

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS  
Y EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO**

**Modalidad en línea**

**TEMA:**

**Impacto en las ventas del sector hotelero a causa de la  
pandemia del Covid-19 en la ciudad de Guayaquil. Caso de  
estudio**

**AUTORA:**

**Calero Barros, Génesis Milena**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de  
Licenciada en Comercio**

**TUTORA:**

**Lic. Garcés Silva, Magaly Noemi MSc.**

**Guayaquil, Ecuador**

**24 de febrero de 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO**

**Modalidad en línea**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Calero Barros, Génesis Milena**, como requerimiento para la obtención del Título de **Licenciada en Comercio**.

**TUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**Garcés Silva, Magaly Noemi, MSc.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Pico Versoza, Lucia. Mgs**

**Guayaquil, a los 24 días de mes de febrero del 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE COMERCIO**

**Modalidad online**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Calero Barros, Génesis Milena**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Impacto en las ventas del sector hotelero a causa de la pandemia del Covid-19 en la ciudad de Guayaquil. Caso de estudio**, previo a la obtención del Título de **Licenciada en Comercio**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 24 días de mes de febrero del 2022**

**EL AUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**Calero Barros, Génesis Milena**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO

Modalidad online

## AUTORIZACIÓN

Yo, **Calero Barros, Génesis Milena**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Impacto en las ventas del sector hotelero a causa de la pandemia del Covid-19 en la ciudad de Guayaquil. Caso de estudio, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 24 días de mes de febrero del 2022**

**EL AUTOR**

f. \_\_\_\_\_  
**Calero Barros, Génesis Milena**



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en toda mi vida, dándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

A mis padres Virginia Barros y Javier Calero por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado en mi carrera universitaria, pese a las adversidades y obstáculos que se presentaron.

Agradezco a mi tutora de tesis Lcda. Magaly Garcés Silva MSc, quien, con su experiencia, conocimiento, motivación, enseñanzas me orientó en mi investigación y carrera universitaria.

A tí por ser mi paz, tranquilidad y apoyo en todo momento S.A.

Solo tengo una sonrisa y espero una devuelta.

## **DEDICATORIA**

Se lo dedico a quienes me inspiraron con sus motivaciones, a quienes me ayudaron con lo más mínimo, gracias a eso he logrado llegar a donde estoy ahora.  
A mis padres por el esfuerzo que hacen diariamente por nosotros.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO**

**MODALIDAD ONLINE**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**EC. LUCÍA PICO VERSOZA, Mgs.**

DIRECTORA DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**ECON. MIGUEL REYES, MGS.**

COORDINADOR DE UNIDAD DE TITULACIÓN ( e)

f. \_\_\_\_\_

**ING. PAOLA TRAVERSO, Mgs.**

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO**

**MODALIDAD ONLINE**

**CALIFICACIÓN**

---

**f.**

**LIC. MAGALY NOEMI GARCES SILVA, Mgs.  
TUTORA**

# ÍNDICE

REPORTE URKUND .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
DEDICATORIA.....	VII
RESUMEN .....	XV
ABSTRACT .....	1
Introducción.....	2
Justificación.....	4
Objetivo General.....	5
Objetivos Específicos .....	5
Línea de Investigación.....	5
CAPÍTULO I.....	7
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.1. Antecedentes .....	7
1.2. Planteamiento del problema.....	8
1.3. Delimitación del problema .....	10
1.4. Formulación del problema.....	10
1.5. Preguntas directrices .....	10
CAPÍTULO II .....	11
MARCO TEORICO .....	11
2.1. Estudios Previos .....	11
2.2. Teorías relacionadas al estudio de caso.....	15
2.2.1. Crisis del turismo en el Ecuador.....	15
2.2.2. Ingresos generados vía turismo y sector hotelero .....	16
2.2.3. Clasificación y definición de los establecimientos del sector hotelero.....	20
2.2.4. Sector hotelero post pandemia.....	21
2.2.5. Reactivación del sector hotelero.....	22
2.2.6. Políticas del Ecuador para el sector hotelero .....	24
2.3. Marco Conceptual.....	25
2.3.1. Turismo .....	25
2.3.2. Hotel .....	26
2.3.3. Sector hotelero.....	26
2.3.4. Ventas .....	26
2.3.5. Estrategias comerciales.....	26

