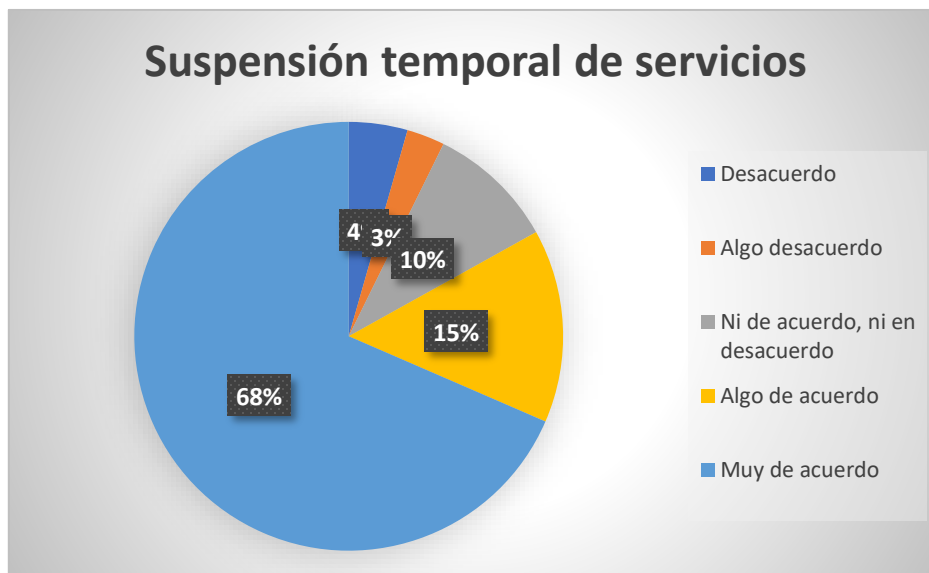
*Suspensión temporal de servicios*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desacuerdo	17	4%
Algo desacuerdo	11	3%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	37	10%
Algo de acuerdo	56	15%
Muy de acuerdo	263	68%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 17**

*Suspensión temporal de servicios*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita



**Interpretación:** Del 100% de los encuestados el 68% está muy de acuerdo que se suspendan temporalmente ciertos servicios como piscina, spa, sauna, etc; dentro de las hosterías, seguido del 15% que está algo de acuerdo, el 10% no está de acuerdo, ni en desacuerdo, mientras que el 4% y 3% manifiesta que está en desacuerdo y algo desacuerdo respectivamente.

**¿Está usted de acuerdo que los servicios adicionales que ofrece la hostería deben contratarse a través de aplicaciones móviles para evitar el contacto físico entre personas?**

**Tabla 63**

*Contratación de servicios adicionales por medio de aplicaciones móviles*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desacuerdo	15	4%
Algo desacuerdo	4	1%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	29	8%
Algo de acuerdo	52	14%
Muy de acuerdo	284	74%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 18**

*Contratación de servicios adicionales por medio de aplicaciones móviles*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 74% menciona que está muy de acuerdo que los servicios adicionales que ofrecen las hosterías deban solicitarse mediante una aplicación móvil, seguido del 13% que esta algo de acuerdo, el 8% no está de acuerdo, ni en desacuerdo, frente al 4% y 1% que se encuentran en desacuerdo y algo desacuerdo respectivamente.

**¿Está usted de acuerdo que las reservas deban realizarse mediante una aplicación móvil, para evitar el contacto físico con el personal?**

**Tabla 64**

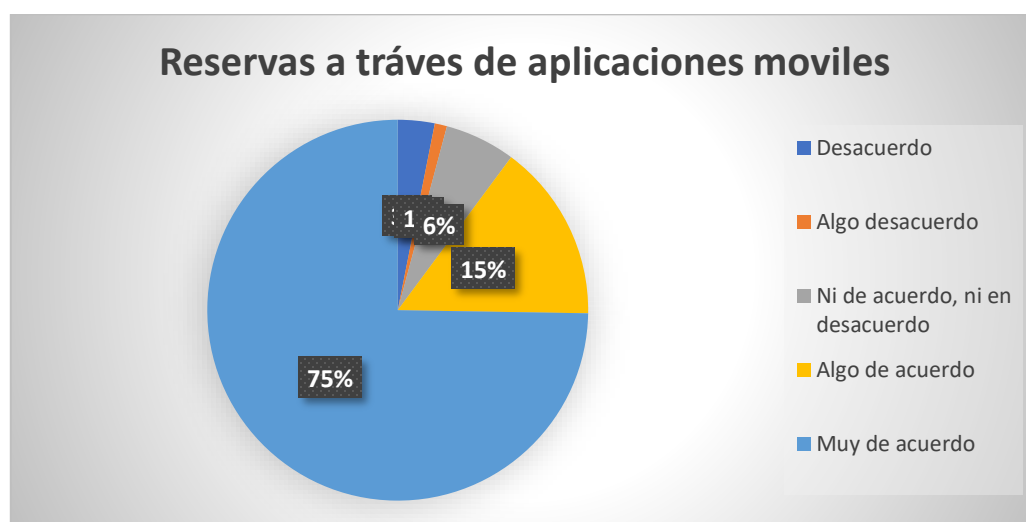
*Reservas a través de aplicaciones móviles*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desacuerdo	12	3%
Algo desacuerdo	4	1%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	23	6%
Algo de acuerdo	58	15%
Muy de acuerdo	287	75%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 19**

*Reservas a través de aplicaciones móviles*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 75% menciona que está muy de acuerdo que las reservas se realicen mediante una aplicación móvil, seguido del 15% que está algo de acuerdo, el 6% no está de acuerdo ni en desacuerdo, frente al 3% y 1% que se encuentran en desacuerdo y algo desacuerdo respectivamente.

**6. ¿Está usted de acuerdo que las hosterías informen por los distintos medios de comunicación las acciones que llevan a cabo para garantizar la seguridad de los huéspedes y evitar contagios por Covid 19?**

**Tabla 65**

*Comunicación de acciones que garantizan la seguridad de los huéspedes*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desacuerdo	9	2%
Algo desacuerdo	1	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	15	4%
Algo de acuerdo	55	14%
Muy de acuerdo	304	79%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 20**

*Comunicación de acciones que garantizan la seguridad de los huéspedes*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 79% menciona que está muy de acuerdo que las hosterías informen de las acciones que están llevando para garantizar la seguridad del huésped y evitar la propagación del Covid, seguido del 14% que está algo de acuerdo, el 4% no está de acuerdo ni en desacuerdo, frente 3% que están en desacuerdo.

**7. ¿Cuánto está dispuesto usted a gastar por el servicio de hospedaje actualmente en las hosterías?**

**Tabla 66**

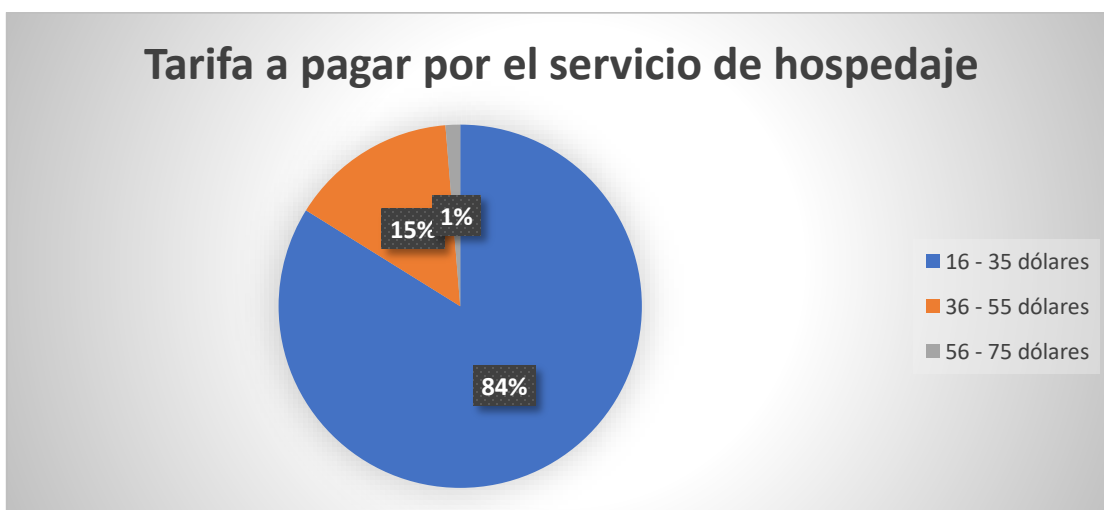
*Tarifa a pagar por el servicio de hospedaje*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
16 - 35 dólares	322	84%
36 - 55 dólares	57	15%
56 - 75 dólares	5	1%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 21**

*Tarifa a pagar por el servicio de hospedaje*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 84% manifiesta que está dispuesto a pagar de \$16 a \$35 dólares por el servicio de hospedaje, seguido del 15% que pagaría de \$36 a \$55 dólares, y solo el 1% estaría dispuesto a pagar de \$56 a \$75 dólares.

8. De los siguientes elementos, ¿cuáles considera usted que son importantes en el servicio de hospedaje para garantizar la salud de los huéspedes?

**Tabla 67**

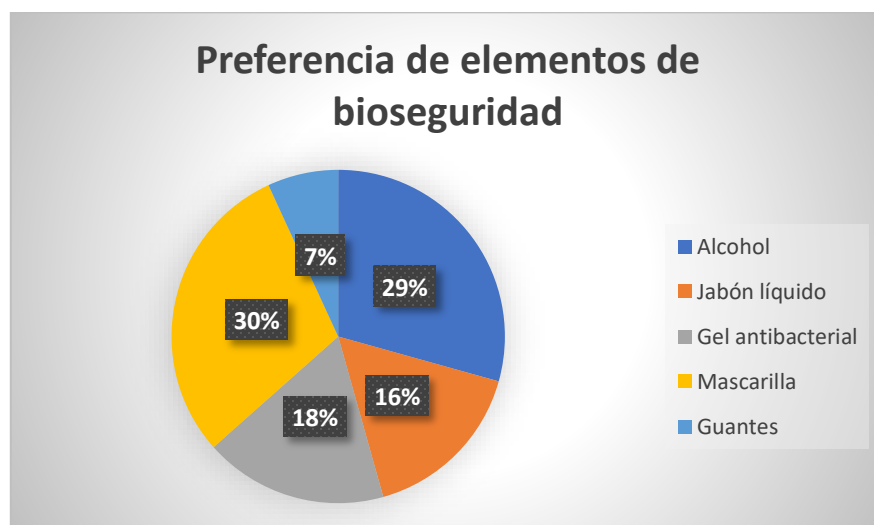
*Preferencia de elementos de bioseguridad*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Alcohol	333	29%
Jabón líquido	185	16%
Gel antibacterial	202	18%
Mascarilla	337	30%
Guantes	78	7%
<b>Total</b>	<b>1135</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 22**

*Preferencia de elementos de bioseguridad*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados el 30% menciona que el uso de la mascarilla es el elemento principal para garantizar la salud de la mascarilla, seguido del 29% que prefieren el alcohol, el 18% prefieren el gel antibacterial, el 16% el jabón líquido, y solo el 7% menciona que el uso de los guantes es importante.

9. **Por favor, califique de 1 a 5 (siendo 1, nada importante 2, poco importante 3, le es indiferente 4, muy importante y 5, fundamental), la importancia de los siguientes protocolos de bioseguridad del personal de las hosterías.**

**Tabla 68**

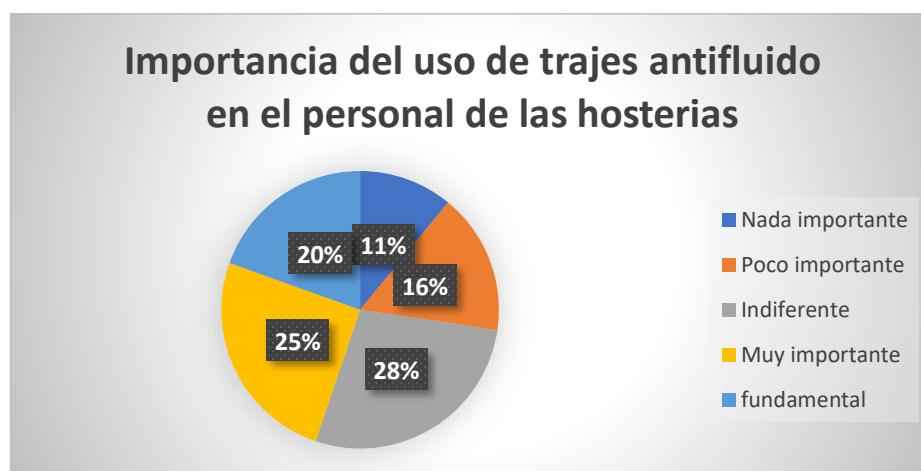
*Importancia del uso de trajes antifluido en el personal de las hosterías.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	42	11%
Poco importante	63	16%
Indiferente	107	28%
Muy importante	97	25%
Fundamental	75	20%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 23**

*Importancia del uso de trajes antifluido en el personal de las hosterías*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 28% manifiesta que el uso de trajes antifluido por parte del personal le es indiferente, seguido del 25% que consideran que es muy importante, el 20% considera que es fundamental, frente al 16% y 11% que consideran que es poco y nada importante respectivamente.

### Control de temperatura al ingreso

**Tabla 69**

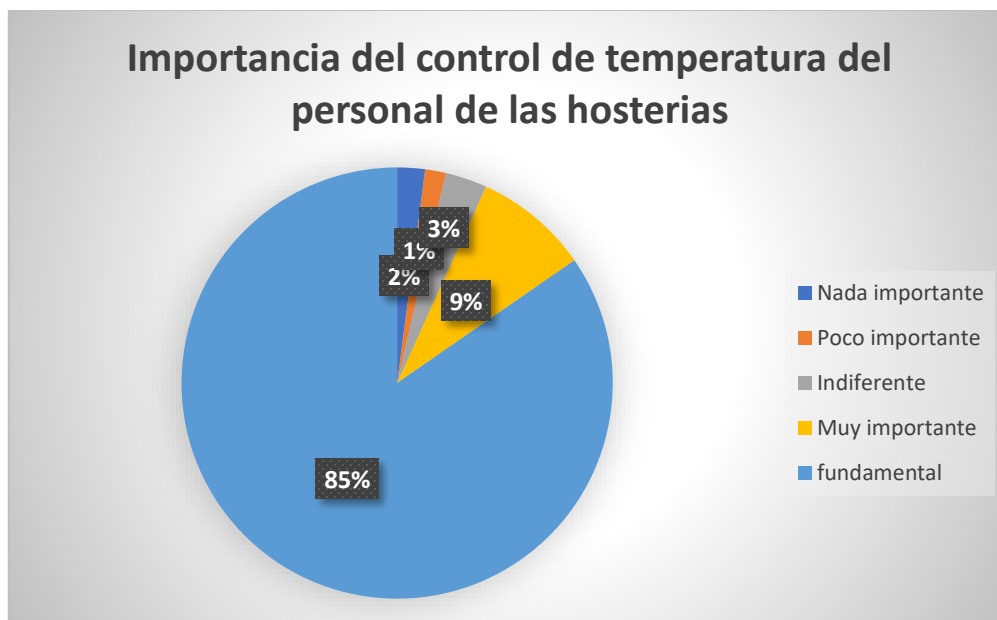
*Importancia del control de temperatura del personal de la hostería*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	8	2%
Poco importante	6	1%
Indiferente	12	3%
Muy importante	33	9%
Fundamental	325	85%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 24**

*Importancia del control de temperatura del personal de la hostería*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 85% manifiesta que el control de temperatura al personal de las hosterías le es fundamental, seguido del 9% que consideran que es muy importante, para el 3% le es indiferente, frente al 1% y 2% que consideran que es poco y nada importante respectivamente.

**Tabla 70**

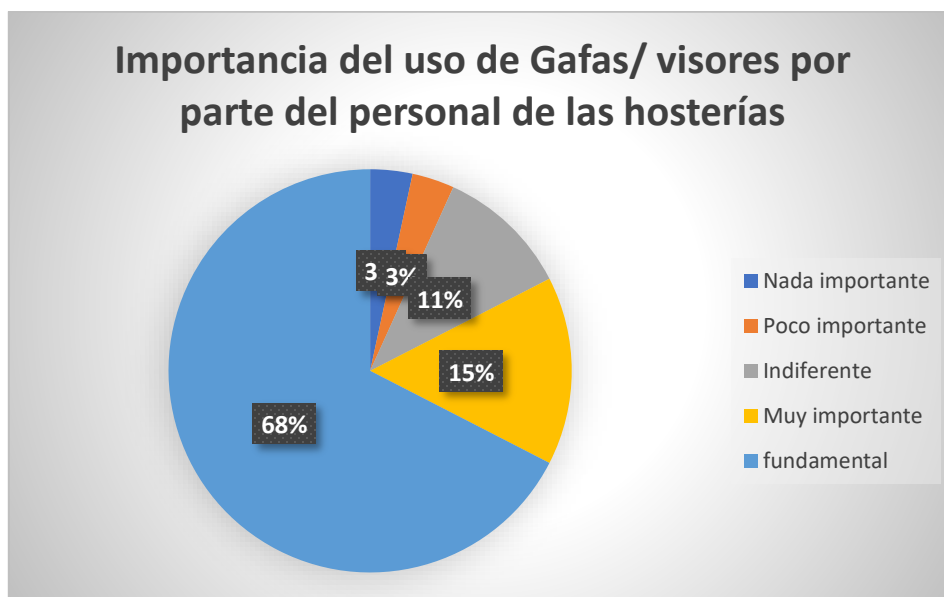
*Importancia del uso de gafas/visores por parte del personal de la hostería*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	13	3%
Poco importante	13	3%
Indiferente	41	11%
Muy importante	58	15%
Fundamental	259	67%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 25**

*Importancia del uso de gafas/visores por parte del personal de la hostería*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 68% manifiesta que el uso de gafas o visores por parte del personal de las hosterías es fundamental, seguido del



15% que consideran que es muy importante, para el 11% le es indiferente, frente al 6% que consideran que es poco y nada importante, divididos en 3% en cada caso.

## Uso de Mascarilla

**Tabla 71**

*Importancia del uso de mascarilla por parte del personal de la hostería.*

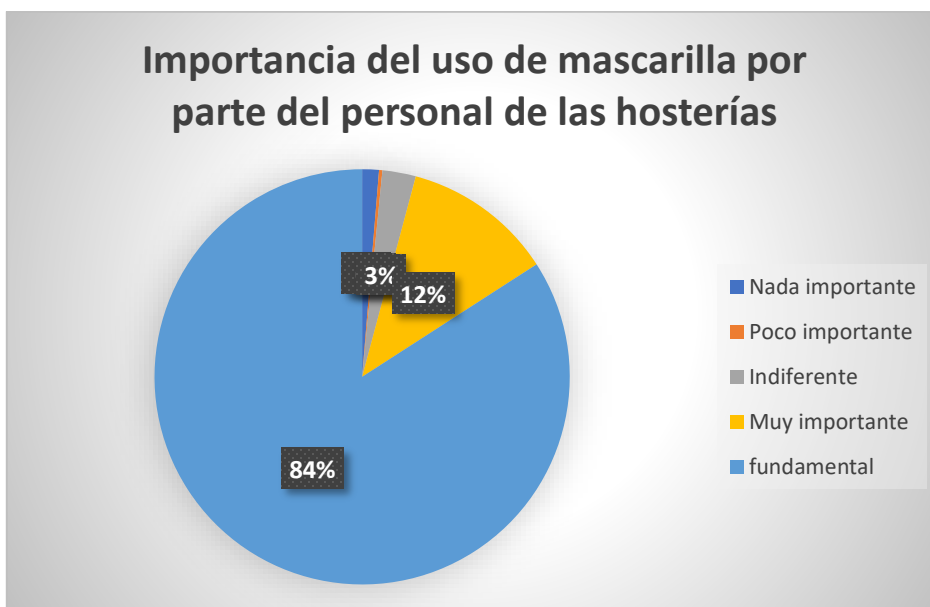
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	5	1%
Poco importante	1	0%
Indiferente	10	3%
Muy importante	45	12%
Fundamental	323	84%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 26**

*Importancia del uso de mascarilla por parte del personal de las hosterías*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 84% manifiesta que el uso de mascarilla por parte del personal de las hosterías le es fundamental, seguido del 12% que consideran que es muy importante, para el 3% le es indiferente, y únicamente el 1% consideran que es nada importante.

## Dispensador de gel

**Tabla 72**

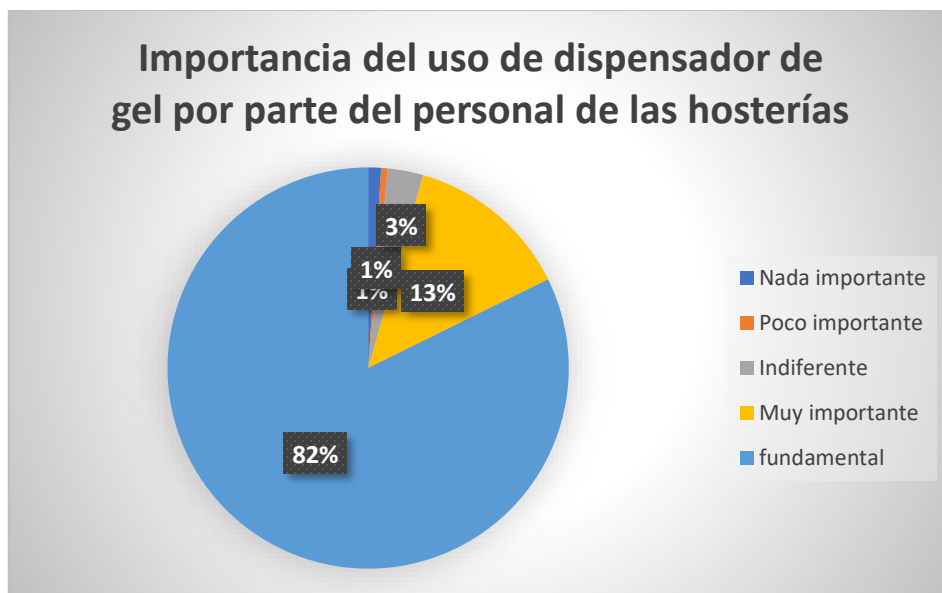
*Importancia del uso de dispensador de gel por parte del personal de las hosterías*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	4	1%
Poco importante	2	1%
Indiferente	11	3%
Muy importante	51	13%
Fundamental	316	82%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 27**

*Importancia del uso de dispensador de gel por parte del personal de las hosterías*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 82% manifiesta que el uso de dispensador de gel por parte del personal de las hosterías le es fundamental, seguido del 13% que consideran que es muy importante, para el 3% le es indiferente, y únicamente el 2% consideran que es poco nada importante, divididos en 1% cada caso.

### Prueba negativa PCR

**Tabla 73**

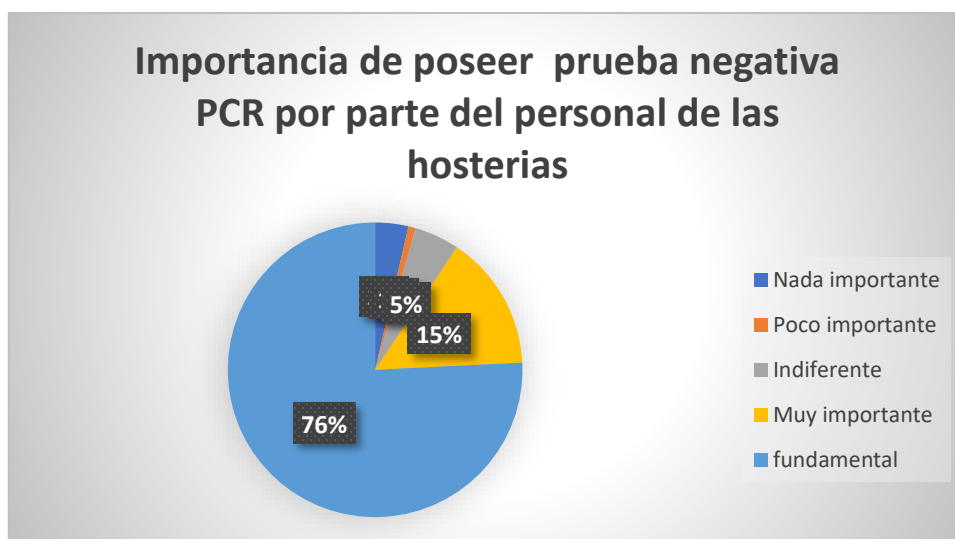
*Importancia de poseer prueba negativa PCR por parte del personal de las hosterías*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	14	4%
Poco importante	3	1%
Indiferente	19	5%
Muy importante	57	15%
Fundamental	291	76%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 28**

*Importancia de poseer prueba negativa PCR por parte del personal de las hosterías*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 76% manifiesta que la prueba negativa de PCR por parte del personal de las hosterías le es fundamental, seguido del 15% que consideran que es muy importante, para el 5% le es indiferente, frente al 1% y 3% que consideran que es poco y nada importante respectivamente.

## Distanciamiento social

**Tabla 74**

*Importancia del distanciamiento social entre los miembros del personal de las hosterías*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	5	1%
Poco importante	3	1%
Indiferente	41	11%
Muy importante	73	19%
Fundamental	262	68%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 29**

*Importancia del distanciamiento social entre los miembros del personal de las hosterías*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 68% manifiesta que la el distanciamiento social entre los miembros del personal de las hosterías le es fundamental, seguido del 19% que consideran que es muy importante, para el 11% le es indiferente, frente al 2% que consideran que es poco y nada importante, divididos entre el 1% para cada caso.

**10. Por favor, califique de 1 a 5 (siendo 1, nada importante 2, poco importante 3, le es indiferente 4, muy importante y 5, fundamental), ¿las siguientes características que usted considera que son las más importantes en su decisión de hospedarse en los actuales momentos de pandemia en una hostería?**

### Precio

**Tabla 75**

*Importancia del precio de la habitación en la decisión de hospedarse*

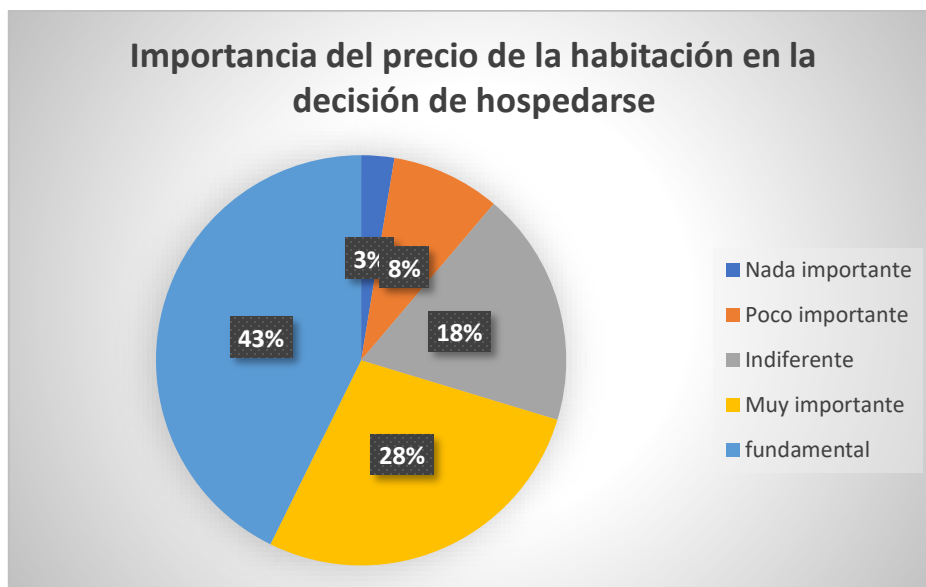
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	10	3%
Poco importante	33	8%
Indiferente	71	18%
Muy importante	106	28%
Fundamental	164	43%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 30**

*Importancia del precio de la habitación en la decisión de hospedarse*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 43% manifiesta que el precio es una característica fundamental en su decisión de hospedarse, seguido del 28% que consideran que es muy importante, para el 8% le es indiferente, frente al 8% y 3% que consideran que es poco y nada importante respectivamente.

### Calidad del servicio

**Tabla 76**

*Importancia de la calidad del servicio en la decisión de hospedarse*

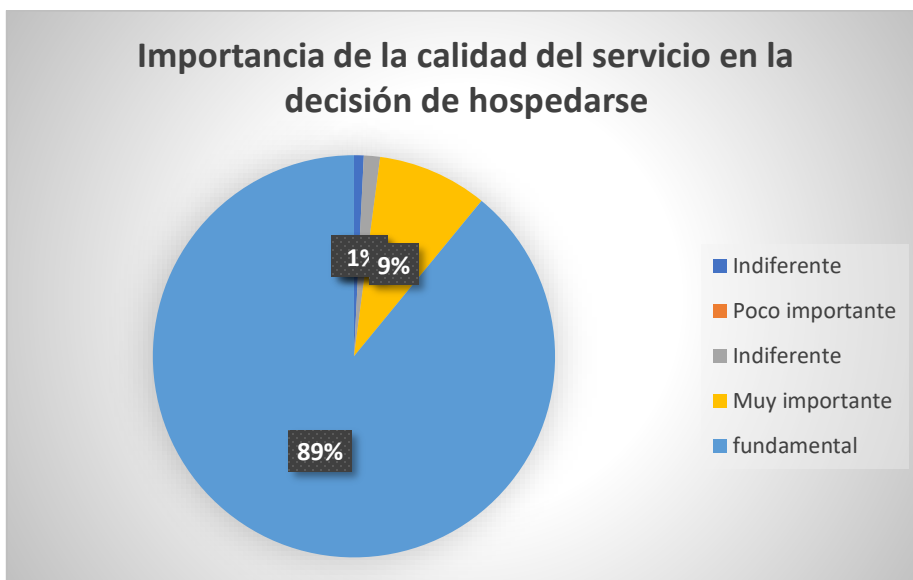
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	3	1%
Poco importante	0	0%
Indiferente	5	1%
Muy importante	34	9%
Fundamental	342	89%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 31**

*Importancia de la calidad del servicio en la decisión de hospedarse*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 89% manifiesta que la calidad del servicio es una característica fundamental en su decisión de hospedarse, seguido del 9% que consideran que es muy importante, mientras que para el 2% le es indiferente y nada importante, divididos entre el 1% respectivamente para cada caso.

### Cantidad de servicios que ofrece

**Tabla 77**

*Importancia de la cantidad de servicios ofertados en la decisión de hospedarse*

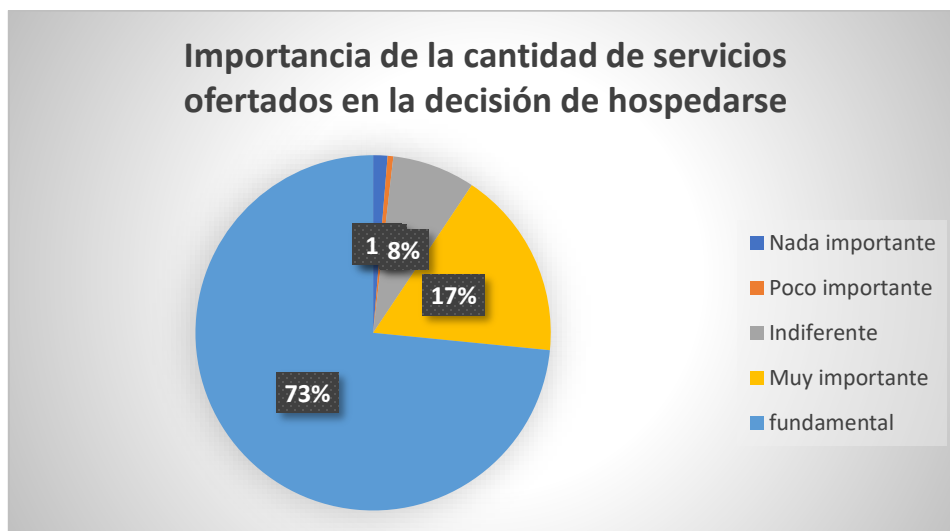
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	5	1%
Poco importante	2	1%
Indiferente	29	8%
Muy importante	66	17%
Fundamental	282	73%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 32**

*Importancia de la cantidad de servicios ofertados en la decisión de hospedarse*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 73% manifiesta que la cantidad de servicios ofertados es una característica fundamental en su decisión de hospedarse, seguido del 17% que consideran que es muy importante, para el 8% le es indiferente, frente al 1% que consideran que es poco y nada importante respectivamente en cada caso.

## Protocolos de bioseguridad

**Tabla 78**

*Importancia del cumplimiento de los protocolos de bioseguridad en la decisión de hospedarse*

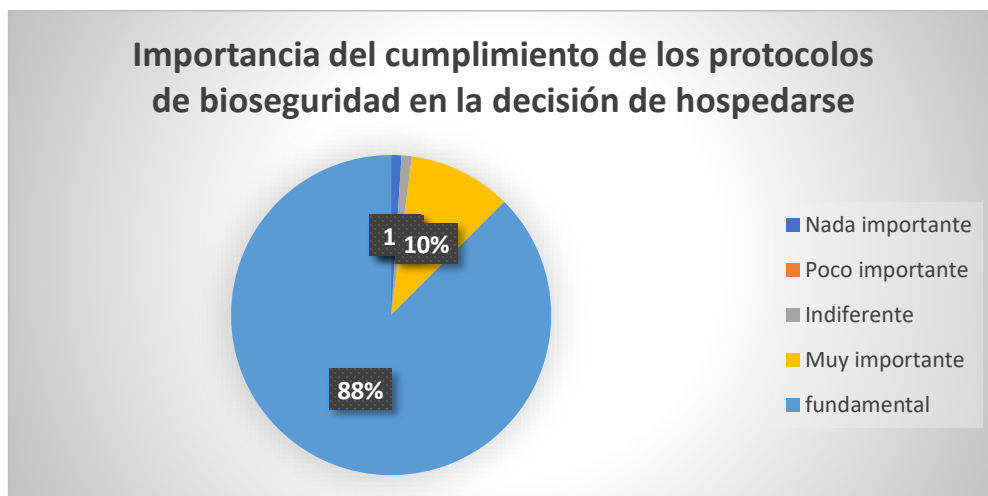
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	4	1%
Poco importante	0	0%
Indiferente	4	1%
Muy importante	40	10%
Fundamental	336	88%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita



**Figura 33**

*Importancia del cumplimiento de los protocolos de bioseguridad en la decisión de hospedarse*



**Fuente:** Trabajo de campo.  
**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 88% manifiesta que el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad es una característica fundamental en su decisión de hospedarse, seguido del 10% que consideran que es muy importante, para el 1% le es indiferente, y para el otro 1% restante considera que es nada importante.

### **Atención al cliente**

**Tabla 79**

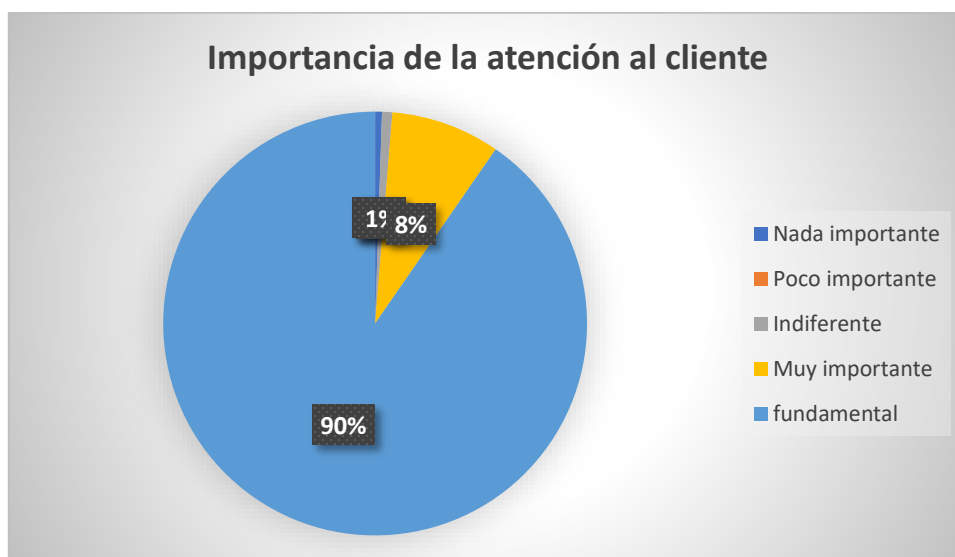
*Importancia de la atención del cliente en la decisión de hospedarse*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	2	1%
Poco importante	0	0%
Indiferente	3	1%
Muy importante	32	8%
Fundamental	347	90%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Trabajo de campo.  
**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita

**Figura 34**

*Importancia de la atención al cliente en la decisión de hospedarse*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 90% manifiesta que la atención al cliente es una característica fundamental en su decisión de hospedarse, seguido del 8% que consideran que es muy importante, frente al 2% que consideran que es poco y nada importante, divididos entre el 1% en cada caso respectivamente.

## Infraestructura

**Tabla 80**

*Importancia de la infraestructura en la decisión de hospedarse*

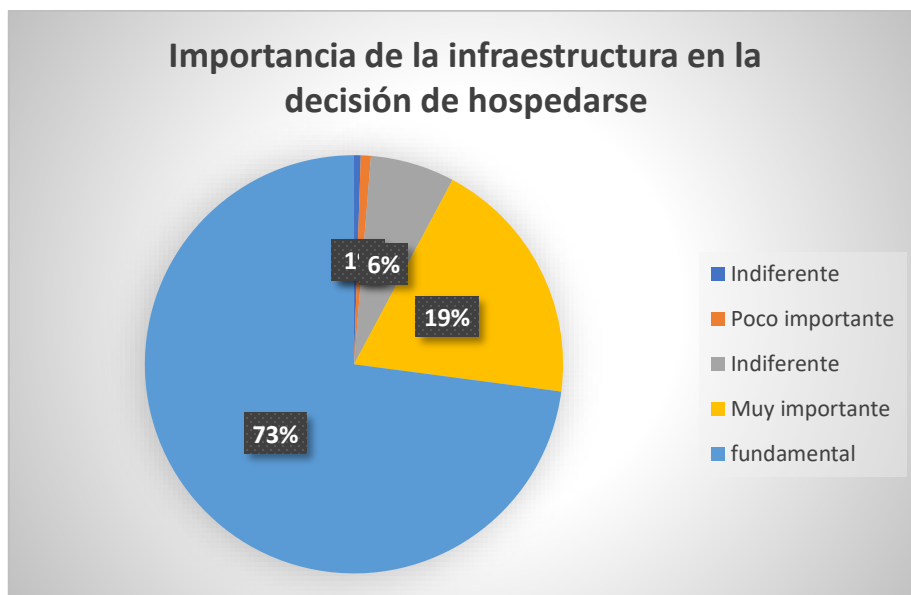
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	2	1%
Poco importante	3	1%
Indiferente	25	6%
Muy importante	74	19%
Fundamental	280	73%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 35**

*Importancia de la infraestructura en la decisión de hospedarse*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 73% manifiesta que el precio es una característica fundamental en su decisión de hospedarse, seguido del 19% que consideran que es muy importante, para el 6% le es indiferente, frente al 1% que consideran que es poco y nada importante respectivamente.

### Formación del personal en protocolos de bioseguridad

**Tabla 81**

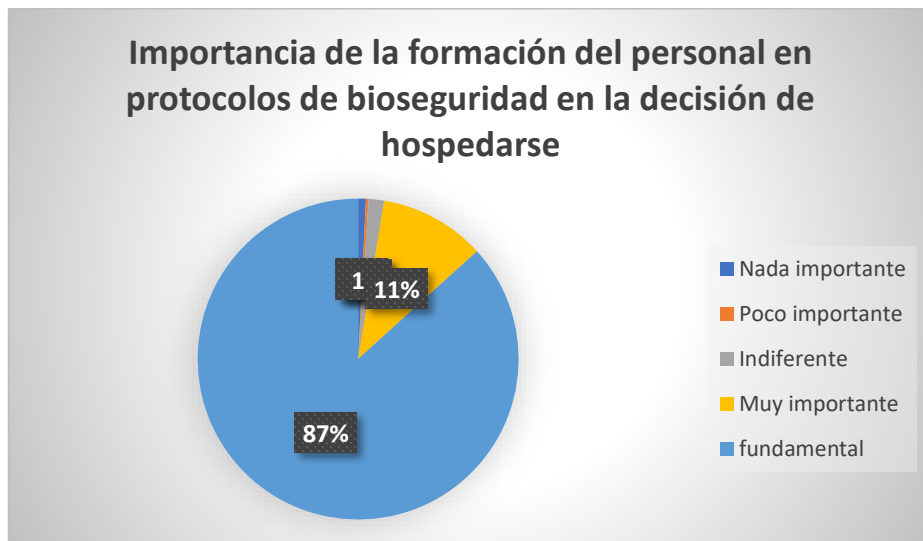
*Importancia de la formación del personal en protocolos de bioseguridad en la decisión de hospedarse*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	3	1%
Poco importante	1	0%
Indiferente	6	2%
Muy importante	41	11%
Fundamental	333	87%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 36**

*Importancia de la formación del personal en protocolos de bioseguridad en la decisión de hospedarse*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 87% manifiesta que la formación del personal en protocolos de bioseguridad es una característica fundamental en su decisión de hospedarse, seguido del 11% que consideran que es muy importante, para el 1% le es indiferente, y para el otro 1% restante consideran que es nada importante.

## Desinfección y limpieza diaria

**Tabla 82**

*Importancia de la desinfección y limpieza diaria en la decisión de hospedarse*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	3	1%
Poco importante	0	0%
Indiferente	2	1%
Muy importante	21	5%
Fundamental	358	93%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 37**

*Importancia de la desinfección y limpieza diaria en la decisión de hospedarse*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 93% manifiesta la desinfección y limpieza diaria es una característica fundamental en su decisión de hospedarse, seguido del 5% que consideran que es muy importante, para el 1% le es indiferente, mientras que el otro 1% restante considera que es nada importante.

**11. ¿La información del COE sobre el número de contagios que existen en determinado sitio, influye para poder acceder a sus servicios turísticos?**

**Tabla 83**

*Influencia de la información del COE sobre el número de contagios en la decisión de acceder a los servicios turísticos de determinado sitio*

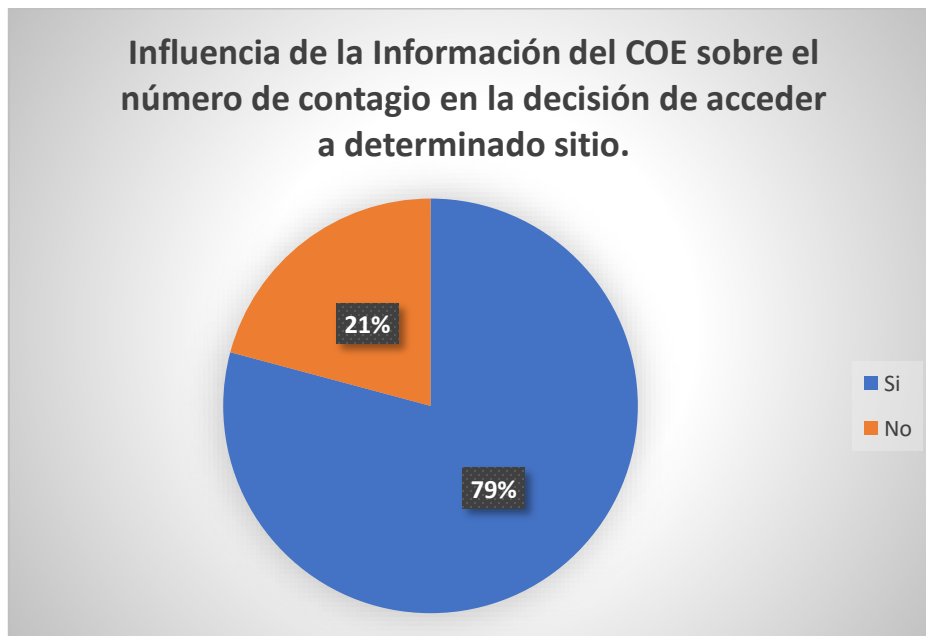
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	304	79%
No	80	21%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 38**

*Influencia de la información del COE sobre el número de contagios en la decisión de acceder a los servicios turísticos de determinado sitio*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 79% manifiesta que la información del COE sobre el número de contagios que existe en determinado sitio, influye para poder acceder a sus servicios turísticos, mientras que el 21% menciona que no influye.

**12. ¿Si Ud. se entera que en la hostería que se piensa hospedar ha existido un caso de contagio de Covid 19, continuaría con la decisión de hospedarse en ese lugar?**

**Tabla 84**

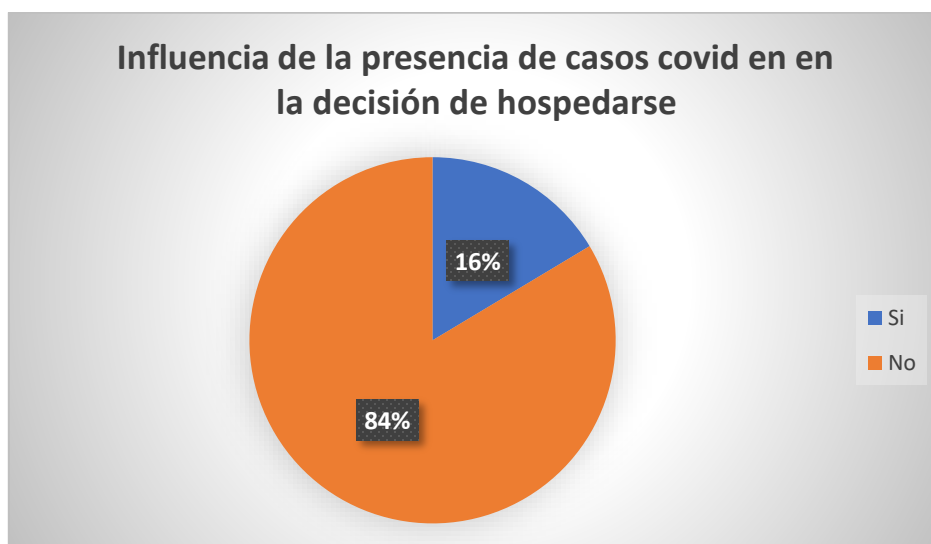
*Influencia de la presencia de casos Covid en la decisión de hospedarse*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	63	16%
No	321	84%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 39**

*Influencia de la presencia de casos Covid en la decisión de hospedarse*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 84% menciona que, si se entera de la presencia de casos Covid en la hostería que se pensaba hospedarse, no continuaría con la decisión de hospedarse en ese lugar, mientras que el 16% manifiesta que si continuaría con la misma decisión.