2.3.6. Reactivación económica.....	27
2.3.7. Pandemia Covid - 19 .....	27
2.4. Marco Legal .....	27
2.4.1. Constitución del Ecuador.....	27
2.4.2. Ley de Turismo .....	28
2.4.3. Estatuto Orgánico por procesos del Ministerio de Turismo .....	30
2.4.4. Medidas generadas por el Gobierno del Ecuador.....	30
2.4.5. Plan Estratégico Institucional (PEI) .....	31
2.4.6. Recomendaciones internacionales.....	32
CAPÍTULO III.....	35
Metodología .....	35
3.1. Diseño de investigación.....	35
3.2. Unidades de investigación.....	36
3.3. Técnicas de investigación .....	37
3.4. Técnicas de análisis de datos .....	43
3.5. Estrategias de triangulación .....	46
CAPÍTULO IV.....	48
TRABAJO DE CAMPO .....	48
4.1. Selección de la institución .....	48
4.2. Perfil de los entrevistados .....	50
4.3. Realización y procesamiento de los instrumentos.....	51
4.4. Análisis e interpretación de resultados .....	77
4.5. Redacción del estudio de caso.....	80
4.5.1. Descripción de la situación actual .....	80
4.5.2. Descripción de la situación propuesta.....	85
Conclusiones y recomendaciones.....	88
Conclusiones.....	88
Recomendaciones .....	90
Bibliografía .....	91
Anexos .....	98
Correo de entrevistas .....	98

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Dimensión y técnicas.....	39
Tabla 2 Categorías y subcategorías .....	43
Tabla 3 Definición para la subcategoría .....	44
Tabla 4 Variables de encuestas y entrevistas .....	45
Tabla 5 Elementos de investigación .....	46
Tabla 6 Edad promedio de encuestados.....	52
Tabla 7 Género promedio de encuestados .....	52
Tabla 8 Motivos al realizar un viaje.....	53
Tabla 9 Viaje en pandemia .....	54
Tabla 10 Acompañantes en el viaje.....	55
Tabla 11 Preferencia tipo de alojamiento .....	56
Tabla 12 Reserva de alojamiento .....	57
Tabla 13 Tiempo de hospedaje .....	58
Tabla 14 Característica al realizar una reserva.....	59
Tabla 15 Último hospedaje .....	60
Tabla 16 Precio de hoteles en pandemia .....	61
Tabla 17 Asociación hotelera provinciales afiliadas .....	67
Tabla 18 Premio world travel awards hoteles de Guayaquil .....	69
Tabla 19 Establecimientos registrados 2019.....	69
Tabla 20 Registro de establecimientos por categoría 2019.....	72
Tabla 21 Registro de alojamientos 2020 .....	76
Tabla 22 Registro de alojamientos por categoría 2020.....	77
Tabla 23 Resultado de búsqueda relevante de la encuesta.....	78
Tabla 24 Ventas del sector alojamiento 2021 .....	81
Tabla 25 Recaudación del sector alojamiento 2021 .....	82

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género promedio encuestado .....	53
Gráfico 2. Motivos al realizar un viaje.....	53
Gráfico 3. Viaje en pandemia 2020 .....	54
Gráfico 4. Acompañantes en el viaje .....	55
Gráfico 5. Preferencia tipo de alojamiento .....	56
Gráfico 6. Reserva de alojamiento .....	57
Gráfico 7. Tiempo de hospedaje.....	58
Gráfico 8. Característica al realizar una reserva .....	59
Gráfico 9. Ultimo Hospedaje .....	60
Gráfico 10. Precio de hoteles en pandemia .....	61
Gráfico 11. Balanza turística 2016 - 2020 .....	80
Gráfico 12. Evolución de ventas desde el 2017 – 2021 .....	81
Gráfico 13. Recaudaciones del sector 2020 – 2021 .....	83
Gráfico 14. Tasa de ocupación en hoteles (OCC) .....	83
Gráfico 15. Tarifa promedio por habitación (ADR).....	84
Gráfico 16. Ingreso por habitación desocupada (RevPAR) .....	84
Gráfico 17. Evolución histórica de alojamiento .....	85