**13. En caso de hospedarse en una hostería y contagiarse de Covid 19 ¿cuál sería su reacción?**

**Tabla 85**

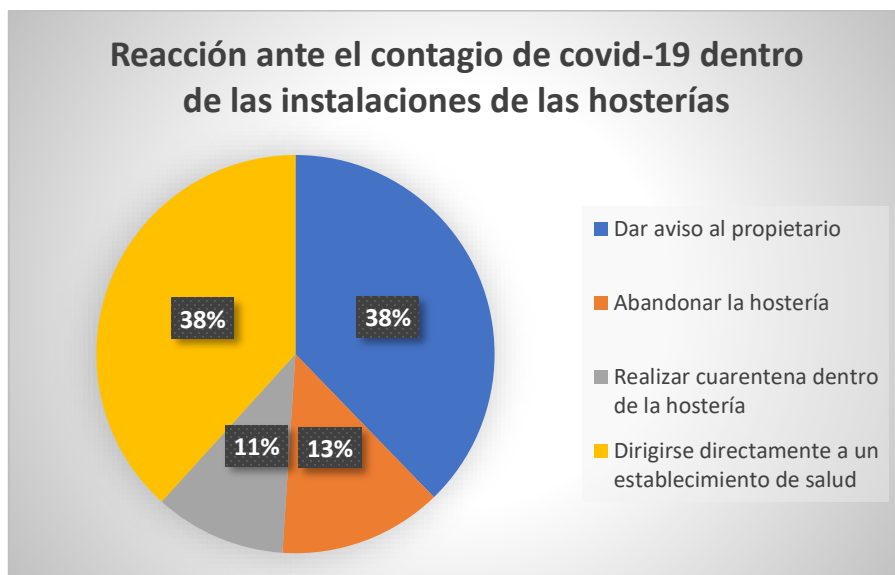
*Reacción de los huéspedes ante el contagio de Covid dentro de las instalaciones de las hosterías*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Dar aviso al propietario	145	38%
Abandonar la hostería	51	13%
Realizar cuarentena dentro de la hostería	41	11%
Dirigirse directamente a un establecimiento de salud	147	38%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita.

**Figura 40**

*Reacción de los huéspedes ante el contagio de Covid dentro de las instalaciones de las hosterías*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 38% manifiesta que su primera reacción al contagiarse dentro de las instalaciones de una hostería sería dirigirse directamente a un establecimiento de salud, en el mismo porcentaje 38% en cambio darían aviso al propietario, el 13% abandonaría la hostería, y solo el 11% realizaría cuarentena dentro de la hostería.

#### 14. ¿Ha escuchado durante la pandemia, promociones por parte de las hosterías anunciando sus productos o servicios?

**Tabla 86**

*Comunicación de los productos y servicios por parte de las hosterías*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	141	37%
No	243	63%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita



**Figura 41**

*Comunicación de los productos y servicios por parte de las hosterías*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 63% manifiesta que durante la pandemia no ha escuchado promociones por parte de las hosterías anunciando sus productos o servicios, mientras que el 37% restante menciona que si lo ha escuchado.

**15. ¿De la siguiente lista de medios de comunicación, ¿Cuáles usted utiliza para informarse acerca de los servicios y promociones de las hosterías?**

**Tabla 87**

*Medios de comunicación que utilizan los turistas para informarse de los servicios y promociones de las hosterías*

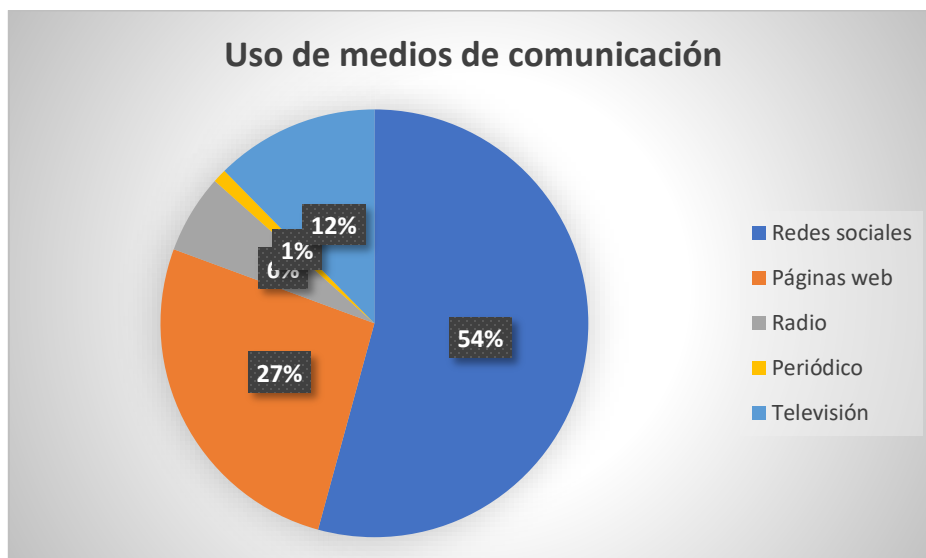
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	364	54%
Páginas web	177	26%
Radio	40	6%
Periódico	7	1%
Televisión	83	12%
<b>Total</b>	<b>671</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 42**

*Medios de comunicación que utilizan los turistas para informarse de los servicios y promociones de las hosterías*



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 54% hace uso de las redes sociales para informarse de las promociones de las hosterías, seguido del 27% que hacen uso de las páginas web, el 12% se informa a través de la televisión, mientras que el 6% se informa a través de la radio, tan solo el 1% lo hace a través del periódico.

**16. ¿Identifique el tipo de transporte que usted utiliza para movilizarse desde su lugar de residencia a una hostería en cualquier lugar del país?**

**Tabla 88**

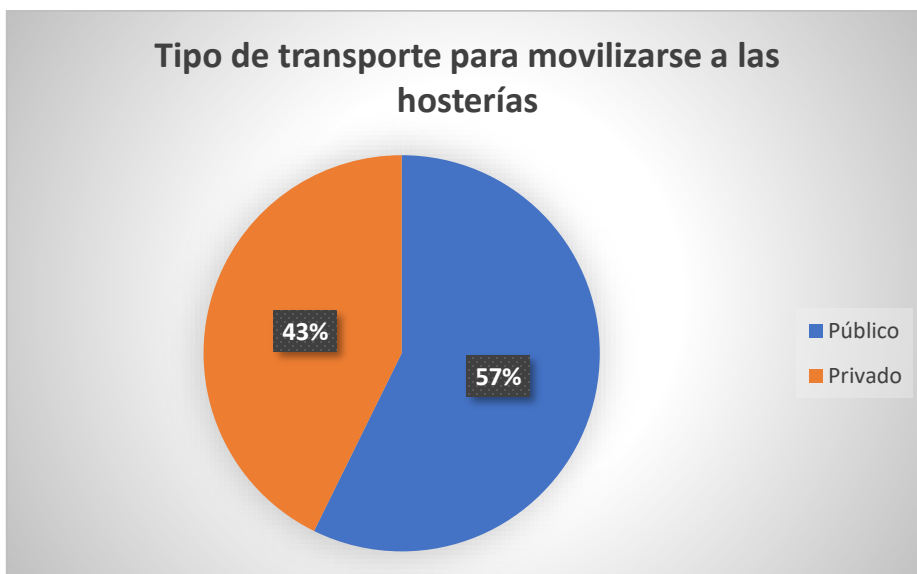
*Tipo de transporte que utilizan los turistas para movilizarse a una hostería*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Público	220	57%
Privado	164	43%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 43**

*Tipo de transporte que utilizan los turistas para movilizarse a las hosterías*



Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 57% manifiesta hacen uso de transporte público para movilizarse a cualquier hostería, mientras que el 43% lo hace en su propio vehículo.

**17. En caso de que sea público el transporte, y tomando en consideración las posibilidades de contagiarse por el Covid-19 ¿Usted haría uso de este transporte para movilizarse a las hosterías?**

**Tabla 89**

*Frecuencia de uso de transporte público para movilizarse a las hosterías en tiempos de pandemia*

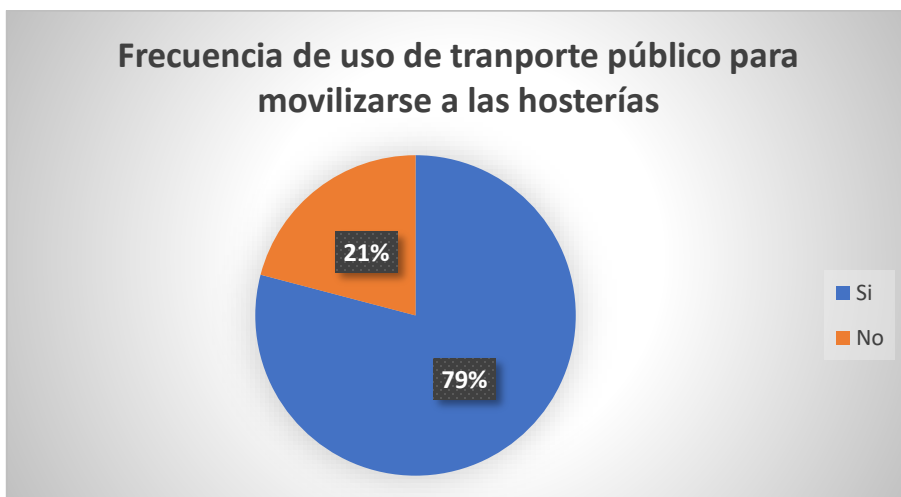
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	174	79%
No	46	21%
<b>Total</b>	<b>220</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Figura 44**

*Frecuencia de uso de transporte público para movilizarse a las hosterías*



**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, 79% menciona que pese a las posibilidades de contagio de Covid-19, si haría uso del transporte público para movilizarse hacia cualquier hostería, mientras que el 21% restante manifiesta que no haría uso de este servicio.

## **Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba.**

Luego de realizado el levantamiento de información de campo del macro y micro entorno se procede a realizar el diagnostico mediante el uso de la matriz FODA la misma que permite definir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las hosterías en estudio.

**Tabla 90**

### *Análisis FODA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
F1: Cumplimiento del 83% de los protocolos de bioseguridad dentro de los establecimientos.	O1: El equilibrio entre tasas tributarias y capacidad de pago del contribuyente como política impositiva en el Ecuador.
F2: Poseen buen posicionamiento dentro del mercado hotelero.	O2: Fondo Reactívale Ecuador para mitigar el impacto económico de la pandemia.
F3: Gran oferta de servicios turísticos como hospedaje, alimentación. Y servicios complementación de recreación	O3: Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-173, sobre la reducción de la jornada laboral y los beneficios de ley.
F4: Experiencia en el mercado hotelero	O4: Políticas exteriores, como la elaboración de planes de promoción turística, inversión en marketing e infraestructura turística.
F5: Clientes fidelizados	O5: Entrega del sello internacional Safe Travels a la ciudad de Loja.
F6: Cumplen con requisitos de funcionamiento	O6: Los gobiernos autónomos descentralizados tanto provinciales, cantonales, municipales, y parroquiales tienen la potestad de planificar la actividad turística dentro de sus delimitaciones.
F7: Cuentan con certificación del cumplimiento de protocolos de bioseguridad	O7: Programas de incentivos para el sector turístico, por parte del gobierno nacional.
F8: Imparten talleres de capacitación a su personal	O8: Crecimiento de la población del país y zona de estudio.
F9: Buen nivel de liquidez de las hosterías.	O9: Capital humano formado en el ámbito turístico dentro del país y zona de estudio.

	<p>010: Desarrollo tecnológicos en el país, en el ámbito turístico.</p> <p>011: Existe potencial de innovación en mercadeo y promoción turística en el Ecuador.</p> <p>012: El 80% de la población ecuatoriana tiene acceso a internet, por lo cual en su gran mayoría realizan el uso de redes sociales y páginas web.</p> <p>013: Existe desarrollo de software en materia de turismo en el país.</p> <p>014: Disposición de tecnología en digestión anaeróbica para el tratamiento de residuos.</p> <p>015: Existen regulaciones medioambientales en materia de turismo.</p> <p>016: Las empresas ecuatorianas poseen un alto grado de cultura para el cuidado del medio ambiente.</p> <p>017: Existencia de legislación vigente en materia de turismo, protocolos de bioseguridad.</p> <p>018: Existen órganos de regulación de actividades turísticas en cada localidad.</p> <p>019: Legislación laboral existente en el país.</p> <p>020: Ley de protección al consumidor.</p> <p>021: Ubicadas en un sitio reconocido turísticamente a nivel mundial.</p> <p>022: Existencia de buena infraestructura turística dentro de Vilcabamba</p> <p>023: La localidad cuenta con gran número de atractivos tanto naturales como culturales</p> <p>024: Existencia de dos establecimientos de salud, en la localidad para cubrir las necesidades de los turistas.</p> <p>025: Existencia de transporte publico dentro y fuera del poblado.</p>
--	--

	<p>026: Existencia de un sistema de saneamiento dentro de la parroquia.</p> <p>027: Bajo desarrollo de productos sustitutos en la zona.</p> <p>028: Baja entrada potencial de nuevos competidores.</p> <p>029: Bajo poder de negociación de los proveedores</p> <p>030: Alta rivalidad entre competidores</p>
<p><b>Debilidades</b></p> <p>D1: Falta de un plan para la prestación de los servicios turísticos de las hosterías.</p> <p>D2: Incremento de precios en el servicio hospedaje</p> <p>D3: Falta de organización de la asociación de hoteleros a la cual pertenecen.</p> <p>D4: Poca afluencia de turistas.</p> <p>D5: Falta de capacitación sobre la innovación y nuevas tendencias del consumidor en el sector hotelero.</p> <p>D6: Falta de cumplimiento de los protocolos de bioseguridad por parte de algunos empleados de los establecimientos.</p> <p>D7: Falta de creatividad para la prestación de servicios turísticos.</p> <p>D8: Falta de publicidad de sus servicios y promociones.</p> <p>D9: Falta de utilización de tecnología en bioseguridad</p>	<p><b>Amenazas</b></p> <p>A1: Inestabilidad gubernamental por el periodo de elecciones abril 2021.</p> <p>A2: Bajo nivel de la economía nacional y por ende del turismo.</p> <p>A3: Baja tendencia para el consumo de las actividades turísticas.</p> <p>A4: Bajo nivel de liquidez de los ecuatorianos.</p> <p>A5: Caída del producto interno bruto.</p> <p>A6: Caída del ingreso turístico de extranjeros al país.</p> <p>A7: Cambios en las motivaciones de compra, modas y tendencias del mercado turístico.</p> <p>A8: Cambios en los patrones de consumo.</p> <p>A9: Aumento de la migración clandestina.</p> <p>A10: Retorno de los migrantes al Ecuador.</p> <p>A11: Alta tasa de desempleo turístico.</p> <p>A12: Solo el 54% de las zonas rurales del Ecuador acceden al servicio de recolección de residuos.</p> <p>A13: Desconfianza y temor por la presencia del Covid 19 por parte de los turistas/huéspedes.</p>

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita.

## FODA Estratégico

A través del análisis FODA antes realizado, se determina los siguientes objetivos estratégicos.

**Tabla 91**

### *FODA Estratégico*

<b>FO – ATACAR</b>	<b>DO MOVILIZAR</b>
F3, F5, F9, O10, O12, O13, O30 Implementación de tecnología aplicable al sector hotelero.	D4, D8, O10, O11, O12, O13, O20 Realizar un plan de publicidad en redes sociales y mediante influencers.
F1, F2, F3, F4, F5, O10, O11, O12, O13 Implementación de plataforma para reserva de servicios	D4, D7, D8, O4, O6, O8, O9, O10, O11, O12, O13, O21, O22, O23, O25. Desarrollar un producto de promoción turística mediante el diseño de una guía turística de la localidad.
F2, F3, F4, F6, O21, O22, O23 Asociarse con los operadores turísticos de la zona, para vender productos compartidos.	D1, D6, O5, O17, O18, O19, Elaborar un manual de bioseguridad para la prestación de servicios.
F2, F3, F4, F5, O21, O25 Crear un convenio entre el sector hotelero y las compañías de transporte interno.	D1, D3, D4, O6, O18 Impulsar el involucramiento del GAD parroquial a la reactivación turística de los establecimientos de hospedaje de la localidad.
F2, F3, O15, O16 Fomentar el uso de productos biodegradables	D4, D7, O20, O27, O28, O30 Impulsar el incentivo a los consumidores mediante la entrega de kit de bienvenida con materiales de bioseguridad y aseo personal
F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, O4, O7, O8, O27, O28, O29, O30 Adecuación de espacios para nuevas actividades turísticas.	
<b>• DA – DEFENDER</b>	<b>• FA – REFORZAR</b>
D1, D2, D4, A2, A3, A4, A5, A13 Disminuir o mantener los precios del servicio de hospedaje.	D1, D4, D5, D7, A3, A4, A7, A8, A13. Capacitar al sector hotelero sobre las nuevas modalidades y tendencias turísticas post pandemia.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita



## 6.2 Propuesta de estrategias para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.

Una vez realizado el FODA Estratégico, donde se plantearon los objetivos estratégicos, se procede a realizar la propuesta de estrategias para cada uno de ellos, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 92**

*Estrategia 1*

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Implementación de tecnología aplicable al sector hotelero, para evitar el contacto entre personas.	
<b>ESTRATEGIA</b>	Desarrollo de código QR para el área de restaurante	
	<b>Nombre:</b>	Menú código QR
	<b>Objetivo general:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Impulsar al sector hotelero sobre la importancia del uso de nuevas herramientas tecnológicas durante la pandemia del Covid-19.</li> </ul>	
	<b>Objetivos Específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proporcionar una herramienta tecnológica necesaria para la atención al cliente, en tiempos de pandemia.</li> <li>- Lograr que los usuarios o clientes, sientan cierta seguridad en estos establecimientos.</li> <li>- Evitar el contacto físico entre personal y clientes/turistas.</li> </ul>	
	<b>Denominación</b>	Innovación turística
	<b>Características</b>	
	<b>Visión de futuro:</b> Conseguir que los prestadores de servicios de alojamiento opten por el desarrollo de código QR para ofertar sus productos o servicios.	
	<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propios de cada propietario.</li> </ul>	
	<b>Responsables:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietarios de los establecimientos de alojamiento</li> </ul>	
	<b>Formas de ejecución:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratación de un profesional en desarrollo de códigos QR.</li> </ul>	
	<b>Parámetros a considerar para su diseño</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Oferta de servicios y productos.</li> <li>- Menú diario.</li> <li>- Descuentos y promociones</li> </ul>	

<b>Presupuesto</b>	Se considera un presupuesto mínimo de \$250.00 para su implementación.
<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecimientos de hospedaje.</li> <li>- Huéspedes, o clientes de dicho servicio.</li> </ul>
<b>Modelo de diseño</b>	 <p style="text-align: center;">Para un menú sin contacto, escanear el código QR</p>
<b>Observaciones:</b>	Si se desea incurrir en costos se puede optar con el diseño por medio de plataformas gratuitas disponibles en internet.

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita

**Tabla 93**

*Estrategia 2*

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Implementación de plataforma para reserva de servicios	
<b>ESTRATEGIA</b>	Implementación de Página web	
	Nombre	“Nombre del establecimiento”
	<b>Objetivo general:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocionar la oferta turística del establecimiento de hospedaje.</li> </ul> <b>Objetivos Específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocionar los servicios que se encuentra ofertando actualmente</li> <li>- Brindar facilidad al cliente para la realización de cotizaciones de forma personalizada e inmediata.</li> <li>- Permitir al consumidor, poder realizar la reserva del servicio que requiera.</li> </ul>	
	<b>Denominación</b>	Tecnología en el ámbito turístico.
	<b>Características</b>	
	<b>Visión de futuro:</b> Proveer a los usuarios de una plataforma para que realicen sus reservas de forma rápida y segura.	
	<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propios de cada establecimiento</li> </ul>	
	<b>Responsables:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietarios de los establecimientos involucrados</li> </ul>	
	<b>Formas de ejecutar:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar los servicios de un profesional en diseño de páginas web.</li> </ul>	
	<b>Parámetros a considerar para su diseño</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Información del establecimiento requerida.</li> <li>- Tarifas.</li> <li>- Servicios</li> <li>- Descuentos y promociones.</li> <li>- Sistema de cotización.</li> </ul>	
<b>Presupuesto</b>	Se estima un presupuesto mínimo de 200.00 dólares para su implementación.	
<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los huéspedes y turistas.</li> </ul>	
<b>Diseñadores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesional de turismo</li> <li>- Profesional en diseño gráfico.</li> <li>- Profesional en informática.</li> </ul>	
<b>Observaciones</b>	El presupuesto de implementación puede variar dependiendo del diseño y servicios que cada establecimiento desee mostrar a sus clientes.	

Fuente: Trabajo de campo.  
 Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Tabla 94**

*Estrategia 3*

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Asociarse con los operadores turísticos de la zona, para vender productos compartidos.		
<b>ESTRATEGIA</b>	Elaboración de paquetes turísticos.		
<b>Detalles</b>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofertar un servicio turístico de calidad y bajo las normas de bioseguridad apropiadas.</li> </ul> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordinar ideas entre los diferentes prestadores de servicios turísticos.</li> <li>- Prestar seguridad a los huéspedes durante su visita.</li> <li>- Coordinar actividades que brinden seguridad y confianza a los turistas.</li> </ul>		
	<table border="1"> <tr> <td><b>Denominación</b></td> <td>Productos turísticos</td> </tr> </table>	<b>Denominación</b>	Productos turísticos
	<b>Denominación</b>	Productos turísticos	
	<b>Características</b>		
	<b>Visión de futuro:</b> Conseguir un mayor ingreso de turistas a la Parroquia Vilcabamba.		
	<p><b>Posibles fuentes de financiamiento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propios de cada propietario.</li> </ul>		
	<p><b>Responsables:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietarios de los establecimientos de alojamiento</li> <li>- Propietarios de las operadoras turísticas.</li> <li>- Instituciones de educación superior.</li> <li>- Ministerio de turismo</li> <li>- Cámara de turismo</li> <li>- GAD parroquial.</li> </ul>		
	<p><b>Formas de ejecución:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Firma de un convenio entre las partes involucradas.</li> </ul>		
<p><b>Parámetros a considerar para su diseño</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acuerdos y compromisos.</li> <li>- Clausulas.</li> <li>- Duración del convenio.</li> </ul>			
<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Turistas</li> <li>- Partes involucradas (hospedaje – operadores).</li> </ul>		
<b>Observaciones:</b>	Todos los acuerdos y compromisos expresados en el convenio dependerán netamente de las partes involucradas.		

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Tabla 95**

*Estrategia 4*

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Crear un convenio entre el sector hotelero y las compañías de transporte interno.		
<b>ESTRATEGIA</b>	Creación de un convenio entre transportistas y hoteleros para promocionar los servicios del sector hotelero y las normas de bioseguridad que están llevando a cabo.		
<b>Detalles</b>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obtener un mayor número de huéspedes en la hostería.</li> </ul> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocionar los servicios de la hostería.</li> <li>- Prestar seguridad a los huéspedes.</li> <li>- Verificar el cumplimiento de protocolos de bioseguridad por parte de los involucrados</li> </ul>		
	<table border="1"> <tr> <td><b>Denominación</b></td> <td>Asociaciones en el ámbito turístico.</td> </tr> </table>	<b>Denominación</b>	Asociaciones en el ámbito turístico.
	<b>Denominación</b>	Asociaciones en el ámbito turístico.	
	<b>Características</b>		
	<b>Visión de futuro:</b> Incrementar el ingreso de huéspedes a la hostería.		
	<p><b>Posibles fuentes de financiamiento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propios de los involucrados</li> </ul>		
	<p><b>Responsables:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietarios de los establecimientos de alojamiento</li> <li>- Miembros de las compañías de transporte.</li> <li>- Ministerio de turismo</li> <li>- GAD parroquial.</li> </ul>		
	<p><b>Formas de ejecución:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Firmar un convenio entre las dos partes.</li> </ul>		
<p><b>Parámetros a considerar para su diseño</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fijar los acuerdos.</li> <li>- Determinar las cláusulas del convenio.</li> <li>- Determinar los beneficios del convenio.</li> <li>- Duración del convenio</li> </ul>			
<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Turistas.</li> <li>- Partes involucradas (hospedaje – transporte)</li> </ul>		
<b>Observaciones:</b>	Los acuerdos y cláusulas que se expresen en el convenio dependerán netamente de los involucrados.		