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Participación del sector hotelero .....	13
Figura 2 Establecimientos hoteleros registrados .....	14
Figura 3 Llegada de extranjeros .....	16
Figura 4 Llegada de extranjeros de forma mensual 2020.....	17
Figura 5 Turismo interno del Ecuador .....	18
Figura 6 Ventas periodo 2019 - 2020 .....	19
Figura 7 Ingreso de turistas .....	20
Figura 8 Prioridades del plan de reactivación .....	23
Figura 9 Primera categoría: Hotel Hilton Colon.....	48
Figura 10 Segunda categoría: Hotel la Perla .....	49
Figura 11 Tercera categoría: Andy Hotel.....	50
Figura 12 Asociación hotelera provinciales afiliadas.....	67
Figura 13 Participación hotelera en el paro nacional 2019 .....	68
Figura 14 Ventas del sector hotelero por provincia 2019.....	70
Figura 15 Registro de ventas mayo a diciembre 2020.....	73
Figura 16 Registro de ventas mayo a diciembre 2019.....	74
Figura 17 Reporte de ventas 2020 .....	75

## RESUMEN

Mediante el siguiente trabajo de investigación se enfocó en analizar las consecuencias producidas en las ventas del sector hotelero por la pandemia en el año 2020 en la ciudad de Guayaquil. Por lo cual, se estableció como metodología basada en las técnicas de revisión documental que permite la identificación y búsqueda de información en las principales bases de datos, la entrevista realizada a representantes de hoteles de la zona y encuesta realizada a una muestra seleccionada en la ciudad de Guayaquil con 12 preguntas que permiten conocer la tendencia de viajes y estancia. Finalmente, con los datos recopilados se propone una serie de estrategias comerciales que busca promover la imagen de los hoteles y la capacidad de respuesta como la confianza para que los turistas se sientan que son importantes y el nivel de reservas aumente de forma paulatina de acuerdo con las medidas implementadas a nivel local y nacional.

**Palabras claves:** Turismo, Pandemia, Hoteles, económica, comercio, Guayaquil.

## **ABSTRACT**

Through the following research work, it focused on analyzing the consequences produced in the sales of the hotel sector by the pandemic in the year 2020 in the city of Guayaquil. Therefore, it was established as a methodology based on documentary review techniques that allow the identification and search of information in the main databases, the interview carried out with representatives of hotels in the area and a survey carried out on a selected sample in the city. of Guayaquil with 12 questions that allow to know the tendency of trips and stay. Finally, with the data collected, a series of commercial strategies are proposed that seek to promote the image of the hotels and the responsiveness such as trust so that tourists feel that they are important, and the level of reservations increases gradually in accordance with measures implemented at local and national level

**Keywords:** Tourism, Pandemic, Hotels, economy, trade, Guayaquil.

## Introducción

La enfermedad conocida como covid-19 tuvo origen en la ciudad de Wuhan en diciembre 2019, esto generó un temor mundial ocasionando el cierre de aeropuertos, fronteras y puertos de todos los países, debido a su alta morbilidad y contagio masivo, este virus afectó el comportamiento, la salud y la economía mundial, causando resultados devastadores e irreversibles. El 30 de enero del año 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declara una alerta sanitaria a nivel internacional, posterior a esta declaración, el 11 de marzo del mismo año la OMS procede a declarar estado de pandemia mundial por la rápida propagación del virus y mortalidad.

Como consecuencia de la pandemia que afectó a nivel mundial y a todos los sectores comerciales, siendo más afectado el sector hotelero debido al confinamiento y cierre de vías para el turismo, estos debieron cerrar sus puertas temporalmente, del mismo modo que al tener restricciones los turistas optaron por postergar y cancelar los vuelos, las reservas y eventos que ya habían sido programados.

El sector hotelero abarca un paraguas de los contratistas de servicios, tales como agencia de viajes y restaurantes, ubicarse como uno de los sectores que son de mayor diversificación que generar fuentes de empleo directos y mejoran la economía del país. Se ha convertido en el representante de un importante rubro económico el cual estaba en desarrollo y a su vez este generaba fuentes de empleo que correspondía al 6.1% antes de pandemia, esta cifra se vio afectada a partir de marzo del 2020 por los cierres temporales y definitivos de los hoteles. (Mackay, 2020). El Consejo Mundial de viajes y turismo (WTTC) entre el año 2001 y 2018 realizó un análisis de 90 crisis que más impactaron al sector hotelero y el tiempo en el cual podían recuperar su liquidez se extendía de 10 a 28 meses, ahora en pandemia para que se pueda lograr una recuperación

completa tendría como tiempo un promedio de 19.4 meses (Madrid Francisco, 2020).

En el mes de julio del 2020 se registró un 9% de ocupación en alojamiento, motivo por el cual muchos hoteles cerraron sus puertas, entre ellos se encuentra el Barceló Colon Miramar, a nivel económico se estima que las perdidas hayan sido al menos de \$ 42,7 millones de dólares (Turismo C. d., 2020).

El desarrollo de la investigación se resume en cuatro capítulos en los cuales se describen las actividades ejecutadas con el fin de desarrollar el estudio de caso correspondiente.

En el capítulo I, se detallan los antecedentes, el planteamiento, la formulación del problema y las preguntas directrices, junto con la delimitación generando así las razones por las cuales se da prioridad a esta investigación.

En el capítulo II, se describen los estudios previos, las teorías relacionadas, el marco conceptual y el marco legal, estableciendo como temas principales: el turismo, el sector hotelero.

En el capítulo III, se demuestra la metodología utilizada en la investigación, indicando el diseño, las unidades, las técnicas de investigación y las de análisis de datos, así como las estrategias de triangulación para recolectar toda la información y poder estructurar la propuesta.

En el capítulo IV, se expone todo el trabajo de campo realizado desde las entrevistas, encuestas y análisis de datos de acuerdo con las técnicas y estrategias indicadas en el capítulo anterior, para finalmente, generar las conclusiones y recomendaciones respectivas.

## Justificación

El propósito es identificar las complicaciones provocadas por la pandemia y el tiempo que les ha tomado a los hoteles recuperar su liquidez, con base en dicha información se ejecutará un plan de acción para evitar el cierre de establecimientos debido a la falta de ingresos, también se considerará posibles vías de salidas y estrategias para la reactivación debido a que “entre enero y marzo de 2021 se recibió 180 millones menos de llegadas de turistas internacionales si lo comparamos con el primer trimestre del pasado año” (OMT, 2021). Por otro lado, si la mayoría de los hoteles redujeran sus precios en alojamiento al observar la baja afluencia de personas, la consecuencia haría que el resto quede fuera del mercado, convirtiéndose en un efecto dominó y viéndose obligados a bajar también sus precios sin así desearlo

Los continentes como Asia y el Pacífico son los que se mantienen con los niveles más bajos de actividad turística, teniendo una caída del 94% de las llegadas internacionales durante el trimestre, esto tuvo un descenso con cifras de 73% de las llegadas de turistas internacionales en el mundo en 2020, el peor año que ha registrado el sector (OMS, 2021).

“El gobierno al mandato de Lenin Moreno desarrolló un plan de apoyo el cual consiste en que los hoteles accedan al comercio electrónico mediante una plataforma que les permitió la creación de páginas webs gratuitas, la misma que fue lanzada en agosto del 2020” (Encuentro, 2020). La presencia hotelera no solo significa ingresos para el país sino una fuente de generación de empleo para los ecuatorianos.

“Hasta mayo del 2021 Ecuador ocupaba la novena posición con la menor tasa de crecimiento de la región, posterior de Venezuela que registra una contracción esperada de 10% en relación con 2020” (Ekos, 2021). Ecuador tiene el desafío de añadir

más dinamismo a su economía, tras dos años de estancamiento y reducción de su producción debido a que,

si existiese una aceleración en la recuperación de las economías, presionaría al país elevar las tasas de interés y pondría en dificultades el escenario económico y social (Thornton, 2021).

### **Objetivo General**

Analizar las consecuencias producidas en las ventas del sector hotelero a causa de la pandemia en el año 2020 en la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos Específicos**

- Definir situación conflicto ocasionada por la pandemia
- Determinar factores que limitaron el crecimiento de las ventas del sector hotelero
- Analizar los resultados de la investigación para establecer estrategias comerciales en el sector hotelero
- Realizar un análisis comparativo sobre el comportamiento de las ventas antes y post pandemia.

### **Línea de Investigación**

El estudio de caso se identifica en la siguiente línea de investigación:

Línea de Facultad # 01: Organización y dirección de empresas.

Línea de Carrera # 01: Estudio del comportamiento de ventas en el sector de bienes tangibles e intangibles en todo el territorio nacional en los últimos 5 años

**Análisis:** Se eligió esta línea de investigación debido a que las ventas de los hoteles han bajado en el año 2020 y se estudiará la trazabilidad de estas en el periodo 2020 al 2021 y se determinará los factores que inciden en la compra de reservas de alojamiento, además de considerar los cambios que hubo por pandemia en Guayaquil.