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Tabla 96**

*Estrategia 5*


<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	<b>PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>Creación de una página en la red social Facebook</b>	
<b>Detalles</b>	Red social	Facebook
	Nombre	“Nombre del establecimiento”
	<b>Objetivo general:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lograr que la hostería obtenga un mayor reconocimiento en el ámbito turístico.</li> </ul>	
	<b>Objetivos Específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocionar los servicios que presta la hostería.</li> <li>- Informar sobre las acciones que se están realizando en la hostería para contrarrestar el contagio del Covid 19.</li> <li>- Brindar consejos y tips de viaje a los turistas.</li> </ul>	
	<b>Denominación</b>	Hotelería en redes sociales.
	<b>Características</b>	
	<b>Visión de futuro:</b> Que la hostería sea reconocida como un sitio seguro para los turistas.	
	<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propios de cada establecimiento.</li> </ul>	
	<b>Responsables:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietarios de cada establecimiento.</li> </ul>	
	<b>Formas de ejecutar:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar y crear una página en la plataforma social Facebook</li> </ul>	
<b>Parámetros a considerar para su diseño</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Información general del establecimiento.</li> <li>- Determinar las acciones que se llevan a cabo.</li> <li>- Registro fotográfico</li> <li>- Planificación y redacción de los tips de viaje para los turistas.</li> <li>- Información sobre el Covid útil para los viajeros.</li> </ul>		
<b>Beneficiarios</b>	- Comunidad en general.	
<b>Diseñadores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesional de turismo</li> <li>- Profesional en diseño grafico</li> </ul>	
<b>Observaciones</b>	Al ser una plataforma gratuita no incurre en gastos, sin embargo se puede considerar pagar anuncios por este medio para llegar a un mayor número de personas. La información que se publicite por este medio deberá estar en constante actualización.	

Fuente: Trabajo de campo.  
 Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Tabla 97**

*Estrategia 6*

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	<b>Desarrollo de un producto de promoción turística.</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>Diseño de una guía turística de la parroquia.</b>	
<b>Detalles</b>	Nombre	Vilcabamba turística
	<b>Objetivo general:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocionar a la Parroquia Vilcabamba como destino turístico.</li> </ul>	
	<b>Objetivos Específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocionar los atractivos turísticos, servicio de hospedaje y restauración de la Parroquia.</li> <li>- Difundir la guía turística de forma virtual.</li> <li>- Ofertar una guía turística en dos idiomas español e inglés.</li> </ul>	
	<b>Denominación</b>	Guía Turística
	<b>Características</b>	
	<b>Visión de futuro:</b> Posicionar a la parroquia como un importante destino turístico post pandemia.	
	<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos del GAD parroquial</li> <li>- Convenio con el Mintur</li> <li>- Recursos de los propietarios de los establecimientos turísticos.</li> </ul>	
	<b>Responsables:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gad Parroquial de Vilcabamba.</li> </ul>	
	<b>Formas de ejecutar:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratación de un profesional en turismo.</li> <li>- Convenio con el MINTUR</li> <li>- Convenio con la CAPTUR</li> <li>- Convenios con universidades.</li> </ul>	
<b>Parámetros a considerar para su diseño</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recolección de información.</li> <li>- Identificación de atractivos turísticos.</li> <li>- Identificación de la planta turística.</li> <li>- Informar sobre los medios de transporte.</li> <li>- Identificación de días festivos.</li> <li>- Informar sobre las actividades que se pueden realizar.</li> <li>- Informar sobre de los principales direcciones y números de establecimientos de emergencia.</li> <li>- Presupuesto</li> <li>- Diseño de la guía.</li> <li>- Dimensiones de la guía.</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Material a utilizar.</li> <li>- Numero de impresiones</li> </ul>
	<p><b>Tamaño de la guía:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La guía tendrá un tamaño A5, por su comodidad y de fácil transportación.</li> </ul>
<b>Presupuesto</b>	<p>Para su diseño se considera un presupuesto mínimo de \$500.00 dólares.</p> <p>Para su impresión un gasto mínimo de \$5.00 dólares por unidad</p>
<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunidad en general</li> </ul>
<b>Diseñadores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesional de turismo</li> <li>- Profesional en diseño grafico</li> <li>- Profesional en lengua extranjera/ ingles</li> </ul>
<b>Modelo de la portada de la guía turística</b>	
<b>Observaciones:</b>	<p>El presupuesto de la guia turística puede variar dependiendo de la calidad y unidades que se produzcan.</p>

Fuente: Trabajo de campo.

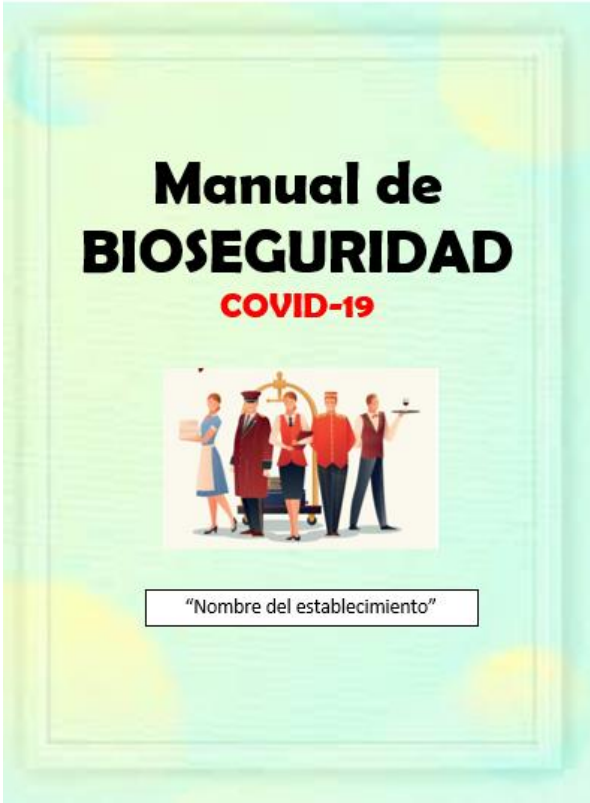
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita



**Tabla 98**

*Estrategia 7*

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Elaborar un manual de bioseguridad para la prestación de servicios.	
<b>ESTRATEGIA</b>	Impresión de un manual de bioseguridad de la hostería.	
<b>Detalles</b>	<b>Nombre:</b>	Manual de bioseguridad para la prestación de servicios.
	<b>Objetivo general:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar a conocer a los huéspedes las normas de bioseguridad se siguen dentro de la hostería.</li> </ul> <b>Objetivos Específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proporcionar un ambiente seguro a los huéspedes.</li> <li>- Tener un documento base para realizar la prestación del servicio.</li> <li>- Proporcionar un documento al personal para que conozca como realizar determinada actividad.</li> </ul>	
	<b>Denominación</b>	Manual de bioseguridad
	<b>Características</b>	
	<b>Visión de futuro:</b> Lograr que los turistas se sientan seguros dentro de la hostería.	
	<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos de los propietarios de las hosterías.</li> </ul>	
	<b>Responsables:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietarios de los establecimientos.</li> <li>- Instituciones de educación superior.</li> <li>- Ministerio de Turismo.</li> <li>- Cámara de Turismo.</li> </ul>	
	<b>Formas de ejecutar:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratación de un profesional en turismo.</li> <li>- Convenios con universidades.</li> </ul>	
	<b>Parámetros a considerar para su diseño</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La información que se va a presentar.</li> <li>- Consideraciones de la OMT</li> <li>- Consideraciones de la OMS.</li> <li>- Registro fotográfico</li> <li>- Numero de impresiones</li> </ul>	
	<b>Tamaño del manual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El manual tendrá un tamaño A5 para mayor comodidad.</li> </ul>	
<b>Presupuesto</b>	Para su diseño se considera un gasto mínimo de \$150.00 Para su impresión un presupuesto mínimo de \$3.00 por unidad	

<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La hostería.</li> <li>- Los huéspedes</li> </ul>
<b>Diseñadores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesional de turismo</li> <li>- Profesional en diseño grafico</li> <li>- Profesional en lengua extranjera/ ingles</li> </ul>
<b>Modelo de la portada del manual</b>	
<b>Observaciones:</b>	El diseño del manual y la información que contenga dependerán netamente de los propietarios de los establecimientos.

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita

**Tabla 99**

*Estrategia 8*

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Impulsar el involucramiento del GAD parroquial a la reactivación turística de los establecimientos de hospedaje de la localidad.		
<b>ESTRATEGIA</b>	Creación de un convenio entre la Asociación de hoteleros de Vilcabamba y el Gad Parroquial.		
<b>Detalles</b>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Involucrar al gobierno local en la reactivación turística del sector hostelero de la parroquia.</li> </ul> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar trabajo conjunto de las partes involucradas.</li> <li>- Posicionar a Vilcabamba como un lugar seguro para realizar turismo y hospedarse.</li> <li>- Proponer actividades que favorezcan al mejor desarrollo del sector hotelero.</li> </ul>		
	<table border="1"> <tr> <td><b>Denominación</b></td> <td>Cooperación institucional</td> </tr> </table>	<b>Denominación</b>	Cooperación institucional
	<b>Denominación</b>	Cooperación institucional	
	<b>Características</b>		
	<b>Visión de futuro:</b> Que los establecimientos de hospedaje de la Parroquia sean catalogados como sitios seguros para los huéspedes.		
	<p><b>Posibles fuentes de financiamiento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propios de los involucrados.</li> <li>- Recursos del GAD parroquial.</li> </ul>		
	<p><b>Responsables:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Representantes de la Asociación de hoteleros de Vilcabamba.</li> <li>- GAD Parroquial.</li> </ul>		
	<p><b>Formas de ejecución:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Firmar un convenio entre las dos partes.</li> </ul>		
<p><b>Parámetros a considerar para su diseño</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fijar los acuerdos.</li> <li>- Determinar las cláusulas del convenio.</li> <li>- Determinar los beneficios del convenio.</li> <li>- Duración del convenio</li> </ul>			
<b>Beneficiarios</b>	- Toda la comunidad.		
<b>Observaciones:</b>	Los acuerdos y cláusulas que se expresen en el convenio dependerán netamente de los involucrados.		

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Tabla 100**

*Estrategia 9*

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	<b>Entregar incentivos a los huéspedes.</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>Entrega de kit de bienvenida a los huéspedes con materiales básicos de bioseguridad.</b>	
<b>Detalles</b>	Nombre	1
		Bienvenida biosegura.
	<b>Objetivo general:</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incentivar a los huéspedes para que retornen a los establecimientos.</li> </ul>	
	<b>Objetivos Específicos:</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proponer un incentivo para que sea entregado a los turistas.</li> <li>- Crear fidelidad de los huéspedes.</li> <li>- Crear conciencia sobre el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad</li> </ul>	
	<b>Denominación</b>	Incentivos
	<b>Características</b>	
	<b>Visión de futuro:</b> Lograr que los clientes se fidelicen con los establecimientos, mediante el incentivo del cumplimiento de las normas de bioseguridad.	
	<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos del propietario del establecimiento de hospedaje</li> </ul>	
	<b>Responsables:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietarios de los establecimientos de hospedaje</li> </ul>		
<b>Presupuesto:</b>		
<b>Costo de implementación:</b> \$1.25 dólares		
<b>Formas de ejecución:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Armado de kits de bioseguridad.</li> </ul>		
<b>Parámetros a considerar para su diseño</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- El número estimado de huéspedes.</li> <li>- Adquisición de elementos de bioseguridad</li> <li>- Presupuesto.</li> </ul>		
<b>Elementos:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alcohol.</li> <li>- Mascarilla.</li> <li>- Jabón/desinfectante</li> </ul>		

<b>Presupuesto</b>	Se considera un presupuesto de 1.25 dólares por cada kit
<b>Beneficiarios</b>	- Huéspedes.
<b>Modelo de kit de bioseguridad</b>	
<b>Observaciones:</b>	El costo de implementación puede variar dependiendo de la cantidad de unidades así como también de la marca y calidad de cada elemento que contenga el kit.

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita

**Tabla 101**

*Estrategia 10*

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Disminuir o mantener los precios del servicio de hospedaje.		
<b>ESTRATEGIA</b>	Cerrar temporalmente otros servicios complementarios como la piscina. (que causan gastos elevando las tarifas, mantener reuniones con sus proveedores de insumos para acordar precios justos, consumir productos locales, contratar mano de obra local, acogerse a los incentivos tributarios)		
<b>Detalles</b>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prestar un servicio de calidad y seguro a un precio cómodo.</li> </ul> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Disminuir el riesgo de contagio por Covid-19</li> <li>- Reducir los costos de la prestación del servicio.</li> <li>- Ofertar una tarifa accesible por el servicio de hospedaje.</li> </ul>		
	<table border="1"> <tr> <td><b>Denominación</b></td> <td>Estrategias para reducción de costos.</td> </tr> </table>	<b>Denominación</b>	Estrategias para reducción de costos.
	<b>Denominación</b>	Estrategias para reducción de costos.	
	<b>Características</b>		
	<b>Visión de futuro:</b> Proporcionar a los huéspedes un lugar de calidad donde pernoctar a un precio cómodo.		
	<p><b>Responsables:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietarios de los establecimientos de hospedaje.</li> </ul>		
<p><b>Parámetros a considerar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perfil del turista</li> <li>- Protocolos de bioseguridad.</li> </ul>			
<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietarios de los establecimientos de hospedaje.</li> <li>- Huéspedes.</li> </ul>		
<b>Observaciones:</b>	Esta estrategia es considerada debido al estado económico del país durante la pandemia, y la poca demanda de este servicio.		


**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita

Tabla 102

Estrategia 11

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	<b>CAPACITAR AL SECTOR HOTELERO</b>		
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>Talleres sobre Turismo Post Pandemia</b>		
<b>Detalles</b>	Nombre	1	2
		Taller Modalidades y tendencias post pandemia	Taller intercambio de experiencias
	<b>Objetivo general:</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitar al sector hotelero sobre las nuevas tendencias y patrones de consumo post pandemia.</li> </ul>		
	<b>Objetivos Específicos:</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brindar las bases al sector hotelero sobre la nueva forma de operar.</li> <li>- Inducir a los participantes sobre las nuevas necesidades y preferencias de los turistas/huéspedes.</li> <li>- Lograr que los involucrados se adapten a la nueva normalidad.</li> </ul>		
	<b>Denominación</b>	Capacitaciones	
	<b>Características</b>		
	<b>Visión de futuro:</b> Conseguir que los prestadores de servicios de alojamiento reciban una capacitación adecuada sobre temáticas que les permitan lograr una correcta reactivación post pandemia.		
	<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos del GAD</li> <li>- Ministerio de Turismo</li> <li>- Convenios con instituciones de educación superior.</li> </ul>			
<b>Responsables:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Representantes del Gad parroquial encargados del desarrollo turístico local.</li> <li>- Ministerio de turismo (MINTUR).</li> <li>- Instituciones de educación superior.</li> </ul>			
<b>Formas de ejecución:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aporte técnico del Mintur.</li> <li>- Contratación de un profesional del sector turístico.</li> </ul>			
<b>Parámetros a considerar para su diseño</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- El plan de trabajo.</li> <li>- Contratación de material humano y tecnológico para la capacitación.</li> <li>- Fijación de fechas y horario.</li> <li>- Búsqueda de temáticas apropiadas.</li> <li>- Invitación a los participantes.</li> </ul>			

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presupuesto.</li> <li>- Selección del lugar.</li> <li>- Preparación de la capacitación un día antes.</li> </ul> <p><b>Temáticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptos generales del turismo.</li> <li>- Hospitalidad</li> <li>- Cambios del turismo post pandemia.</li> <li>- Nuevas tendencias del turismo.</li> <li>- Cambios en los patrones de consumo de los turistas.</li> </ul>
<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietarios de los establecimientos de hospedaje.</li> </ul>
<b>Perfil del capacitador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesional con título de tercer nivel en el ámbito turístico.</li> <li>- Experiencia en la realización de talleres y capacitaciones.</li> <li>- Capacidad de para manejar grupos.</li> <li>- Buen desarrollo comunicativo y tono de voz.</li> </ul>
<b>Estructura de la capacitación</b>	<p><b>Infraestructura:</b> Las capacitaciones se desarrollarán en un lugar adecuado proporcionado por el GAD parroquial.</p> <p><b>Mobiliario, equipo y otros:</b> Entre ellos tenemos carpetas, mesas de trabajo, marcadores, esferos, infocus, computadora.</p> <p><b>Documentos técnicos-educativos:</b> Incluyen certificados, encuestas y evaluaciones, material de estudio.</p>
<b>Invitación a los talleres de capacitación</b>	 <p>QUE EL CORONAVIRUS NO TE DEJE ENGA</p> <p><b>TALLER DE CAPACITACIÓN TURISMO POST PANDEMIA SECTOR HOSPEDAJE</b></p> <p><i>La Reactivación Turística depende de todos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nuevas tendencias del mercado turístico.</li> <li>➤ Patrones de consumo de los huéspedes.</li> <li>➤ Tecnología aplicable al sector hotelero.</li> <li>➤ Nuevas formas de atención al cliente.</li> </ul> <p>10 y 11 de Mayo. De 8h00 A 13h00 Instalaciones del GAD parroquial de Vilcabamba</p>
<b>Observaciones:</b>	<p>Se considera que las capacitaciones sea gratuitas para los asistentes, sin embargo dependerá de los organizadores o responsables.</p>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita.



### 6.3 Taller de socialización de los resultados a los propietarios de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.

Para la socialización de resultados que básicamente se refieren a las estrategias planteadas para incrementar la afluencia de turistas post Covid se determina la siguiente planificación adjunta a continuación:

**Tabla 103**

*Planificación para Socialización de Estrategias*

<b>Tema:</b>	Socialización de la propuesta de estrategias.	
<b>Objetivo:</b>	Informar sobre las diferentes estrategias que se pueden aplicar para incrementar la afluencia de turistas en el sector hotelero.	
<b>Lugar:</b>	Casa comunal del GAD parroquial de Vilcabamba.	
<b>Fecha:</b>	Lunes 15 de marzo de 2021	
<b>Hora:</b>	11:00 A.M.	
<b>Agentes que intervienen</b>	<b>Institución auspiciadora:</b> - GAD Parroquial de Vilcabamba. <b>Coordinadora facilitadora:</b> - Diana Elizabeth Picoita Toledo <b>Comité de concertación:</b> - Establecimientos de hospedaje de la parroquia Vilcabamba. <b>Voluntarios:</b> - Todos los demás prestadores de servicio turístico.	
<b>Responsable de la ejecución</b>	Srta. Diana Elizabeth Picoita Toledo. Responsable del proyecto	
<b>Equipos y materiales necesarios</b>	- Infocus. - Computadora. - Mantelería. - Mesa - Sillas - Dispensador de alcohol.	
<b>Presupuesto</b>	El presupuesto será asumido en su totalidad por la responsable del proyecto.	
<b>Planificación de actividades</b>	<b>Fase previa</b>	1. Solicitud dirigida al presidente del GAD parroquial, pidiendo autorización y fecha para la socialización del proyecto. 2. Convocatorias a los participantes.

		<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Hoja de registro de entrega de convocatorias.</li> <li>4. Hoja de registro de asistencia.</li> <li>5. Hoja de conclusiones y recomendaciones.</li> <li>6. Orden del día.</li> <li>7. Diapositivas para presentación.</li> <li>8. Preparación y arreglo del espacio.</li> </ol>
	<b>Fase de ejecución</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollo de la orden del día.</li> <li>2. Presentación de la propuesta.</li> </ol>
	<b>Fase de evaluación</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Registro de las conclusiones y recomendaciones emitidas por los participantes.</li> </ol>

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Diana Elizabeth Picoita

La socialización planificada se realizó mediante la técnica de MARPP, dando cumplimiento a las tres fases:

**Fase I - Previa.** (ver anexo 11, 12 y 13)

Para dar cumplimiento al tercer objetivo específico, se procedió a solicitar el espacio para realizar la socialización para lo cual el presidente del GAD parroquial nos lo facilito muy amablemente para la fecha prevista; por lo cual seguidamente se procedió a realizar las convocatorias, las cuales fueron entregados a 13 establecimientos entre hospedaje y restauración.

**Fase II - Ejecución.** (ver anexo 14,15, 16, 17, 18, y 19)

Para la fase de ejecución se desarrolló la presentación mediante el uso de material audiovisual y se dieron a conocer las estrategias anteriormente planteadas a todos los asistentes, lo cual se puede evidenciar en la siguiente sistematización del taller de socialización.

**Tabla 104***Sistematización del taller de socialización*

<b>Tema</b>	Taller de socialización.
<b>Objetivo</b>	Incentivar a los prestadores turísticos a la aplicación de estrategias para reactivar la actividad turística durante y post pandemia.
<b>Asistentes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Lic. Carlos Ortiz, presidente del GAD Parroquial.</li><li>- Abelina Pineda, Administradora de la hostería “El Descanso de Ramsés”</li><li>- Carlos Quezada, Propietario de la hostería “Molino Tropical”</li><li>- Juan Taday, Propietario del Hotel “Valle Sagrado”</li><li>- Lizbeth Aguirre, Administradora del Hostel “Las Palmas”</li><li>- Elizabeth Domínguez, Propietaria del restaurante “La Terraza”</li><li>- Juan Ruilova, Propietario del Restaurante “Katherine”</li></ul>
<b>Temas tratados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Presentación de estrategias post Covid 19 para el sector turístico, especialmente para las hosterías.</li><li>- Otras problemáticas turísticas de la parroquia.</li></ul>
<b>Acuerdos entre participantes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Trabajar en conjunto para lograr la reactivación turística y económica de Vilcabamba.</li><li>- No realizar competencia desleal.</li><li>- Apoyarse entre emprendimientos en la medida de lo posible.</li><li>- Unirse entre todos para lograr ser escuchados por las autoridades.</li></ul>
<b>Conclusiones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Todos concluyeron que existe un apoyo nulo por parte de las autoridades de la parroquia.</li><li>- Que existe falta de vigilancia y control de las autoridades competentes sobre el cumplimiento de las medidas de bioseguridad por parte de los turistas o visitantes.</li><li>- Todos los asistentes concluyeron que la propuesta realizada, se constituye en una buena iniciativa para mejorar la reactivación turística de la parroquia.</li></ul>
<b>Recomendaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Que este tipo de trabajos se los dé a conocer a todas las autoridades de la parroquia para que trabajen en coordinación con el sector turístico por el adelanto de Vilcabamba.</li></ul>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

**Fase III - Conclusiones generales** (ver anexo 20, 21).

**Aplicación de encuestas con respecto al trabajo presentado.**

Mediante la encuesta realizada a los asistentes de la socialización se puede determinar lo siguiente:

- Que se realicen socializaciones de este tipo de trabajos que contribuyan al desarrollo económico, social y ambiental de los negocios
- Que este estudio se aplique en otros establecimientos turísticos.
- Que se desarrollen mesas técnicas que contribuyan al progreso turístico de la parroquia.
- Que la Universidad Nacional de Loja a través de la carrera de turismo continúe haciendo investigaciones enfocadas al desarrollo turístico de la parroquia.
- Que el GAD parroquial considere la ejecución de este tipo de investigaciones que aportan al desarrollo turístico y de esta forma se pueda superar la crisis del sector turístico provocada por la pandemia.
- Que las estrategias socializadas son muy importantes para la resiliencia del sector turístico ante la pandemia.