# CAPÍTULO I

## DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

### 1.1. Antecedentes

En la edad media se pudo observar un surgimiento de los comercios impulsando un desarrollo sostenible de hoteles, la mayoría de ellos tenían su operación desde los monasterios (Martínez, Majó, & Casadesús, 2016, pág. 2). La aparición de la revolución industrial fue un factor contribuyente al progreso de estos.

La pandemia conocida como covid-19 fue la causante de generar afectaciones para los sectores comerciales a nivel mundial, dentro de ese grupo se encuentra el sector hotelero quien tuvo una menor rentabilidad comparado a los años anteriores a causa de la cuarentena dispuesta por el gobierno electo en su momento. (Rivas, 2020). Existen pérdidas del 50% al 80% en el sector hotelero Latinoamericano, en la categoría de hoteles pequeños y medianos se vio reflejado una ocupación de las instalaciones menor al 12% de su capacidad, al no contar con suficiente liquidez los dueños de los establecimientos optaron por utilizar los fondos de reserva

El primer caso de covid-19 se confirmó en Brasil el 25 de febrero del 2020 a una persona de la tercera edad, la cual habría viajado desde Italia en donde ya se había confirmado el brote de la enfermedad a gran escala. Este brote fue una advertencia para los demás países latinoamericanos, debido a que en pocos días su propagación fue acelerada en diferentes países del mundo, esto provocó el cierre de fronteras, puertos, terminales y aeropuertos, con el fin de contener y evitar la propagación de esta enfermedad en más personas.

Durante el año 2019 se obtuvo un crecimiento turístico del 4% a nivel mundial, esta tasa fue superada por los años anteriores por una

desaceleración económica mundial (OMT, 2020). La aparición del covid-19 ha sido un enemigo comercial y económico de manera mundial.

Con base en esto, los dos últimos decenios han aparecido diferentes epidemias del mismo modo que se perjudicó la salud y estabilidad financiera mundial, como resultado se obtuvo pérdidas humanas y económicas, al punto que se indica “el turismo una de las actividades más afectadas a nivel mundial y nacional. Varios subsectores turísticos, a través de sus representantes gremiales, han expresado lo complejo de la situación en varias reuniones, entrevistas y comunicaciones escritas. Esta crisis ha producido significativas pérdidas económicas, tanto en la zona urbana como en las parroquias rurales” (Ministerio de Turismo, 2020, pág. 7).

## **1.2. Planteamiento del problema**

Desde el inicio de la epidemia y a medida que avanzaba, la Organización Mundial de la Salud (OMS) emitió su primer informe sobre los riesgos y consecuencias al contraer el virus conocido como covid – 19, “el director Tedros Adhanom Ghebreyesus consideró caracterizarla como pandemia por la rápida propagación en los países, por lo cual se emitió una declaratoria de pandemia a nivel mundial el 11 de marzo del 2020.” (OMS, 2020).

Pandemia no es una palabra para usar a la ligera o descuidadamente. Es una palabra que, si se usa incorrectamente, puede causar un miedo irrazonable o una aceptación injustificada de que la lucha ha terminado, lo que lleva a un sufrimiento y muerte innecesarios. (Ghebreyesus, 2020).

“La primera acción que promovieron las naciones fue el cierre de fronteras terrestres, aéreas y marítimas con el fin de evitar que el

virus se propague masivamente, siendo el sector hotelero el más afectado hasta la fecha.” (OMT, 2020). En Ecuador se empezaron a tomar las respectivas medidas de confinamiento y bioseguridad debido a que “El presidente Lenin Moreno decretó el 11 marzo del 2020 una emergencia sanitaria nacional.” (El comercio, 2020).

Esto provocó un cambio en el estilo de vida que se mantenía, a su vez se contrajo inestabilidad económica debido al cierre temporal de negocios y empresas, el sector hotelero entró en una grave depresión por la baja o nula demanda de turistas, debido a las cancelaciones masivas de las reservaciones y el reembolso monetario que exigían sus clientes.

Esta situación aumentó la tasa de desempleo por falta de liquidez en los hoteles, “entre marzo y julio del 2020 el sector turístico-hotelero registró pérdidas por \$ 163 millones.” (El universo, 2020). En las operaciones que se generan por parte de las empresas del sector hotelero, cuentan con varios procesos con una complejidad que se limita a ciertos elementos como la categoría del hotel, dimensión y ubicación basada en la localización geográfica, etc.