## 7 DISCUSIÓN

Según información del Ministerio de Turismo del Ecuador los sectores más afectados por la pandemia son principalmente los de servicios de operación turística, alimentos y bebidas, hospedaje, eventos y finalmente los guías turísticos (MINTUR, 2020).

En lo que respecta a los establecimientos hoteleros Canós, (2020) manifiesta que se deben modificar servicios como comidas, piscinas o áreas comunales, para adaptarlos a la nueva normalidad y de esta forma brindar confianza y seguridad sanitaria a los clientes internos y externos.

Por lo cual según las Naciones Unidas, (2020) en su Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo manifiesta que aunque es primordial mantener las actividades de subsistencia que dependen netamente del turismo, de la misma manera se manifiesta que la pandemia del covid-19 ofrece una oportunidad para transformar la actividad turística y por ende los destinos visitados, y de esta forma se creen empresas mucho más resilientes mediante ejecución de alianzas, la sostenibilidad, la digitalización y principalmente la innovación.

Es así que la investigación **“Estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja”**, permitió evidenciar mediante la revisión bibliográfica que esta parroquia cuenta con atractivos naturales y culturales así como también cuenta con infraestructura y buena accesibilidad turística, lo cual contribuye al ingreso de turistas a esta localidad y por ende al desarrollo turístico de las hosterías de la parroquia, mismas que a pesar de la crisis sanitaria por la pandemia se encuentran prestando el servicio de hospedaje bajo los protocolos de bioseguridad propuestos por el Mintur.

El sector hospedaje, específicamente las hosterías de tres estrellas debido a la pandemia, se han visto afectadas por la falta de afluencia de turistas debido al miedo

al contagio, la misma que provoca considerables pérdidas económicas en este sector.

Es por ello que los modelos estratégicos de diagnóstico utilizados como el análisis PESTEL y las Cinco Fuerzas de Porter, permiten obtener el mayor número de información que se requiere para realizar un análisis profundo de las oportunidades y amenazas que pueden presentar cualquier tipo de empresas.

De igual forma la observación directa mediante la visita en campo permite obtener información verídica de las condiciones en la que se encuentran las empresas y con ello conocer cuáles son sus fortalezas y debilidades, por lo cual y según lo antes descrito esta técnica permitió determinar que las hosterías que son objeto de estudio no cumplen con el 100% de los protocolos de bioseguridad básicos que pide el MINTUR para la prestación del servicio.

Las estrategias planteadas permiten tener alternativas que generen el incremento de turistas, las mismas que están enfocadas en proporcionar una mayor confianza en los huéspedes, y de esta forma despertar nuevamente el interés de los turistas en hospedarse en los servicios de alojamiento que les proporcionen seguridad durante su estancia.

Así también, la ejecución de esta propuesta permitirá promover la mejora en la prestación de servicios, que permita dar valor agregado a los establecimientos de hospedaje, mediante la aplicación correcta de los protocolos de bioseguridad, contribuyendo a que la actividad turística no disminuya en la parroquia, permitiendo así posicionar a Vilcabamba como un sitio bioseguro para pernoctar.

El aplicar técnicas de socialización permite conocer la realidad de los actores principales de la actividad turística, a través de las opiniones directas de cada uno de ellos, así mismo conocer cuáles son sus puntos de vista y sus propuestas para lograr la reactivación turística y de esta forma motivar al trabajo en conjunto para poder sobrellevar la actual situación de crisis que está pasando el sector turístico.

## 8 CONCLUSIONES

Una vez concluido el trabajo de investigación **“Estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja”** se concluye que:

- El impacto que ha dejado la emergencia sanitaria ha sido en gran medida negativo para todos los sectores, sin embargo, también se ha convertido en una oportunidad de innovación para que los empresarios turísticos realicen un replanteamiento mejorado de su servicio.
- El sector turístico y hotelero, han quedado resquebrajados y 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.
- Vilcabamba al ser una parroquia cuya principal actividad económica es el turismo, se ha visto afectada en gran escala debido al impacto que ha generado la pandemia, por las restricciones de los viajeros.
- El sector hospedaje ha sido el más golpeado durante la pandemia es por ello que de acuerdo a la información obtenida se puede evidenciar que únicamente cubren el 40 por ciento de la ocupación total.
- Las hosterías de tres estrellas que se encuentran prestando el servicio, cuentan con el 83% por ciento de los protocolos de bioseguridad implementados.
- El motivo por el cual varios establecimientos de hospedaje no reactivaron la prestación de sus servicios es principalmente por el miedo al contagio.
- Las estrategias planteadas permitirán incrementar la afluencia de turistas en el servicio de hospedaje durante y post pandemia.
- Las estrategias socializadas a los involucrados permiten resaltar la importancia de estas para la resiliencia del sector turístico ante la pandemia.
- No existe el apoyo por parte del GAD parroquial para contrarrestar los impactos de la pandemia en el sector turístico.

## 9 RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las empresas privadas y gubernamentales a realizar un trabajo mancomunado para lograr el levantamiento y desarrollo del sector.
- Al GAD Parroquial de Vilcabamba que proponga iniciativas que ayuden a la resiliencia de los prestadores turísticos ante los problemas suscitados por la pandemia del Covid-19 en el sector turístico.
- A las autoridades locales que conjuntamente en convenio con el MINTUR, gestionen talleres referentes a la actividad turística y el impacto del Covid, como llevar la actividad turística durante y post pandemia, para que los prestadores turísticos estén capacitados sobre la nueva normalidad, y las nuevas exigencias o necesidades de los turistas.
- A los involucrados en la actividad hotelera la implementación del 100% de los protocolos de bioseguridad, para que esto brinde una mayor confianza en los huéspedes.
- A la Asociación de establecimientos turísticos ASOVIL, que trabaje en actividades para fomentar el turismo post pandemia, y mejoramiento del servicio de hospedaje en la parroquia ya que la colaboración entre los gestores hoteleros y turísticos es la clave primordial para que la actividad turística no se detenga, sino que se vaya desarrollando y creciendo para volverla más fuerte y enfrentar las crisis que en un futuro pueden suscitarse.
- A los propietarios de los establecimientos de hospedaje fomentar el uso de productos biodegradables, puesto que hoy en día los turistas tienen un alto grado de cultura por el cuidado del medio ambiente.
- De la misma forma se recomienda a los prestadores de servicio de hospedaje la adecuación de espacios para nuevas actividades turísticas, y de esta forma proporcionar al huésped nuevas aventuras sin salir de su lugar de descanso.
- Finalmente, a la academia, que gestione el involucramiento de sus estudiantes para que realicen investigaciones que aporten al desarrollo de las poblaciones.



## 10 BIBLIOGRAFÍA

- Arce Burgoa, L. (2010). *COMO LOGRAR DEFINIR OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES. PERSPECTIVAS.*
- Banco Central del Ecuador. (2020). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA DECRECIÓ 12,4% EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2020.* Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuadoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>
- BCE. (2020). Obtenido de *LA ECONOMÍA ECUATORIANA SE RECUPERARÁ 3,1% EN 2021:* <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1394-la-economia-ecuadoriana-se-recuperara-3-1-en-2021>
- BCE. (2020). *CUENTA CORRIENTE DE LA BALANZA DE PAGOS REGISTRA SUPERÁVIT DE USD 395,4 MILLONES EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2020.* Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1371-cuenta-corriente-de-la-balanza-de-pagos-registra-superavit-de-usd-395-4-millones-en-el-primer-trimestre-de-2020>
- Canós Darós, L. (2020). *Impacto del COVID-19 en la industria del turismo.* Obtenido de <http://cienciagandia.webs.upv.es/2020/04/impacto-del-covid-19-en-la-industria-del-turismo/>
- CEPAL. (2020). *Informe Especial No. 5 COVID-19, Enfrentar los efectos cada vez mayores del COVID-19 para una.* Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Chandler, A. D. (2003). *Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise.* New York: Beard Books.
- Código del Trabajo. (2020). Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/codigo-de-trabajo>
- Consejo Nacional de Competencias. (2020). *LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL ECUADOR.* Obtenido de <http://www.competencias.gob.ec/las-actividades-turisticas-en-ecuador/>
- Constitución Política del Ecuador. (2008). Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Del Alcazar Ponce, J. (2020). *ESTADO DIGITAL ECUADOR 2020 – ESTADÍSTICAS DIGITALES ACTUALIZADAS.* Obtenido de <https://www.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador/>

- El periódico del turismo. (2020). *Expectativas del turismo post Covid-19*. Obtenido de <https://www.nuestroturismo.com/turismo/287-expectativas-del-turismo-post-covid-19>
- Entorno Turístico. (2020). *Turismo post covid*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/>
- Estrada, M. (2020). Impacto económico por el Covid19.
- FUNSADES. (2020). *El impacto del COVID-19 en la economía de El Salvador: algunas consideraciones de política macroeconómica para hacer frente a la crisis*. Obtenido de [http://fusades.org/sites/default/files/EI%20impacto%20del%20COVID-19%20en%20la%20economi%CC%81a%20de%20EI%20Salvador\\_marzo%202020.pdf](http://fusades.org/sites/default/files/EI%20impacto%20del%20COVID-19%20en%20la%20economi%CC%81a%20de%20EI%20Salvador_marzo%202020.pdf).
- García, S., & Almeida, P. (2021). Ecuador: Situación macroeconómica en 2020 y perspectivas 2021. *Coledio de economistas de Pichincha*. Obtenido de <https://colegiodeeconomistas.org.ec/wp-content/uploads/2021/01/Perspectivas-Macroeconomicas-Ecuador-2020-y-2021.pdf>
- Garrido, C. (2020). *CONOCE CÓMO EL COVID 19 AFECTA A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA*. Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://www.uide.edu.ec/situacion-del-turismo-ante-el-covid-19/>
- Herrera, V. (2020). *Y luego del COVID-19 ¿qué pasará con el turismo?* Universidad Internacional del Ecuador.
- INEC. (2010). *Nueva cara demográfica de Ecuador*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Economia/Nuevacarademograficadeecuador.pdf>
- Klempert, R. (2020). *“En Ecuador estamos ya viviendo la nueva normalidad”*. Obtenido de [https://www.hosteltur.com/lat/140036\\_en-ecuador-estamos-ya-viviendo-la-nueva-normalidad.html](https://www.hosteltur.com/lat/140036_en-ecuador-estamos-ya-viviendo-la-nueva-normalidad.html)
- Law, R. (2000). Internet in travel and tourism—part I. . *Journal of Travel & tourism Marketing*, 65-71.
- Leal, R. (2020). *Breve historia de las pandemias*. Obtenido de <http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Breve%20historia%20de%20las%20pandemias.pdf>
- Ley de fomento productivo. (2018). *LEY ORGANICA PARA EL FOMENTO PRODUCTIVO, ATRACCION DE INVERSIONES*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/11/ley-organica-para-el-fomento-productivo-atraccion-de-inversiones.pdf>

- Ley de turismo. (2014). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2000). Obtenido de <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicadelConsumidor.pdf>
- MAE. (2017). *Programa Nacional para la Gestión Integral de Desechos Sólidos – PNGIDS ECUADOR*. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/programa-pngids-ecuador/>
- Mejía, O., Pino, R., & Parrales, c. (2019). Políticas tributarias y la evasión fiscal en la República del Ecuador. Aproximación a un modelo teórico. 24(88).
- Ministerio de Trabajo del Ecuador. (2020). Expedir las directrices para la aplicación en el sector público, de la reducción emergente de la jornada de trabajo, establecida en la Ley Orgánica de Apoyo Humanitario para Combatir la Crisis Sanitaria Derivada del Covid-19. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/Acuerdo-Ministerial-NRO-MDT-2020-133.pdf?x42051>
- MINTUR. (2016). *Convenio y Acuerdo para potenciar calidad en la industria turística*. Obtenido de Convenio y Acuerdo para potenciar calidad en la industria turística: <https://www.turismo.gob.ec/convenio-y-acuerdo-para-potenciar-calidad-en-la-industria-turistica/>
- MINTUR. (2016). *FACULTADES A GOBIERNOS AUTONOMOS DESARROLLO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reg%C3%BAense-las-facultades-y-atribuciones-de-los-GADs-Municipales-Metropolitanos-Provinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-tur%C3%ADsticas.pdf>
- MINTUR. (2017). “Innovación de Producto, Mercadeo Estratégico y Promoción Turística del Destino Ecuador” 2017-2021. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/04/Proyecto-Innovacion.pdf>
- MINTUR. (2019). Plan Estratégico Institucional 2019 - 2021. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf>
- MINTUR. (2020). LOJA RECIBE EL SELLO INTERNACIONAL SAFE TRAVELS. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/loja-recibe-el-sello-internacional-safe-travels/>

- MINTUR. (2020). *PLAN DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA*. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red_compressed.pdf)
- MINTUR. (2020). *Plan de trabajo*. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/11/PLAN-DE-TRABAJO\\_rendicion-de-cuentas-2019.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/11/PLAN-DE-TRABAJO_rendicion-de-cuentas-2019.pdf)
- Muñoz, Contreras, Santos, & et al. (2020). Resultados del Procedimiento de Gestión Anaeróbica para el Tratamiento de Residuos Sólidos Urbanos en Ecuador. *Revista Científica INGENIAR*, 3(6), 33-48. Obtenido de [file:///C:/Users/Dr.%20Capa/Downloads/19-Texto%20del%20art%C3%ADculo-86-1-10-20201114%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Dr.%20Capa/Downloads/19-Texto%20del%20art%C3%ADculo-86-1-10-20201114%20(1).pdf)
- Naciones Unidas. (2020). *Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo*. Obtenido de [https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy\\_brief\\_covid-19\\_and\\_transforming\\_tourism\\_spanish.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf)
- OMT. (2005). *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Internacional para las Migraciones. (2020). Informe sobre migraciones en el mundo 2020. Obtenido de [https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr\\_2020\\_es.pdf](https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2020_es.pdf)
- Papatheodorou, A., Rosselló, J., & Xiao, H. (2020). Global Economic Crisis and Tourism: Consequences and Perspectives. *Journal of Travel Research*, 39-45. Obtenido de [Journal of Travel Research](https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10835422.2020.1811111)
- PDOT Vilcabamba. (2015). *PLan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Vilcabamba*.
- PDOT Vilcabamba. (2019). *PLan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Vilcabamba*.
- Poveda, G., & Parrales, J. (2018). UNA VISIÓN A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL EN EL ECUADOR. *Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible*(31). Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/delos/31/guido-poveda4.html>
- PRO ECUADOR. (2020). *Tendencias del mercado de turismo post pandemia*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/tendencias-del-mercado-de-turismo-post-pandemia/>
- Reglamento de Alojamiento Turístico. (2015). *Ministerio de Turismo*.

- Revista Gestión. (2020). Obtenido de La liquidez, el talón de Aquiles de las empresas ecuatorianas: <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/la-liquidez-el-talon-de-aquiles-de-las-empresas-ecuatorianas>
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para Diagnóstico Turístico Local*.
- Rodríguez Morales, A., Gallego, V., Escalera, J., Méndez, C., Zambrano, L., Paredes, C., . . . Cimerman, S. (2020). *COVID-19 en América Latina: las implicaciones del primer caso confirmado en Brasil*. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101613>
- Rodríguez Valdivieso, J. (2012). "ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DEL MARKETING EN ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LUJO Y PRIMERA EN LA CIUDAD DE CUENCA (2007-2009)". Universidad de Cuenca.
- Santos, A. (2020). LA INDUSTRIA TURÍSTICA Y EL IMPACTO DEL COVID-19. *RED MUNDIAL DE TURISMO DE COMPRAS*. Obtenido de [https://worldshoppingtourism.com/downloads/GJC\\_La\\_industria\\_turistica\\_e\\_impacto\\_Covid\\_19\\_Escenarios\\_y\\_propuestas.pdf](https://worldshoppingtourism.com/downloads/GJC_La_industria_turistica_e_impacto_Covid_19_Escenarios_y_propuestas.pdf)
- Servalli, N. (2011). *Simposio Internacional de Investigación en Turismo*. Obtenido de [www.nulan.mdp.edu.ar](http://www.nulan.mdp.edu.ar)
- UTPL. (2020). *La pandemia por COVID-19 puede afectar en un 30% a los ingresos del turismo nacional*. Obtenido de <https://noticias.utpl.edu.ec/la-pandemia-por-covid-19-puede-afectar-en-un-30-a-los-ingresos-del-turismo-nacional>
- Ventrici, krepky, & Palermo. (2020). Sector software y la situación respecto a la pandemia de COVID-19. Obtenido de <https://www.clacso.org/wp-content/uploads/2020/07/t02-Software.pdf>
- Vera, I. (2018). *El turismo y la normativa vigente en Ecuador*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/el-turismo-y-la-normativa-vigente-en-ecuador/>
- Visitbiscay. (2020). *Plan de reactivación del sector turístico de Bilbao Bizkaia ante los efectos del covid-19*. Obtenido de [https://www.visitbiscay.eus/documents/3653486/0/BBAG\\_Global\\_Plan\\_general\\_reactivaci%C3%B3n\\_turismo\\_covid19\\_p%C3%BAblico+%284%29.pdf/b7b28981-e519-25f5-65e5-8c216ebca158?t=1589184052100](https://www.visitbiscay.eus/documents/3653486/0/BBAG_Global_Plan_general_reactivaci%C3%B3n_turismo_covid19_p%C3%BAblico+%284%29.pdf/b7b28981-e519-25f5-65e5-8c216ebca158?t=1589184052100)

11 ANEXOS

Anexo 1. Anteproyecto de tesis.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURISTICA

**TEMA:**

“Estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, del Cantón y Provincia de Loja”

Anteproyecto de tesis previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Turística

**ASPIRANTE: DIANA ELIZABETH PICOITA TOLEDO**

Loja-Ecuador  
2020

1859

**a) TEMA**

“Estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las  
hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja”

## **b) PROBLEMÁTICA.**

Según la Organización Mundial de Turismo el brote mundial de COVID-19 ha llevado a todo el mundo a su estancamiento, y la actividad turística ha sido la más afectada de todos los grandes sectores económicamente productivos con repercusiones tanto en la oferta como en la demanda de viajes (OMT, 2020).

Por su parte Santos (2020), señala que el aislamiento durante semanas dentro de nuestros hogares probablemente fomentará la necesidad de libertad, de conocer y de disfrutar de un ocio; es aquí donde el turismo contribuye con valores y una amplia oferta que satisfaga las necesidades de cada ciudadano; es por ello que según la revista ADVENTURE TRAVEL TRADE ASSOCIATION (2020); menciona que para contribuir a la reactivación turística luego de la crisis, debemos ser innovadores y aprovechar de las nuevas necesidades de los turistas, para emprender en nuevos negocios turísticos.

Es por ello que frente a la perspectiva de incertidumbre y vulnerabilidad que atraviesa el sector turístico a nivel mundial, ha llevado a gobiernos, asociaciones de prestadores de servicios turísticos, cámaras de comercio y organismos internacionales a pensar en nuevas estrategias para la recuperación del turismo ya que esta actividad es la base de la economía de muchos países (Zúñiga, 2020).

Por su parte Albella (2020) manifiesta que debido a las medidas restrictivas que ha tomado cada gobierno han provocado que todas las actividades relacionadas al turismo, sufran grandes pérdidas, debido a la reducción del número de turistas, así como al miedo al contagio

De esta forma se puede manifestar que dicha pandemia ha terminado temporalmente con el desarrollo normal del turismo alrededor de todo el mundo, y la Parroquia Vilcabamba, no es la excepción ya que es un sitio con gran afluencia de turistas, ya que según menciona Rachowiecki y Thur (2008), citado por (Paladines et al., 2009) todo ello gracias a un estudio realizado por National Geographic en el año de 1973 en el que se hacía mención de pobladores de Vilcabamba que habían llegado a más de 120 años de vida, razón por la cual es conocida como Valle de la longevidad y desde entonces logró tener una reputación particular en el ámbito turístico, lo que conlleva a la llegada de un gran número de turistas y visitantes, sin embargo el brote de la pandemia mundial que está viviendo en la actualidad, ha provocado que el turismo se paralice en esta localidad, afectando a todos los servidores turísticos, y gran parte de la población que vivía de la actividad turística, puesto que muchos establecimientos se vieron obligados al cierre indefinido, así como también a la reducción de su personal, y en los peores casos al despido de todos ellos.

Visto desde este panorama se puede determinar que el sector hotelero (en este caso las hosterías de tres estrellas) es uno de los sectores más afectados por la



pandemia, ya que si no hay turismo tampoco se puede brindar el servicio de hospedaje, lo cual ha perjudicado fuertemente a quienes se dedicaban a esta actividad o su fuente de trabajo se refería a un establecimiento de este tipo, lo que provoca incertidumbre por parte de los propietarios de estos establecimientos con respecto al desarrollo de sus actividades normales, ya que no se ven perjudicados únicamente ellos, sino también las personas que laboraban en sus instalaciones, ya que la gran mayoría fueron despedidos, porque no se avanzaba a cubrir los gastos de las nóminas de trabajadores o empleados, por lo cual y en base a lo antes descrito se ha planteado la siguiente pregunta general de investigación *¿ Cuáles serían las estrategias post Covid-19 adecuadas para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja”*

Añadido a esto, el presente proyecto será conducido por las siguientes preguntas específicas de investigación.

- 1) *¿Cuál es el diagnóstico de la situación actual, con respecto a la pandemia del Covid-19 de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja?*
- 2) *¿Qué estrategias post Covid-19 se pueden aplicar para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja?*
- 3) *¿De qué forma se puede socializar los resultados a los propietarios de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja?*

### **c) JUSTIFICACIÓN**

Gutiérrez (2020), menciona que debido a la pandemia del Covid-19 el sector turístico ha sido fuertemente golpeado ya que ha obligado a la cancelación de vuelos, el cierre de hoteles, bares, restaurantes, y como principal consecuencia de ello la pérdida temporal o definitiva de millones de empleos derivados del turismo, en relación a esto Santos (2020), asegura que la actividad turística se recuperará, siempre y cuando los profesionales del sector sean innovadores y adquieran la capacidad de alinearse a las nuevas necesidades de los turistas.

Así mismo, Buzzi (2020), manifiesta que los efectos del Covid-19 en las actividades turísticas y de viajes, y especialmente el hotelero, son tan inciertas como el propio virus.

Cabe mencionar que en el Ecuador el turismo aporta el 2,2% del Producto Interno Bruto (PIB), es por ello que se aprecia una pérdida mensual de hasta unos USD 400 millones a causa de la pandemia, entre los cuales se encuentra el sector hotelero y que está considerado como uno de los primeros afectados debido a las cancelaciones de reservas por parte de turistas nacionales y extranjeros (EL UNIVERSO, 2020), así como también debido a las restricciones de movilidad global, lo que implica un menor apetito turístico (Rodríguez, 2020); por lo cual las actividades turísticas se encuentran paralizadas, los viajes programados han sido cancelados, es así que el sector muestra la caída de más impacto de los últimos 60 años. Las empresas del sector se preguntan serán afectadas a corto y medio plazo y qué medidas pueden acoger para disminuir los efectos negativos y recuperar turistas tan pronto finalice el confinamiento (Aráujo y Toubes, 2020).