A nivel de la ciudad, se reconoce que “existen 63 hoteles los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente forma; 24 segunda categoría, 16 tercera categoría, 13 cuarta categoría y 10 son de lujo.” (Ministerio de Turismo, 2021). “La federación hotelera del Ecuador calcula que 52 hoteles a nivel nacional tuvieron que cerrar sus puertas en el 2020 por no poder cubrir sus costos operativos.” (Alvarado, El Comercio, 2020). Los estragos del coronavirus son evidentes debido al impacto que tuvo en la disminución de la oferta y demanda.

### **1.3. Delimitación del problema**

La delimitación del problema se enmarca en los siguientes lineamientos:

- Ciudad: Guayaquil
- Factor de Estudio: nivel de ventas durante los 2 años y el declive por pandemia
- Tiempo: informes realizados a partir del 2019 al 2021

### **1.4. Formulación del problema**

¿Cómo ha afectado la pandemia del Covid 19 en el impacto a las ventas del sector hotelero en el año 2020?

### **1.5. Preguntas directrices**

- ¿Cuáles son las medidas externas que han influido en las ventas en el sector hotelero de Guayaquil a causa de covid – 19?
- ¿Cuáles son las medidas internas que han generado un impacto económico en la recesión de las ventas en el sector hotelero de Guayaquil a causa de covid – 19?
- ¿Cómo ha respondido el sector hotelero de Guayaquil frente al impacto económico en las ventas a causa de covid – 19?

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1. Estudios Previos**

El estudio “Impacto financiero del Covid-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación” de los autores Becerra, Vega & Orellana (2020) tiene como objetivo analizar de manera exhaustiva el impacto que el Covid-19 ha causado en el sector turístico del país. Para su investigación, se desarrolló un caso de estudio y una lista de opciones estratégicas para el gobierno. De acuerdo con la metodología cualitativa y un enfoque descriptivo se realizó la recolección de información y los resultados demostraron que el sector es uno de los más importantes para el desarrollo del país; además, mediante el caso de estudio se observó la disminución del volumen de ventas, recaudación de tributos y empleo en todas las áreas. Finalmente, se concluye que para una reactivación es necesario el apoyo del gobierno y replantear los lineamientos adoptados hasta el momento.

En el artículo “La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica” de los autores Proaño, López & Chérrez (2020) presenta como objetivo analizar la situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. El desarrollo de la investigación se basó en la información publicada en los diferentes comunicados oficiales de organismos a nivel global como la Organización Mundial de Turismo (OMT), la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización Internacional de Trabajo (OIT), y de igual forma a nivel local el Ministerio de Turismo (MINTUR), Ministerio de Salud Pública (MSP), los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs), reportajes o publicaciones de medios de comunicación como periódicos y otros medios digitales. Los resultados evidencian que habrá una caída del producto bruto interno (PBI) de - 9,1% para la región en 2021, donde el sector de viajes y turismo es el

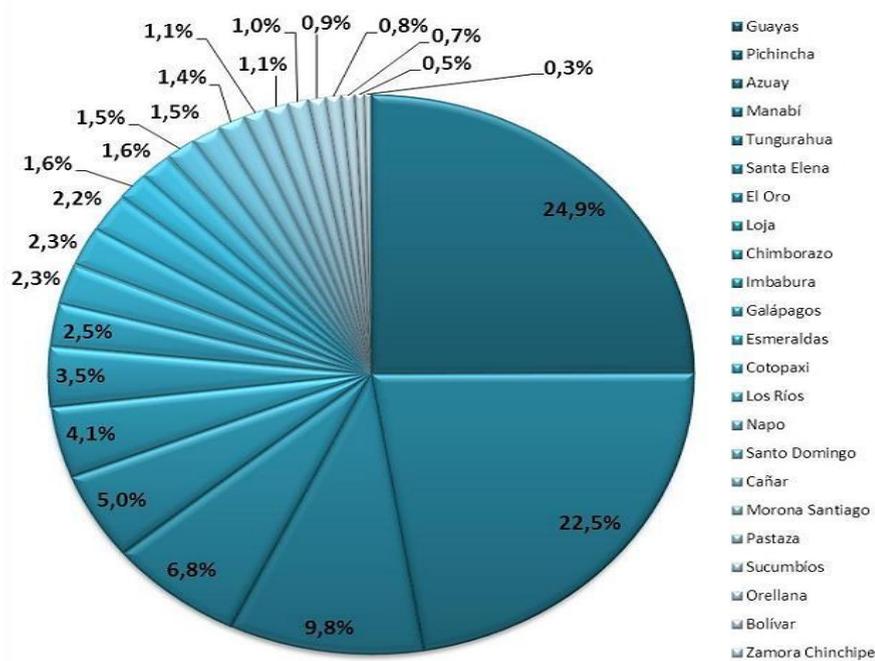
más afectado mientras que su recuperación sólo depende de la cuantificación, la recuperación y la reactivación.