Es por ello que el presente estudio dirigido a las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, es importante para el mejoramiento en la prestación del servicio como también para contar con una guía de acciones concretas de planificación formal, para poder competir en el mercado actual, a nivel local, nacional e internacional, durante el periodo de duración de la pandemia del Covid 19.

Los beneficiarios directos serán los involucrados como los propietarios y el talento humano, puesto que los resultados permitirán proponer las estrategias adecuadas para reanudar sus actividades normales, además beneficiará indirectamente a la población local ya que al incrementar la afluencia de turistas en las hosterías aportará a la dinamización de gran parte de su economía, por lo cual se debe considerar que para alcanzar los resultados deseados se requiere que cada uno de los involucrados, forme parte de la investigación.

Por otro lado, esta investigación se constituye como un aporte científico porque es un nuevo modelo de Planificación Estratégica que responde a una realidad existente que ha afectado a todo el mundo, además se pretende que este

estudio sirva de referencia para posteriores investigaciones, así como también para que se apliquen dichas estrategias para la incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de otra localidad.

Finalmente, cabe recalcar que la importancia de incrementar la afluencia de turistas posterior al Covid-19 en las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, radica como se mencionó anteriormente en que este sitio es considerado como un lugar de atracción turística, por lo cual, si contamos con todas las estrategias de higiene necesarias, podemos aspirar a generar confianza en los turistas y de tal forma promover que los visitantes decidan pernoctar en dichas instalaciones, lo que conlleva a la reactivación económica no solo de las hosterías sino también del entorno en donde se levantan, lo que beneficiara a la población local: ya que con ello; se puede reactivar el empleo a las personas que en su momento fueron despedidas a causa de la pandemia.

De la misma manera es importante mencionar que por ser una problemática actual y de interés público, se cuenta con el apoyo del GAD de la parroquia, por lo cual se considera viable, además de contar con el tiempo necesario para realizar esta investigación.

#### **d) OBJETIVOS**

##### **Objetivo General:**

Determinar estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.

##### **Objetivos Específicos:**

- Realizar el diagnóstico de la situación actual, con respecto a la pandemia del Covid-19 de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.
- Proponer estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.
- Socializar los resultados a los propietarios de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.

## **e) MARCO TEÓRICO**

- 1** Covid-19 y turismo
  - 1.1** Turismo
  - 1.2** Pandemia
  - 1.3** Principales pandemias de la historia.
  - 1.4** Impacto del Covid-19 al turismo.
  - 1.5** Turismo en tiempo de COVID.
  - 1.6** Turismo post COVID, proceso de reactivación turística.
  
- 2** Hotelería
  - 2.1** Definición.
  - 2.2** Categoría de los establecimientos de alojamiento turístico.
  - 2.3** Definición de Hostería
  - 2.4** Categoría de las hosterías
  
- 3** Estrategia
  - 3.1** Concepto
  - 3.2** Turista
  - 3.3** Tipos de turistas
  - 3.4** Las nuevas necesidades de los turistas
  - 3.5** Análisis FODA
  - 3.6** Matriz de factores internos (EFI)
  - 3.7** Matriz de factores externos (EFE)
  - 3.8** Matriz de vulnerabilidad
  - 3.9** Matriz de aprovechabilidad.
  
- 4** Método de análisis rápida y participación participativa (MARPP)
  - 4.1** Definición general
  - 4.2** Fases de la técnica de MARPP
  
- 5** Marco legal.
  - 5.1** Protocolo para establecimientos de alojamiento turísticos
  - 5.2** Constitución Política de la República del Ecuador
  - 5.3** Ley de Turismo

## **6 Marco referencial**

### **6.1 Cantón Loja.**

**6.1.1** Generalidades del Cantón Loja.

### **6.2 Parroquia Vilcabamba.**

**6.2.1** Generalidades de la Parroquia Vilcabamba.

**6.3** Hostería “El descanso de Ramsés”.

**6.4** Hostería “Villa Beatriz Lodge”.

**6.5** Hostería “Paraíso”.

**6.6** Hostería “Izhcayluma”.

**6.7** Hostería “Molino Tropical”.

## **f) METODOLOGÍA**

El enfoque de la presente investigación es de carácter cuantitativo, con un alcance exploratorio – descriptivo.

### **Métodos, técnicas y materias**

#### **Métodos**

Para la realización de la presente investigación se necesitó de los siguientes métodos, los cuáles son:

#### **Método Analítico**

Se utilizará para obtener un análisis del estado de la situación actual de cada uno de las hosterías de la parroquia Vilcabamba, por el brote del Coronavirus, que luego se verán plasmados en el análisis FODA.

#### **Método Inductivo**

Este método servirá para conocer las peculiaridades de cada establecimiento, que se verán reflejadas en el planteamiento de estrategias de reactivación turística.

#### **Método Deductivo**

A través del método deductivo se determinará las conclusiones y soluciones a la problemática de la investigación planteada.

## **Método Descriptivo**

Este método nos permitirá investigar datos y características de los turistas dentro del campo de estudio, y servirá para explicar los problemas y las posibles soluciones.

## **Técnicas**

### **Observación Directa**

La técnica de observación directa permitirá realizar un diagnóstico de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, y con ello determinar el cumplimiento de las normas de bioseguridad propuestas por el MINTUR para la reapertura de este tipo de establecimientos, con la finalidad de buscar medidas que contribuyan a su reactivación en el mercado turístico.

### **Entrevista**

Se utilizará para conocer el impacto que generó el Covid 19 a las actividades normales que llevaban a cabo estos establecimientos, estará dirigida a los propietarios de las hosterías, por ser los actores principales, de la investigación.

### **Matriz FODA**

Se utilizará para identificar las fortalezas y debilidades internas; oportunidades y amenazas externas de las hosterías de la parroquia Vilcabamba con el propósito de generar otras matrices que contribuyan al desarrollo de estrategias de reactivación turística y así dar solución al problema.

**Materiales:** Los materiales que se utilizarán en la presente investigación son:

#### **Materiales de oficina**

- Papel bond
- Cuaderno
- Carpeta folder

#### **Material bibliográfico:**

- Artículos
- Revistas
- Documentos de páginas web.

## **Material tecnológico:**

- Cámara
- Laptop
- Módem
- Flash memory
- Grabadora
- Infocus

## **Metodología por objetivos**

Para el primer objetivo: **Realizar el diagnóstico de la situación actual, con respecto a la pandemia del Covid-19 de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.**

Para el desarrollo de este objetivo de investigación, se identificará a las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba que se encuentren registradas en el Catastro de establecimientos turísticos (ver anexo 1); en base a dichos datos se procederá a solicitar una cita mediante llamada telefónica con los propietarios de las hosterías identificadas (ver anexo 2), a quienes posteriormente se entrevistará (Ver anexo 3), además, se trabajará con la observación directa en dichos establecimientos para constatar el cumplimiento de las normas de bioseguridad en hoteles propuestas por el Ministerio de Turismo para evitar la propagación del Covid 19 (ver anexo 4).

Para el segundo objetivo: **Proponer estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.**

Para el desarrollo de este objetivo se realizará la matriz FODA, tomando en cuenta los resultados obtenidos del primer objetivo, con esto se determinará las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuentan las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba (ver anexo 5).

Una vez desarrollada la matriz FODA, se llenará la matriz de impacto, tanto interna como externa.

Primeramente, se desarrollará la matriz de impacto interna (EFI) (ver anexo 6) mediante la cual la investigadora procederá a designar una ponderación a las fortalezas y oportunidades antes identificadas.

De la misma forma se desarrollará la Matriz de impacto externa (EFE), (ver anexo 7), mediante la cual se ponderará a las oportunidades y amenazas de las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba.



Posteriormente se elaborará la matriz de vulnerabilidad, (ver anexo 8) mediante un análisis de los factores identificados como debilidades y amenazas, que represente un peligro o impedimento para el desarrollo normal de las actividades de las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba.

De la misma forma se elaborará la matriz de aprovechabilidad, (ver anexo 9) que permitirá analizar de mejor manera las oportunidades y fortalezas identificadas, para lo cual se aplicará la misma metodología que en la matriz de vulnerabilidad.

Seguidamente se planteará la hoja de trabajo FODA, (ver anexo 10); para resumir los resultados determinados en cada una de las matrices anteriores (vulnerabilidad y aprovechabilidad), y poder así, identificar o definir las acciones estratégicas. En la presente hoja, se establece el nivel de importancia o jerarquía de los factores, según su concerniente ponderación establecida en las matrices de vulnerabilidad y aprovechabilidad. Este nivel facilitará identificar cuáles son los factores que requieren con prioridad una acción estratégica.

Finalmente, en base a los resultados obtenidos de las matrices desarrolladas anteriormente se procederá a proponer las estrategias para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba.

Para el tercer objetivo: **Socializar los resultados a los propietarios de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.**

Para el desarrollo de este objetivo se utilizará las tres fases de la técnica de MARPP.

Primera o previa: se realizarán las convocatorias a los propietarios de las hosterías, para determinar el día y la hora a desarrollarse la socialización.

Segunda o ejecución: En esta fase se desarrollará la presentación de las estrategias determinadas con el apoyo de material visual y todos los elementos necesarios para la socialización y su mejor comprensión.

Tercera o resultados: En esta fase se establecerán las conclusiones y se receptorán las opiniones y sugerencias sobre la propuesta.

**g) CRONOGRAMA**

Cronograma de actividades																				
Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Objetivo 1. Realizar el diagnóstico de la situación actual, con respecto a la pandemia del Covid-19 de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.</b>																				
<i>Identificación de Hosterías registradas en el catastro de alojamientos turísticos.</i>	x																			
Solicitar cita mediante llamada telefónica con los propietarios de las hosterías		x																		
Aplicación de entrevistas. Análisis de resultados			x	x	x															
Levantamiento de información de campo (ficha de campo)			x	x	x															
<b>Objetivo 2. Proponer estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.</b>																				
Análisis FODA						x	x													
Elaboración de matriz EFI								x	x											
Elaboración de matriz EFI								x	x											
Elaboración de matriz de vulnerabilidad										x	x									

Elaboración de matriz de aprovechabilidad										x	x									
Elaboración de la hoja de resumen FODA												x								
Propuesta de estrategias de reactivación turística													x	x						
<b>Objetivo 3: Socializar los resultados a los propietarios de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja</b>																				
Realización de convocatorias																		x		
Socialización de la propuesta (recepción de conclusiones y sugerencias)																			x	
Presentación del Primer Borrador de Tesis																			x	
Correcciones del borrador de Tesis																			x	x
Presentación del Informe Final																				x

## h) Presupuesto y Financiamiento

Presupuesto					Financiamiento
Concepto	Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total	
<b>Recursos Humanos</b>					La autora
Docentes		1	0,00	0,00	
Tesista		1	0,00	0,00	
Propietarios de las hosterías		1	0,00	0,00	
<b>Material de oficina</b>					
Resmas de hojas de papel bond A4	Materiales	3	4,00	12,00	
Esferos	Materiales	4	0,50	2,00	
Cuaderno	Materiales	2	1,00	2,00	
Empastado	Materiales	1	25,00	25,00	
Portafolio	Materiales	1	4,50	4,50	
Impresiones	Hojas	600	0,05	30,00	
Anillados	Edición	4	2,25	9,00	
Copias	Hojas	300	0,01	3,00	
CD	Edición	3	3,00	9,00	
<b>Equipos Técnicos</b>					
Cámara fotográfica	Equipo	1	100,00	100,00	
Computadora	Equipo	1	600,00	600,00	
Memoria USB	Equipo	1	15,00	15,00	
Alquiler de infocus	Equipo	1	10,00	10,00	
Internet	Móvil	1	20,00	20,00	
<b>Logística</b>					
Transporte	Días	20	5,00	100,00	
Alimentación	Días	20	10,00	200	
Hospedaje	Días	0,00	0,00	0,00	
<b>OTROS</b>					
Imprevistos			50,00	50,00	
<b>TOTAL</b>				1,189.5	

Elaboración: La autora

La presente investigación será financiada en su totalidad por la autora del proyecto.

### i) Netgrafia

- Abella, S. (2020). SITUACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO Y DE LA CRISIS. Obtenido de <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>
- ADVENTURE TRAVEL TRADE ASSOCIATION. (2020). *Prospectiva del Turismo en la Era Post COVID-19*. Obtenido de <https://www.adventuretravelnews.com/covid-19-guide-for-the-adventure-travel-industry>
- Aráujo, N., y Toubes, D. (2020). EMPRESA TURÍSTICA: CÓMO AFRONTAR LA GESTIÓN DESPUÉS DE UNA CRISIS SANITARIA. Obtenido de <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>
- Buzzi, L. (2020). Incertidumbres y realidades cuando pase el COVID-19 en el sector hoteleroj. Obtenido de <https://www.tendencias.kpmg.es/2020/03/incertidumbres-realidades-sector-hoteler-covid-19/>
- Gutiérrez, M. (2020). La industria turística pone en marcha un plan mundial para superar la crisis. Obtenido de <https://www.france24.com/es/20200514-turismo-plan-crisis-coronavirus-futuro-covid19>
- MINTUR. (2020). *Turismo post covid*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/turismo-interno-debe-ser-el-primero-en-reactivarse-despues-del-covid-19/>
- OMT. (2020). *COVID-19: Incidencia en el turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>
- Paladines, et al. (2009). Turismo en Vilcabamba: Impacto y evolución del ingreso de turistas frente a la oferta turística del sector entre los años 2017 y 2018. *Ciencia Digital*. Obtenido de <http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/377>
- PDOT Vilcabamba. (2015). *PLan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Vilcabamba*.
- Santos, A. (2020). LA INDUSTRIA TURÍSTICA Y EL IMPACTO DEL COVID-19. *RED MUNDIAL DE TURISMO DE COMPRAS*. Obtenido de [https://worldshoppingtourism.com/downloads/GJC\\_La\\_industria\\_turistica\\_e\\_impacto\\_Covid\\_19\\_Escenarios\\_y\\_propuestas.pdf](https://worldshoppingtourism.com/downloads/GJC_La_industria_turistica_e_impacto_Covid_19_Escenarios_y_propuestas.pdf)
- Zúñiga, F. (2020). Turisme d'Interessos Especials, espai rural i alimentació en temps del COVID-19. *ALBA SUD*. Obtenido de <http://www.albasud.org/noticia/ca/1217/turisme-d-interessos-especials-espai-rural-i-alimentaci-en-temps-del-covid-19>

## ANEXOS

### Anexo 1: Tabla 1

*Datos de Hosterías registradas en el catastro de alojamientos turísticos*

NOMBRE	CATEGORIA	DIRECCIÓN	TÉLEFONO

**Elaboración:** Diana Picoita

### Anexo 2: Tabla 2

*Datos de los propietarios de las Hosterías*

NOMBRE DEL ENTREVISTADO	CARGO/FUNCIÓN	LUGAR	DÍA/ HORA DE LA ENTREVISTA

**Elaboración:** Diana Picoita

**Anexo 3:** Modelo de entrevista a aplicar a los propietarios de las hosterías de la Parroquia Vilcabamba.

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURISTICA  
ENTREVISTA**

**Objetivo:** Conocer la situación actual del servicio de hospedaje en las hosterías de la parroquia Vilcabamba con respecto a la Pandemia del Covid-19.

**Nombre del entrevistado:** \_\_\_\_\_

**Cargo/Función:** \_\_\_\_\_

**Nombre del entrevistador:** \_\_\_\_\_

1. ¿Con respecto a la pandemia, cuál fue el mayor impacto social que afectó a la hostería?
2. ¿Económicamente cómo le afectó la declaración de estado de excepción al servicio que Ud. brinda?
3. En cuanto al personal ¿Cuáles fueron las medidas que Ud. adoptó, para sobrellevar la pandemia?
4. ¿Cómo fue el flujo de turistas durante la pandemia?
5. ¿Cuáles han sido los nuevos gastos que ha tenido con respecto a las medidas de seguridad?

6. ¿Cuál es la nueva capacidad para recibir a los turistas con la que cuenta la hostería?
7. ¿Considera Ud. que cuenta con las medidas de bioseguridad adecuadas, para prestar el servicio de hospedaje?
8. ¿Cuáles es el mecanismo que adopto para evitar la propagación del Covid 19 dentro de las instalaciones de la hostería?
9. ¿Considera Ud. que el personal de la hostería está capacitado para poder atender a un posible caso dentro de los huéspedes?

#### **Anexo 4: Tabla 3**

*Ficha de campo*

<b>MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD</b>				
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO				
CATEGORIA				
DIRECCIÓN				
<b>EN EL INGRESO</b>				
Cuenta con filtro sanitario:		NO		SI
Tapete desinfectante		Toma de temperatura		
Revisión de mascarilla quirúrgica		Alcohol desinfectante		
Desinfección de equipaje		Otro		
Observaciones:				
<b>EN LOS PASILLOS</b>				
Paneles o letreros informativos		NO		SI
Números de emergencia		Síntomas de alerta		
Medidas de precaución básicas		Establecimientos de salud y farmacias		
Medidas de uso correcto de EPP		Señalética de distanciamiento en el piso		
Otro:				
Observaciones:				
<b>EN LA HABITACIÓN</b>				
Cuenta con:				
Alcohol en gel		NO		SI
toallas húmedas individuales				SI
Jabón líquido 100%				SI
Números de emergencia				SI
Medidas de precaución básicas				SI

Medidas de uso correcto de EPP				SI	
Otro:					
Observaciones:					
<b>PERSONAL DE TRABAJO</b>					
Cuenta con filtro sanitario:				NO	SI
Tapete desinfectante		Toma de temperatura			
Revisión de mascarilla quirúrgica		Alcohol desinfectante			
Gafas de protección		Guantes			
Traje antifluído		Otro			
Observaciones:					

**Fuente:** MINTUR, 2020

**Elaboración:** Diana Picoita

#### **Anexo 5: Tabla 4**

##### *Matriz FODA*

Matriz FODA	
Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Amenazas

**Fuente:** Amboya y Muñoz, (2018).

**Elaboración:** Diana Picoita



## Anexo 6: Tabla 5

*Matriz de factores internos EFI*

<b>Factores Internos</b>	<b>Alto (5)</b>	<b>Medio (3)</b>	<b>Bajo (1)</b>	<b>Alto (5)</b>	<b>Medio (3)</b>	<b>Bajo (5)</b>
--------------------------	---------------------	----------------------	---------------------	---------------------	----------------------	---------------------

---

**Fuente:** Amboya y Muñoz, (2018).

**Elaboración:** Diana Picoita

## Anexo 7: Tabla 6

*Matriz de factores externos (EFE)*

<b>Factores Externos</b>	<b>Alto (5)</b>	<b>Medio (3)</b>	<b>Bajo (1)</b>	<b>Alto (5)</b>	<b>Medio (3)</b>	<b>Bajo (5)</b>
--------------------------	---------------------	----------------------	---------------------	---------------------	----------------------	---------------------

---

**Fuente:** Amboya y Muñoz, (2018).

**Elaboración:** Diana Picoita

**Anexo 8: Tabla 7**

*Matriz de vulnerabilidad*

		AMENAZAS					TOTAL
DEBILIDADES							
TOTAL							

**Fuente:** Amboya y Muñoz, (2018).

**Elaboración:** Diana Picoita

**Anexo 9: Tabla 8**

*Matriz de aprovechabilidad*

		OPORTUNIDADES					TOTAL
	AMENAZAS						
TOTAL							

**Fuente:** Amboya y Muñoz, (2018).

**Elaboración:** Diana Picoita

## Anexo 10: Tabla 9

Hoja de resumen FODA

Descripción	Ponderación	Jerarquía
<b>Fortalezas</b>		
<b>Oportunidades</b>		
<b>Debilidades</b>		
<b>Amenazas</b>		

*Fuente:* Amboya y Muñoz, (2018).

*Elaboración:* Diana Picoita

**Anexo 2. Modelo de entrevista realizada a los propietarios de las  
hosterías que reabrieron el servicio tras el decreto de estado de  
excepción.**



*UNL*

Universidad  
Nacional  
de Loja

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURISTICA  
ENTREVISTA**

**Objetivo:** Realizar el diagnóstico de la situación actual, con respecto a la pandemia del Covid-19 de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.

**Nombre del entrevistado:** \_\_\_\_\_

**Cargo/Función:** \_\_\_\_\_

**Nombre del entrevistador:** \_\_\_\_\_

1. ¿Económicamente cómo le afectó la declaración de estado de excepción al servicio que Ud. brinda?
2. Debido a la pandemia ¿Cuáles son los gastos que se ha visto obligado a realizar en el aspecto de bioseguridad?
3. ¿Cuál fue la medida que adoptó para lograr cubrir los costos de las nuevas normas de bioseguridad?
4. ¿En términos monetarios, cómo le ha afectado el aforo permitido por los protocolos de bioseguridad?
5. ¿A considerado en aumentar o reducir los precios de los servicios que ofrece? ¿Por qué?
6. ¿Ha tenido conocimiento sobre alguna política Nacional, cantonal o parroquial de apoyo al sector turístico, a través de incentivos o capacitaciones?
7. ¿A lo largo de la pandemia, usted accedió algún programa para mitigar el impacto económico y de protección al empleo en su establecimiento? ¿En qué programa participó o usó?
8. ¿Qué medidas tuvo que tomar con respecto al personal que laboraba en las instalaciones al momento de decretarse el estado de excepción?
9. ¿De qué forma Ud. Capacitó a su personal para evitar casos de coronavirus dentro de la hostería?

10. ¿Cuáles es el mecanismo que adoptó para evitar la propagación del Covid entre el personal dentro de las instalaciones de la hostería?
11. ¿En qué grado se vio afectado el flujo de visitas de los turistas durante la pandemia a su establecimiento? ¿Podría dar cifras o porcentajes?
12. ¿Cuál es la razón por la cual Ud. considera que los turistas puedan sentirse seguros al momento de visitar su establecimiento?
13. ¿Cuáles son actualmente los requisitos que deben cumplir los clientes para acceder a los servicios que presta el establecimiento?
14. ¿Cuenta con un manual escrito que permita conocer de qué forma aplica su establecimiento las normas de bioseguridad?
15. ¿Aplicó alguna estrategia para reaperturar sus instalaciones? ¿Cuál?
16. Conoce usted ¿Cuáles son las necesidades actuales de los turistas?
17. Actualmente ¿Cuál es la forma de promocionar su negocio?
18. ¿Cuáles han sido las tecnologías que usted ha empleado para llegar al cliente e informar de los servicios que posee el negocio?
19. ¿Su establecimiento pertenece a un gremio o asociación del sector hotelero dentro de la parroquia? ¿A Cuál?
20. ¿De los establecimientos de hospedaje que existen en la parroquia, cuáles considera que son sus principales competidores?
21. ¿Considera usted que actualmente puedan abrirse nuevas hosterías en Vilcabamba?
22. ¿Sus proveedores actualmente mantiene o han subido los precios de los productos?
23. ¿Usted ha accedido a pedidos por parte de sus clientes a rebajas de precios por los servicios ofertados? ¿Usted ha accedido a estas negociaciones?

**Anexo 3. Modelo de entrevista realizada a los propietarios de las hosterías de tres estrellas que no reabrieron el servicio de hospedaje.**



Universidad  
Nacional  
de Loja

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURISTICA  
ENTREVISTA**

**Objetivo:** Realizar el diagnóstico de la situación actual, con respecto a la pandemia del Covid-19 de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.

**Nombre del entrevistado:** \_\_\_\_\_

**Cargo/Función:** \_\_\_\_\_

**Nombre del entrevistador:** \_\_\_\_\_

10. ¿Cuál fue la razón que lo(a) motivó a no reabrir el establecimiento?
11. ¿Ha considerado alguna estrategia para abrir nuevamente sus instalaciones? ¿Cuáles?
12. ¿En qué tiempo aproximado piensa abrir nuevamente sus instalaciones?  
¿Por qué?
13. ¿Se encuentra invirtiendo en elementos de bioseguridad para realizar la reapertura de su negocio? ¿Cuáles?
14. ¿Qué medidas tuvo que tomar con respecto al personal que laboraba en las instalaciones al momento de decretarse el estado de excepción?
15. ¿Se encuentra elaborando un manual donde se describa de qué forma se aplicará las medidas de bioseguridad dentro de su establecimiento?
16. ¿Al momento de reabrir cuál sería la nueva capacidad para recibir a los turistas con la que contaría la hostería?
17. ¿A tenido conocimiento sobre alguna política Nacional, cantonal o parroquial de apoyo al sector turístico, a través de incentivos o capacitaciones?
18. ¿Su establecimiento pertenece a un gremio o asociación del sector hotelero dentro de la parroquia? ¿A Cuál?

#### Anexo 4. Entrevistados.



**Fuente:** Trabajo de campo.  
**Elaboración:** Diana Picoita



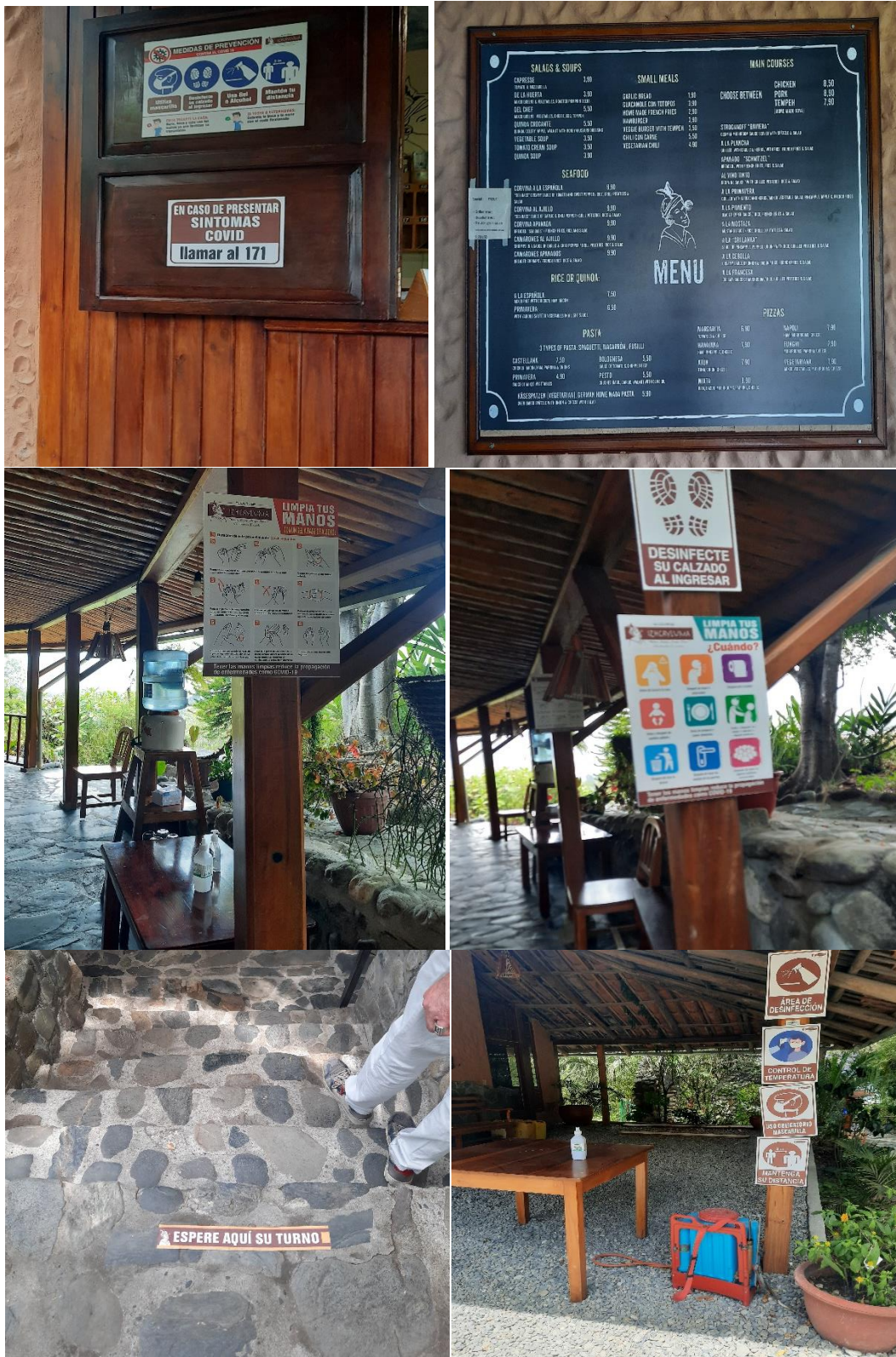
## Anexo 5. Ficha para el registro de datos de establecimientos turísticos

REGISTRO DE DATOS DE ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS			
<b>Datos generales</b>			
Nombre del establecimiento			
Dirección			
Nombre del propietario			
Categoría			
Horarios de atención			
Misión			
Visión			
Valores			
<b>De las Instalaciones</b>			
<b>Capacidad</b>			
Habitaciones	camas	Plazas	
<b>Precios</b>			
hab. Simple	matrimonial	hab. Doble	
hab. Triple	hab. Cuádruple	Suite	
Cabaña	otro:		
Especifique:			
Observaciones			
<b>Servicios que dispone</b>			
Restaurante	Bar	Discoteca	
Cafetería	Sala de bailes	Sala de reuniones o uso múltiple	
Sala de recepciones o banquetes	Pista de patinaje	Otro	
Especifique:			
Observaciones			
<b>Servicios complementarios</b>			
Parqueadero	Piscina	Sauna, turco hidromasaje,	
Gimnasio	Peluquería	Lavandería	
Caja Fuerte	Servicio médico	Boutique	
Banco	Centro de negocios	Canchas deportivas	
Área para fiestas infantiles	Internet	Guardería	
Juegos infantiles	otros		
Especifique:			
Observaciones:			
<b>De legalidad</b>			
Exhibe licencia anual de funcionamiento	SI	NO	
Cumple con el permiso ARSA	SI	NO	
Botiquín de primeros auxilios	SI	NO	
Extintor	SI	NO	
<b>Observaciones:</b> ¿Cuenta con alguna certificación?			

**Anexo 6. Ficha para verificación del cumplimiento de protocolos de bioseguridad.**

<b>MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD</b>			
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO			
<b>EN EL INGRESO</b>			
Cuenta con filtro sanitario:	NO		SI
Tapete desinfectante	Toma de temperatura		
Revisión de mascarilla quirúrgica	Alcohol desinfectante		
Desinfección de equipaje	Otro		
Observaciones:			
<b>EN LOS PASILLOS</b>			
Paneles o letreros informativos	NO		SI
Números de emergencia	Síntomas de alerta		
Medidas de precaución básicas	Establecimientos de salud y farmacias		
Medidas de uso correcto de EPP	Señalética de distanciamiento en el piso		
Otro:			
Observaciones:			
<b>EN LA HABITACIÓN</b>			
Cuenta con:			
Alcohol en gel	NO		SI
toallas húmedas individuales	NO		SI
Jabón líquido 100%	NO		SI
Números de emergencia	NO		SI
Medidas de precaución básicas	NO		SI
Medidas de uso correcto de EPP	NO		SI
Otro:			
Observaciones:			
<b>EN EL RESTAURANTE</b>			
Cuenta con:			
Alcohol en gel	NO		SI
Jabón líquido 100%	NO		SI
Números de emergencia	NO		SI
Medidas de precaución básicas	NO		SI
Medidas de uso correcto de EPP	NO		SI
Otro:			
Observaciones:			
<b>PERSONAL DE TRABAJO</b>			
Cuenta con filtro sanitario:	NO		SI
Tapete desinfectante	Toma de temperatura		
Revisión de mascarilla quirúrgica	Alcohol desinfectante		
Gafas de protección	Guantes		
Traje antifluido	Otro		
Observaciones:			

## Anexo 7: Registro Fotográfico. HOSTERIA IZHCAYLUMA



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Elizabeth Picoita

## HOSTERIA PARAISO



Fuente: Trabajo de campo.  
Elaboración: Diana Picoita

## Anexo 8. Modelo de encuesta aplicada a la demanda turística.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURISTICA  
ENCUESTA**

El objetivo de la presente es conocer la percepción de los habitantes de la ciudad de Loja como mercado potencial, con respecto a los cambios producidos por la pandemia del Covid -19, dentro del servicio de hospedaje en las hosterías, como modelo exploratorio para las hosterías de Vilcabamba.

### Datos personales.

a.	Sexo	Masculino	<input type="text"/>
		Femenino	<input type="text"/>
b.	Edad	<input type="text"/>	
c.	Lugar de residencia (ciudad)	<input type="text"/>	
d.	Nacionalidad	<input type="text"/>	
e.	Ingreso mensual		
	Igual o menor a \$400,00	<input type="text"/>	De \$801,00 a \$100,00 <input type="text"/>
	De \$401,00 a \$600,00	<input type="text"/>	De \$1001,00 a \$1200,00 <input type="text"/>
	De \$601,00 a \$800,00	<input type="text"/>	Mayor a \$1200,00 <input type="text"/>

### 1. ¿Cuál es su situación económica actualmente?

<input type="text"/>	Tiene trabajo – jornada completa
<input type="text"/>	Tiene trabajo – media jornada
<input type="text"/>	Trabajo temporal
<input type="text"/>	Desempleado

### 2. ¿Cuáles son las motivaciones que tiene actualmente para viajar en tiempos de pandemia?

<input type="text"/>	Trabajo
<input type="text"/>	Actividades académicas
<input type="text"/>	Recreación/ deportes
<input type="text"/>	Visita a familiares
<input type="text"/>	Turismo
<input type="text"/>	Otro. Indique_____

### 3. ¿Con quién ha viajado o viajaría en tiempos de pandemia?

<input type="text"/>	Solo/a
<input type="text"/>	Con su pareja
<input type="text"/>	Familia
<input type="text"/>	Compañeros de trabajo
<input type="text"/>	Amigos
<input type="text"/>	Otro: Indique_____

### 4. ¿Estaría dispuesto usted a alojarse en una hostería tomando en consideración los momentos actuales de Pandemia en el Ecuador?

SI  NO

**5. Si su respuesta anterior es negativa, ¿En qué tiempo aproximado consideraría apropiado hospedarse en una hostería?**

Dentro de 1 a 3 meses	<input type="text"/>	Dentro de 10 a 12 meses	<input type="text"/>
Dentro de 4 a 6 meses	<input type="text"/>	Transcurrido más de 1 año	<input type="text"/>
Dentro de 7 a 9 meses	<input type="text"/>	Otro ¿en qué tiempo?	<input type="text"/>

**6. Por favor, califique de 1 a 5 (siendo 1, desacuerdo 2, algo desacuerdo 3, ni de acuerdo ni en desacuerdo 4, algo de acuerdo y 5, muy de acuerdo).**

Preguntas	1	2	3	4	5
¿Está usted de acuerdo que las hosterías eleven los precios de sus servicios para cubrir los gastos ocasionados por la Pandemia?					
¿Está usted de acuerdo que las hosterías adopten a cabalidad las recomendaciones dadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS), como requisito para poder hospedarse en dichos establecimientos?					
¿Está usted de acuerdo que las personas que laboran dentro de las hosterías, sean solo aquellas que hayan tenido una capacitación previa sobre temas relaciones al Covid-19?					
¿Está usted de acuerdo que un elemento importante en su decisión de hospedarse en los actuales momentos de Pandemia, que las hosterías cuenten con un manual de protocolo de bioseguridad?					
¿Está usted de acuerdo que las hosterías proporcionen a los huéspedes un kit de bienvenida con material higiénico como guantes, mascarillas, desinfectante?					
¿Está usted de acuerdo, que las hosterías suspendan temporalmente algunos de sus servicios como piscina, spa, sauna, hidromasaje, con el propósito de cuidar la seguridad del huésped?					
¿Está usted de acuerdo que los servicios adicionales que ofrece la hostería deben contratarse a través de aplicaciones móviles para evitar el contacto físico entre personas?					
¿Está usted de acuerdo que las reservas deban realizarse mediante una aplicación móvil, para evitar el contacto físico con el personal?					
¿Está usted de acuerdo que las hosterías informen por los distintos medios de comunicación las acciones que llevan a cabo para garantizar la seguridad de los huéspedes y evitar contagios por Covid 19?					

**7. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a gastar por el servicio de hospedaje actualmente en las hosterías?**

16 – 35 dólares	<input type="text"/>	56 – 75 dólares	<input type="text"/>
36 – 55 dólares	<input type="text"/>	Otro ¿Cuánto?	<input type="text"/>

**8. De los siguientes elementos, ¿Cuáles considera usted que son importantes en el servicio de hospedaje para garantizar la salud de los huéspedes?**

<input type="checkbox"/>	Alcohol
<input type="checkbox"/>	Jabón líquido
<input type="checkbox"/>	Gel antibacterial
<input type="checkbox"/>	Mascarilla
<input type="checkbox"/>	Guantes
<input type="checkbox"/>	Otro ¿Cuál? _____

**9. Por favor, califique de 1 a 5 (siendo 1, nada importante 2, poco importante 3, le es indiferente 4, muy importante y 5, fundamental), la importancia de los siguientes protocolos de bioseguridad del personal de las hosterías.**

	1	2	3	4	5
Trajes antifluido					
Control de temperatura al ingreso					
Gafas/ visores					
Mascarilla					
Dispensador de gel					
Prueba negativa PCR					
Distanciamiento social					

10. Por favor, califique de 1 a 5 (siendo 1, nada importante 2, poco importante 3, le es indiferente 4, muy importante y 5, fundamental), ¿las siguientes características que usted considera que son las más importantes en su decisión de hospedarse en los actuales momentos de pandemia en una hostería?

	1	2	3	4	5
Precio					
Calidad del servicio					
Cantidad de servicios que ofrece					
Protocolos de bioseguridad					
Atención al cliente					
Infraestructura					
Formación del personal en protocolos de bioseguridad					
Desinfección y limpieza diarios					

11. ¿La información del COE sobre el número de contagios en que existen en determinado sitio, influye para poder acceder a sus servicios turísticos?

SI  NO

12. ¿Si Ud. se entera que en la hostería que se piensa hospedar ha existido un caso de contagio de Covid 19, continuaría con la decisión de hospedarse en ese lugar?

SI  NO

13. En caso de hospedarse en una hostería y contagiarse de Covid 19 ¿cuál sería su reacción?

- Dar aviso al propietario  
 Abandonar la hostería  
 Realizar cuarentena dentro de la hostería  
 Dirigirse directamente a un establecimiento de salud

14. ¿Ha escuchado durante la pandemia, promociones por parte de las hosterías anunciando sus servicios y productos?

SI  NO

15. ¿De la siguiente lista de medios de comunicación, ¿Cuáles usted utiliza para informarse acerca de los servicios y promociones de las hosterías?

- Redes sociales  
 Páginas web  
 Radio  
 Periódico  
 Televisión

16. ¿Identifique el tipo de transporte que usted utiliza para movilizarse desde su lugar de residencia a una hostería en cualquier lugar del país?

- Público  
 Privado

17. En caso de que sea público el transporte, y tomando en consideración las posibilidades de contagiarse por el Covid 19 ¿Usted haría uso de este transporte para movilizarse a las hosterías?

SI  NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## Anexo 9. Registro Fotográfico - Encuestados





## Anexo 10. Modelo de matriz de estrategias

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	
<b>Estrategia</b>	
<b>Detalles</b>	<b>Nombre</b>
	<b>Objetivo general:</b> <b>Objetivos Específicos:</b>
	<b>Denominación</b>
	<b>Características</b>
	<b>Visión de futuro:</b>
	<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b>
	<b>Responsables:</b>
	<b>Formas de ejecución:</b>
	<b>Parámetros a considerar para su diseño</b>
<b>Presupuesto</b>	
<b>Beneficiarios</b>	
<b>Información adicional</b>	
<b>Modelo</b>	
<b>Observaciones:</b>	

Fuente y elaboración: Diana Picoita Toledo

## Anexo 11. Solicitud para petición de lugar para la socialización.



unl

Universidad  
Nacional  
de Loja

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA  
FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Vilcabamba, 08 de marzo de 2021

Licenciado.

Carlos Nicolas Ortiz Armijos

**PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE VILCABAMBA.**

Ciudad. –

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacerle llegar un cordial saludo y éxito en las funciones que acertadamente dirige.

Aprovecho la oportunidad para hacerle conocer que me encuentro realizando el trabajo de titulación **“Estrategias post Covid para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja”** proyecto que contribuirá al fomento del desarrollo turístico de la parroquia durante la crisis sanitaria causada por la pandemia del Covid-19.

Bajo este contexto acudo a su persona para solicitarle muy comedidamente se me autorice a quién corresponda la prestación del salón del GAD parroquial, para el día viernes 12 de marzo del presente año a las 11 de la mañana, para realizar la socialización de los resultados del proyecto de tesis a los involucrados.

Por la favorable atención que se sirva dar a la presente, le antelo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente:

Diana Elizabeth Picoíta Toledo  
Tesisista UNL

## Anexo 12. Convocatoria para la socialización de los resultados a los involucrados.



UNL

Universidad  
Nacional  
de Loja



### CONVOCATORIA

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Vilcabamba y la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, convocan a todas las autoridades involucradas en la actividad turística y propietarios de los establecimientos de hospedaje y restaurantes de la parroquia Vilcabamba a participar de la socialización de la propuesta del trabajo de tesis denominado **“Estrategias post Covid para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba”**, la cual se realizó como un modelo de estudio, cuyas estrategias pueden ser aplicadas y servir de base para todo el sector turístico.


**Lugar:** GAD parroquial de Vilcabamba.

**Fecha:** Lunes 15 de marzo de 2021

**Hora:** 11H00 a.m.

**Orden del día:**

1. Saludo inicial.
2. Socialización del trabajo de investigación y propuesta de estrategias.
3. Conclusiones y recomendaciones.
4. Finalización de la socialización.

  
.....  
Lic. Carlos Nicolas Ortiz Armijos  
PRESIDENTE DEL GAD  
PARROQUIAL DE VILCABAMBA

  
.....  
Srta. Diana Elizabeth Picoita Toledo  
RESPONSABLE DEL  
PROYECTO



## Anexo 13. Registro de entregas de convocatorias



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA

Registro de entrega de convocatoria para el día 15 de marzo del 2021

Orden	Nombre del establecimiento	Nombre del asistente	N° de cédula	Correo electrónico o celular	Firma
1	Hostería "Izhoaykuma"	Raik Ackermann	1753227733	0991771364	<i>[Handwritten signature]</i>
2	Hotel Valle Sagrado	Suan Carlos Today	1104311509	0969608396	<i>[Handwritten signature]</i>
3	Timothy's.	Jemmy Holera	17526994	099593709	<i>[Handwritten signature]</i>
4	Jardín Escandido.	Bermita Sawilano.	0101561547	0911856701	<i>[Handwritten signature]</i>
5	Agencia Yemvuh	Yanil Bonilla		0992627949	<i>[Handwritten signature]</i>
6	URVAN HOTEL TARANZA	Wlvaro Estelonia Becena Leon	115017012	0990199357	<i>[Handwritten signature]</i>
7	Restaurante Katherine	Juan Carlos Recitaur	1104079361	0997962415	<i>[Handwritten signature]</i>



UNL

Universidad  
Nacional  
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURISTICA

Registro de entrega de convocatoria para el día 15 de marzo del 2021

Orden	Nombre del establecimiento	Nombre del asistente	N° de cédula	Correo electrónico o celular	Firma
8	Restaurante. La Esquina Huilcopamba	Erica Chicaizo	1721337770	0990089646	
9	(Monte Nisjo) Pension Guata	Cruz Costillo	1101949327	2722101	
10	Restaurante La Terraza	Jenny Japón	1150033379	0988346275	
11	Hosteria "El desayuno de Ramses"	Abelina Pinuda	110411743	0989583277 descansa.abelina@gmail.com	
12	Hosteria Rarito	Susan Subator Uniquimarc	1105767198	0986448057	

Anexo 14. Registro de los asistentes a la socialización de resultados



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
 FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
 CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURISTICA

Registro de asistencia para el día 15 de marzo del 2021

Orden	Nombre del establecimiento	Nombre del asistente	N° de cédula	Correo electrónico o celular	Firma
1	Restauran La Terrace	Elizabeth Dominguez	1104089493	0991322614	
2	Restaurante Katherine	Juan Ruilova	1104079361	0997962415	
3	Hosteria "el DESANSO DE RAMSES"	Abelina Pineda	110411741-3	0989583277	
4	Hotel Valle Sagrado	Suan Taday	11021311509	0969608396	
5	Molino Tropical	Carlos Quezada	1105848327	0958815396	
6	Hostel "las palmas"	Bijsbeth Aguirre	1105690449	0980349509	
7	GAD Wilacamba.	Carlon Oatis	1104909923	0987829777	

## Anexo 15. Acta de socialización



UNL

Universidad  
Nacional  
de Loja

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA  
FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

### ACTA DE SOCIALIZACIÓN

“ESTRATEGIAS POST COVID-19 PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE TURISTAS EN LAS HOSTERÍAS DE TRES ESTRELLAS DE LA PARROQUIA VILCABAMBA, DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”

**Fecha:** Lunes, 15 de marzo de 2021.

**Hora:** 11h00 a.m.

**Lugar:** GAD Parroquial de Vilcabamba.

**Asistentes:**


- Lic. Carlos Ortiz, presidente del GAD Parroquial.
- Abelina Pineda, Administradora de la hostería “El Descanso de Ramsés”
- Carlos Quezada, Propietario de la hostería “Molino Tropical”
- Juan Taday, Propietario del Hotel “Valle Sagrado”
- Lizbeth Aguirre, Administradora del Hostel “Las Palmas”
- Elizabeth Domínguez, Propietaria del restaurante “La Terraza”
- Juan Ruilova, Propietario del Restaurante “Katherine”

Siendo las 11:10 a.m. se procedió con la reunión para la socialización del proyecto de tesis “ESTRATEGIAS POST COVID-19 PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE TURISTAS EN LAS HOSTERÍAS DE TRES ESTRELLAS DE LA PARROQUIA VILCABAMBA, DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”, a continuación se dio la bienvenida y agradecimiento por la asistencia, luego se dio a conocer el tema del proyecto y cada uno de los objetivos de investigación, a su vez como parte introductoria se explicó como fue el desarrollo de la investigación, y posteriormente se procedió a explicar cada una de las estrategias planteadas en el proyecto de tesis, y finalmente se aplicó una encuesta a los asistentes con la finalidad de evaluar el trabajo presentado.

Siendo las 11:56 minutos se dio por finalizada la socialización y se agradeció a todos los asistentes por su presencia.

Para constancia firman:

  
.....  
Lic. Carlos Nicolas Ortiz Armijos  
PRESIDENTE DEL GAD  
PARROQUIAL DE VILCABAMBA

  
  
.....  
Srta. Diana Elizabeth Picoita Toledo  
RESPONSABLE DEL  
PROYECTO

## Anexo 16. Certificación del cumplimiento de la socialización de resultados.



Valle de la Longevidad.

Licenciado.

Carlos Nicolas Ortiz Armijos

**PRESIDENTE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA VILCABAMBA.**

### **CERTIFICA:**

Que la Señorita Diana Elizabeth Picoita Toledo, con número de cédula 1150571220, estudiante de la carrera de Administración Turística, de la Universidad Nacional de Loja realizó su socialización de tesis denominada "Estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, del Cantón y Provincia de Loja", el día lunes 15 de marzo del 2021, a las 11h00 a.m., en la sala de reuniones del GAD Parroquial.

La socialización se realizó con gran responsabilidad por parte de la estudiante, siendo esto un aporte importante al desarrollo turístico de nuestra localidad.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente,



Lic. Carlos Nicolas Ortiz Armijos  
**PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE VILCABAMBA**

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO  
DE LA PARROQUIA VILCABAMBA.**

Teléfono: 072340006

Celular: 09913018801

Web: [www.vilcabamba.gob.ec](http://www.vilcabamba.gob.ec)

Email: [gobierno-parroquia-vilcabamba@hotmail.com](mailto:gobierno-parroquia-vilcabamba@hotmail.com)



## Anexo 17. Material de apoyo para socialización.

	<p><b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b> <b>FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA</b> <b>CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA</b></p>
	<p><b>“ESTRATEGIAS POST COVID-19 PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE TURISTAS EN LAS HOSTERÍAS DE TRES ESTRELLAS DE LA PARROQUIA VILCABAMBA, DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”</b></p>
	<p><b>AUTORA:</b> DIANA ELIZABETH PICOITA TOLEDO</p> <p><b>DIRECTOR DE TESIS:</b> ING. AGUSTÍN ARIAS RIOFRIO MG. SC</p>
	<p>LOJA – ECUADOR 2021</p>

	<p><b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b></p>	<p>FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA</p>
<p><b>“ESTRATEGIAS POST COVID-19 PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE TURISTAS EN LAS HOSTERÍAS DE TRES ESTRELLAS DE LA PARROQUIA VILCABAMBA, DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”</b></p>		

	<p><b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b></p>	<p>FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA</p>
<p><b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION</b></p>		
<p><b>OBJETIVO PRINCIPAL</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Determinar estrategias post Covid-19 para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.</li></ul>		
<p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar el diagnóstico de la situación actual, con respecto a la pandemia del Covid-19 de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja</li><li>• Proponer estrategias post Covid para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la Parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.</li><li>• Socializar los resultados a los propietarios de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja.</li></ul>		



## Estrategias a desarrollar

- Implementación de tecnología aplicable al sector hotelero.
- Implementación de plataforma para reserva de servicios
- Asociarse con los operadores turísticos de la zona, para vender productos compartidos.
- Crear un convenio entre el sector hotelero y las compañías de transporte interno.
- Realizar un plan de publicidad en redes sociales y mediante influencers.
- Desarrollar un producto de promoción turística mediante el diseño de una guía turística de la localidad.
- Elaborar un manual de bioseguridad para la prestación de servicios.
- Impulsar el involucramiento del GAD parroquial a la reactivación turística de los establecimientos de hospedaje de la localidad.
- Impulsar el incentivo a los consumidores mediante la entrega de kit de bienvenida con materiales de bioseguridad y aseo personal
- Disminuir o mantener los precios del servicio de hospedaje.
- Capacitar al sector hotelero sobre las nuevas modalidades y tendencias turísticas post pandemia.



<b>OBJETIVO</b>	Implementación de tecnología aplicable al sector hotelero, para
<b>ESTRATEGICO</b>	evitar el contacto entre personas.
<b>ESTRATEGIA</b>	Desarrollo de código QR para el área de restaurante
<b>Objetivo general:</b>	
- Impulsar al sector hotelero sobre la importancia del uso de nuevas herramientas tecnológicas durante la pandemia del Covid-19.	
<b>Objetivos Específicos:</b>	
- Proporcionar una herramienta tecnológica necesaria para la atención al cliente, en tiempos de pandemia.	
- Lograr que los usuarios o clientes, sientan cierta seguridad en estos establecimientos.	
- Evitar el contacto físico entre personal y clientes/turistas.	
<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b>	
- Recursos propios de cada propietario.	
<b>Responsables:</b>	
- Propietarios de los establecimientos de alojamiento	
<b>Formas de ejecución:</b>	
- Contratación de un profesional en desarrollo de códigos QR.	
<b>Parámetros a considerar para su diseño</b>	
- Oferta de servicios y productos.	
- Menú diario.	
- Descuentos y promociones	
<b>Beneficiarios</b>	- Establecimientos de hospedaje. - Huéspedes, o clientes de dicho servicio.



<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Implementación de plataforma para reserva de servicios
<b>ESTRATEGIA</b>	Implementación de Página web
<b>Objetivo general:</b>	
- Promocionar la oferta turística del establecimiento de hospedaje.	
<b>Objetivos Específicos:</b>	
- Promocionar los servicios que se encuentra ofertando actualmente	
- Brindar facilidad al cliente para la realización de cotizaciones de forma personalizada e inmediata.	
- Permitir al consumidor, poder realizar la reserva del servicio que requiera.	
<b>Visión de futuro:</b> Proveer a los usuarios de una plataforma para que realicen sus reservas de forma rápida y segura.	
<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b>	
- Recursos propios de cada establecimiento	
<b>Responsables:</b>	
- Propietarios de los establecimientos involucrados	
<b>Parámetros a considerar para su diseño</b>	
- Información del establecimiento requerida.	
- Tarifas.	
- Servicios	
- Descuentos y promociones.	
- Sistema de cotización.	
<b>Beneficiarios</b>	- Los huéspedes y turistas.





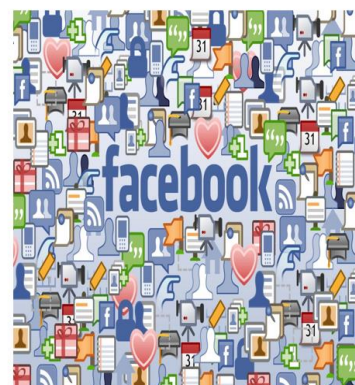
<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Asociarse con los operadores turísticos de la zona, para vender productos compartidos.
<b>Estrategia</b>	Elaboración de paquetes turísticos.
<b>Objetivo general:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofertar un servicio turístico de calidad y bajo las normas de bioseguridad apropiadas.</li> </ul>
<b>Objetivos Específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coordinar ideas entre los diferentes prestadores de servicios turísticos.</li> <li>Prestar seguridad a los huéspedes durante su visita.</li> <li>Coordinar actividades que brinden seguridad y con fianza a los turistas.</li> </ul>
<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recursos propios de cada propietario.</li> </ul>
<b>Responsables:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propietarios de los establecimientos de alojamiento</li> <li>Propietarios de las operadoras turísticas.</li> </ul>
<b>Parámetros a considerar para su diseño</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acuerdos y compromisos.</li> <li>Clausulas.</li> <li>Duración del convenio.</li> </ul>
<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turistas</li> <li>Partes involucradas (hospedaje – operadores).</li> </ul>



<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Crear un convenio entre el sector hotelero y las compañías de transporte interno.
<b>Estrategia</b>	Firma de un convenio entre las compañías de transporte y el sector hotelero para promocionar los servicios de alojamiento.
<b>Objetivo general:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Obtener un mayor número de huéspedes en la hostería.</li> </ul>
<b>Objetivos Específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promocionar los servicios de la hostería.</li> <li>Prestar seguridad a los huéspedes.</li> <li>Verificar el cumplimiento de protocolos de bioseguridad por parte de los involucrados</li> </ul>
<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recursos propios de los involucrados</li> </ul>
<b>Responsables:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propietarios de los establecimientos de alojamiento</li> <li>Miembros de las compañías de transporte.</li> </ul>
<b>Parámetros a considerar para su diseño</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fijar los acuerdos.</li> <li>Determinar las cláusulas del convenio.</li> <li>Determinar los beneficios del convenio.</li> <li>Duración del convenio</li> </ul>
<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turistas.</li> <li>Partes involucradas (hospedaje – transporte)</li> </ul>



<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
<b>Estrategia</b>	Creación de una página en la red social Facebook
<b>Objetivo general:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lograr que la hostería obtenga un mayor reconocimiento en el ámbito turístico.</li> </ul>
<b>Objetivos Específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promocionar los servicios que presta la hostería.</li> <li>Informar sobre las acciones que se están realizando en la hostería para contrarrestar el contagio del Covid 19.</li> <li>Brindar consejos y tips de viaje a los turistas.</li> </ul>
<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recursos propios de cada establecimiento.</li> </ul>
<b>Responsables:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propietarios de cada establecimiento.</li> </ul>
<b>Parámetros a considerar para su diseño</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Información general del establecimiento.</li> <li>Determinar las acciones que se llevan a cabo.</li> <li>Registro fotográfico</li> <li>Planificación y redacción de los tips de viaje para los turistas.</li> <li>Información sobre el Covid útil para los viajeros.</li> </ul>

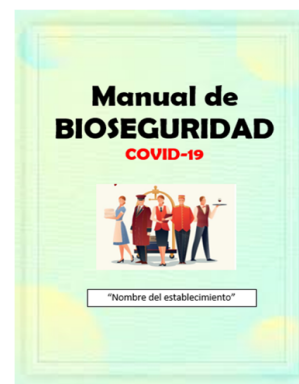




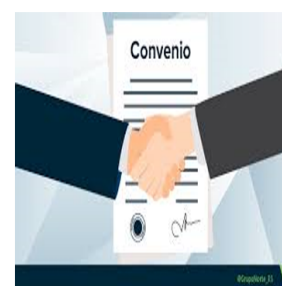
<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Desarrollo de un producto de promoción turística.
<b>Estrategia</b>	Diseño de una guía turística de la parroquia.
<b>Objetivo general:</b> - Promocionar a la Parroquia Vilcabamba como destino turístico.	
<b>Objetivos Específicos:</b> - Promocionar los atractivos turísticos, servicio de hospedaje y restauración de la Parroquia. - Difundir la guía turística de forma virtual. - Ofertar una guía turística en dos idiomas español e inglés.	
<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b> - Recursos del GAD parroquial - Convenio con el Mintur - Recursos de los propietarios de los establecimientos turísticos.	
<b>Responsables:</b> - Gad Parroquial de Vilcabamba.	
<b>Tamaño de la guía:</b> - La guía tendrá un tamaño A5, por su comodidad y de fácil transportación.	



<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Elaborar un manual de bioseguridad para la prestación de servicios.
<b>Estrategia</b>	Impresión de un manual de bioseguridad de la hostería.
<b>Objetivo general:</b> - Dar a conocer a los huéspedes las normas de bioseguridad se siguen dentro de la hostería.	
<b>Objetivos Específicos:</b> - Proporcionar un ambiente seguro a los huéspedes. - Tener un documento base para realizar la prestación del servicio. - Proporcionar un documento al personal para que conozca como realizar determinada actividad.	
<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b> - Recursos de los propietarios de las hosterías.	
<b>Responsables:</b> - Proprietarios de los establecimientos.	
<b>Parámetros a considerar para su diseño</b> - La información que se va a presentar. - Consideraciones de la OMT - Consideraciones de la OMS. - Registro fotográfico - Numero de impresiones	
<b>Beneficiarios</b>	- La hostería. - Los huéspedes



<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Impulsar el involucramiento del GAD parroquial a la reactivación turística de los establecimientos de hospedaje de la localidad.
<b>Estrategia</b>	Creación de un convenio entre la Asociación de hoteleros de Vilcabamba y el Gad Parroquial.
<b>Objetivo general:</b> - Involucrar al gobierno local en la reactivación turística del sector hostelero de la parroquia.	
<b>Objetivos Específicos:</b> - Generar trabajo conjunto de las partes involucradas. - Posicionar a Vilcabamba como un lugar seguro para realizar turismo y hospedarse. - Proponer actividades que favorezcan al mejor desarrollo del sector hotelero.	
<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b> - Recursos propios de los involucrados. - Recursos del GAD parroquial.	
<b>Responsables:</b> - Representantes de la Asociación de hoteleros de Vilcabamba. - GAD Parroquial.	
<b>Parámetros a considerar para su diseño</b> - Fijar los acuerdos. - Determinar las cláusulas del convenio. - Determinar los beneficios del convenio. - Duración del convenio	





<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Entregar incentivos a los huéspedes.
<b>Estrategia</b>	Entrega de kit de bienvenida a los huéspedes con materiales básicos de bioseguridad.
<b>Objetivo general:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incentivar a los huéspedes para que retornen a los establecimientos.</li> </ul>
<b>Objetivos Específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proponer un incentivo para que sea entregado a los turistas.</li> <li>- Crear fidelidad de los huéspedes.</li> <li>- Crear conciencia sobre el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad</li> </ul>
<b>Posibles fuentes de financiamiento:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos del propietario del establecimiento de hospedaje</li> </ul>
<b>Responsables:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietarios de los establecimientos de hospedaje.</li> </ul>
<b>Presupuesto: Costo de implementación:</b>	\$1.25 dólares
<b>Parámetros a considerar para su diseño</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El número estimado de huéspedes.</li> <li>- Adquisición de elementos de bioseguridad</li> <li>- Presupuesto.</li> </ul>
<b>Elementos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alcohol.</li> <li>- Mascarilla.</li> <li>- Jabón/desinfectante</li> </ul>



<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	Disminuir o mantener los precios del servicio de hospedaje.
<b>Estrategia</b>	Cerrar temporalmente otros servicios complementarios como la piscina. (que causan gastos elevando las tarifas, mantener reuniones con sus proveedores de insumos para acordar precios justos, consumir productos locales, contratar mano de obra local, acogerse a los incentivos tributarios)
<b>Objetivo general:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prestar un servicio de calidad y seguro a un precio cómodo.</li> </ul>
<b>Objetivos Específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disminuir el riesgo de contagio por Covid-19</li> <li>- Reducir los costos de la prestación del servicio.</li> <li>- Ofertar una tarifa accesible por el servicio de hospedaje.</li> </ul>
<b>Visión de futuro:</b>	Proporcionar a los huéspedes un lugar de calidad donde pernactar a un precio cómodo.
<b>Responsables:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietarios de los establecimientos de hospedaje.</li> </ul>
<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietarios de los establecimientos de hospedaje.</li> <li>- Huéspedes.</li> </ul>





**UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE LOJA**

**FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	<b>CAPACITAR AL SECTOR HOTELERO</b>		
<b>Estrategia</b>	<b>Talleres sobre Turismo Post Pandemia</b>		
<b>Detalles</b>	Nombre	1	2
		Taller Modalidades y tendencias post pandemia	Taller intercambio de experiencias
<b>Objetivo general:</b> - Capacitar al sector hotelero sobre las nuevas tendencias y patrones de consumo post pandemia. <b>Objetivos Especificos:</b> - Brindar las bases al sector hotelero sobre la nueva forma de operar. - Inducir a los participantes sobre las nuevas necesidades y preferencias de los turistas/huéspedes. - Lograr que los involucrados se adapten a la nueva normalidad. <b>Responsables:</b> - Representantes del Gad parroquial encargados del desarrollo turístico local. - Ministerio de turismo (MINTUR) <b>Temáticas:</b> - Conceptos generales del turismo. - Hospitalidad - Cambios del turismo post pandemia. - Nuevas tendencias del turismo. - Cambios en los patrones de consumo de los turistas.			



*¡Gracias!*

**Fuente:** Trabajo de campo.  
**Elaboración:** Diana Picoita

## **Anexo 18. Acta de socialización**

### **ACTA DE SOCIALIZACIÓN**

**“ESTRATEGIAS POST COVID-19 PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE TURISTAS EN LAS HOSTERÍAS DE TRES ESTRELLAS DE LA PARROQUIA VILCABAMBA, DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”**

**Fecha:** lunes, 15 de marzo de 2021.

**Hora:** 11h00 a.m.

**Lugar:** GAD Parroquial de Vilcabamba.

Siendo las 11:10 a.m. se procedió con la reunión para la socialización del proyecto de tesis **“ESTRATEGIAS POST COVID-19 PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE TURISTAS EN LAS HOSTERÍAS DE TRES ESTRELLAS DE LA PARROQUIA VILCABAMBA, DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”**.

A continuación, se procedió a dar lectura del orden del día, en donde primeramente se dio la bienvenida y agradecimiento por la asistencia, luego se procedió a llenar el registro de asistencia a la reunión, en la que se evidencio la presencia de las siguientes personas

- Lic. Carlos Ortiz, presidente del GAD Parroquial.
- Abelina Pineda, Administradora de la hostería “El Descanso de Ramsés”
- Carlos Quezada, Propietario de la hostería “Molino Tropical”
- Juan Taday, Propietario del Hotel “Valle Sagrado”
- Lizbeth Aguirre, Administradora del Hostel “Las Palmas”
- Elizabeth Domínguez, Propietaria del restaurante “La Terraza”
- Juan Ruilova, Propietario del Restaurante “Katherine”

Seguidamente se dio a conocer el tema del proyecto y cada uno de los objetivos de investigación, a su vez como parte introductoria se explicó como fue el desarrollo de la investigación y posteriormente se procedió a

explicar cada una de las estrategias planteadas en el proyecto de tesis, a la cual los asistentes mencionaron lo siguiente:

Para la estrategia 1 implementación de tecnología aplicable al sector hotelero, la Srta. Lizbeth Aguirre menciona que, aunque es una estrategia que implica un costo elevado, es muy útil en la actualidad.

Para la estrategia 2, implementación de plataforma para reserva de servicios, no existieron observaciones.

Para la estrategia 3, asociarse con los operadores turísticos de la zona, para vender productos compartidos, no existieron sugerencias

Para la estrategia 4, crear un convenio entre el sector hotelero y las compañías de transporte interno, no existieron sugerencias

Para la estrategia 5, realizar un plan de publicidad en redes sociales y mediante influencers, menciona Juan Taday que es muy buena idea, y que personalmente considera que es hoy en día es la mejor publicidad que se puede realizar y recomienda que quienes la lleven a cabo no realicen publicidad engañosa de su establecimiento, ya que perjudican a todos.

Para la estrategia 6, desarrollar un producto de promoción turística mediante el diseño de una guía turística de la localidad, menciona Elizabeth Domínguez, que esta es muy importante puesto que no existe en la parroquia una guía, y que incluso no existe ni siquiera mapas actualizados de la parroquia.

Para la estrategia 7, elaborar un manual de bioseguridad para la prestación de servicios, todos corroboran que es una excelente estrategia, ya que se debe buscar el bienestar de los turistas en los actuales momentos.

Para la estrategia 8, impulsar el involucramiento del GAD parroquial a la reactivación turística de los establecimientos de hospedaje de la localidad, menciona Elizabeth Domínguez que es una estrategia muy importante, ya



que en el periodo actual no existe apoyo por parte del GAD para el sector turístico de la parroquia.

Para la estrategia 9, impulsar el incentivo a los consumidores mediante la entrega de kit de bienvenida con materiales de bioseguridad y aseo personal, Abelina Pineda menciona que, aunque implicaría el incremento de gastos, ella esta presta a aplicar esta estrategia, que con el pasar del tiempo puede convertirse en una inversión, que le puede generar mayores ingresos a su establecimiento.

Para la estrategia 10, disminuir o mantener los precios del servicio de hospedaje, no existieron observaciones por parte de ningún asistente.

Para la estrategia 11, capacitar al sector hotelero sobre las nuevas modalidades y tendencias turísticas post pandemia, intervino la Sra. Elizabeth Domínguez, la cual menciona que se deberían dar también capacitaciones de recursos humanos a los miembros del GAD, para que no vean únicamente a los prestadores de servicios turísticos como sinónimo de dinero sino también como personas con espíritu de servicio.

Luego de concluir con la socialización de las estrategias, se receptaron las conclusiones generales del trabajo y además se aplicó una encuesta a los asistentes con la finalidad de evaluar el proyecto de tesis presentado.

Siendo las 11:56 minutos se dio por finalizada la socialización y se agradeció a todos los asistentes por su presencia.

## Anexo 19. Registro fotográfico – socialización.



**Fuente:** Trabajo de campo.  
**Elaboración:** Diana Picoita.

## Anexo 20. Hoja de conclusiones generales



UNL

Universidad  
Nacional  
de Loja

### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Registro de conclusiones generales emitidas por los asistentes de la socialización del día 15 de marzo del 2021.

#### Conclusiones:

- La propuesta es una buena iniciativa para el mejoramiento de la reactivación turística de la parroquia.
- Las estrategias planteadas son importantes para llevar a cabo la actividad turística en tiempos de pandemia y posterior a ello.
- No existe la colaboración necesaria por parte de las autoridades locales que ayude a la resiliencia de los problemas provocados por la pandemia.
- Que se de a conocer a las autoridades de la parroquia este tipo de trabajos, para coordinar el trabajo conjunto.

**Anexo 21. Encuesta de valoración del trabajo presentado.**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURISTICA**

La pandemia del Covid-19 a afectado fuertemente a todos los sectores económicos y en mayor proporción a la industria turística, es por ello que se desarrolló el presente estudio para contribuir a la reactivación mediante estrategias que permitan incrementar la afluencia de turistas post Covid.

Sírvase en contestar las siguientes preguntas.

		Si	No	En parte
1	¿Considera necesario que se realice socializaciones de este tipo de trabajos que contribuyan al desarrollo económico, social y ambiental de los negocios?			
2	¿Considera necesario que este estudio se aplique en otros establecimientos turísticos?			
3	¿Considera necesario el desarrollo de mesas técnicas que contribuyan al progreso turístico de la parroquia?			
4	¿Considera necesario que la Universidad Nacional de Loja a través de la carrera de turismo continúe haciendo investigaciones enfocadas al desarrollo turístico de la parroquia?			
5	¿Considera necesario que el GAD parroquial considere la ejecución de este tipo de investigaciones que aportan al desarrollo turístico y de esta forma se pueda superar la crisis del sector turístico provocada por la pandemia?			

6. En la escala del 1 al 5 ¿Menciones la importancia de las estrategias socializadas para la resiliencia del sector turístico ante la pandemia?

1 Nada importante		2 poco importante		3 Indiferente		4 Importante		5 Muy importante	
----------------------	--	----------------------	--	------------------	--	-----------------	--	---------------------	--

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Contenido

CARATULA .....	i
CERTIFICACIÓN .....	ii
AUTORIA .....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
1 TITULO .....	1
2 RESUMEN.....	2
ABSTRACT .....	4
3 INTRODUCCIÓN.....	6
4 REVISIÓN DE LITERATURA .....	9
4.1 Marco Conceptual .....	9
4.2 Marco teórico.....	12
4.3 Marco metodológico .....	15
4.4 Marco legal .....	18
5 MATERIALES Y METODOS.....	21
5.1 Materiales .....	22
5.2 Métodos .....	22
5.3 Técnicas.....	23
5.4 Metodología por objetivos .....	24
6 RESULTADOS.....	28
6.1 Diagnóstico de la situación actual, con respecto a la pandemia del Covid-19 de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja. ....	28
6.2 Propuesta de estrategias para incrementar la afluencia de turistas en las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja. ....	123
6.3 Taller de socialización de los resultados a los propietarios de las hosterías de tres estrellas de la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja. ....	139
7 DISCUSIÓN .....	143
8 CONCLUSIONES.....	145
9 RECOMENDACIONES.....	146
10 BIBLIOGRAFÍA.....	147
11 ANEXOS.....	152