En el artículo “El Covid – 19 y su impacto económico en las empresas hoteleras de Guayaquil – Ecuador” de los autores Pinargote & Loor (2021) se expresa el objetivo de conocer la incidencia económica generada por el Covid -19 en el sector hotelero de Guayaquil y así determinar las posibles alternativas para la reactivación considerando la capacidad de las empresas hoteleras en la actualidad; para ello, se utilizó un estudio descriptivo y se utilizó como herramientas a las encuestas para tener la perspectiva de los turistas relacionada con el impacto de la pandemia y la desaceleración económica. Como resultados se obtuvo que Guayaquil mantiene una imagen apropiada y que cuenta con la oferta necesaria, aunque la situación actual no es buena; sin embargo, se tiene buenas expectativas para el futuro relacionadas con las estrategias establecidas por el Gobierno nacional.

De acuerdo con las cifras generadas por las instituciones del Estado se evidencia que el sector presentó un importante crecimiento en las últimas décadas, por lo que, se ubicó “en el puesto 11 de 18 industrias a nivel nacional, con un aporte de \$2.414 millones de dólares en 2019 (2,2% del PIB) y, una tasa promedio de variación interanual de 8,9% entre 2007 y 2019” (CEDIA, 2020, pág. 1). El sector hotelero hasta el 2019 contaba con una participación del 24,9% de los establecimientos ubicados en Guayaquil como se evidencia en la siguiente figura:

**Figura 1**

*Participación del sector hotelero*

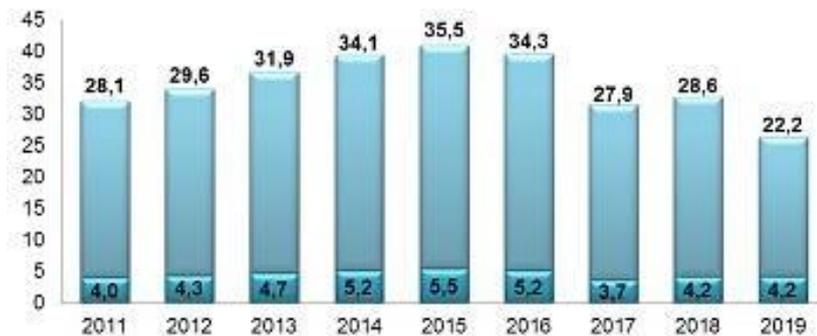


*Nota.* Reproducida de *Participación del sector hotelero*, de Corporación Ecuatoriana para el desarrollo de la investigación y la academia, 2020 ([www.cedia.edu.ec](http://www.cedia.edu.ec)). Go Daddy G2

Para el año 2019 se contaba con 4.221, donde el 80,7% corresponden a hostales y hoteles a nivel nacional; mientras que el 85,5% de establecimientos pertenecieron a las categorías 1, 2 y 3 estrellas. Y de acuerdo con esta estructura se presentó que se dio trabajo a aproximadamente cerca de 22150 empleados y el reporte de ventas para estancias cortas alcanzaron cerca de “de \$477,20 millones de dólares en 2019, una variación de 2,7% respecto al 2018 y un crecimiento promedio de 3,0% entre 2011 y 2019” (CEDIA, 2020, pág. 2).

**Figura 2**

*Establecimientos hoteleros registrados*



*Nota.* Reproducida de *Establecimientos hoteleros registrados*, de Corporación Ecuatoriana para el desarrollo de la investigación y la academia, 2020 ([www.cedia.edu.ec](http://www.cedia.edu.ec)). Go Daddy G2

La ciudad de Guayaquil es conocida como la gran capital comercial del Ecuador y debido a ello, genera el mayor aporte en el Producto Interno Bruto (PIB). Además, se presenta como una ciudad de oportunidades, que está en continuo crecimiento, pero del mismo modo cuenta con desafíos relacionados con la seguridad, el emprendimiento, las ordenanzas y toda clase de permisos necesarios para impulsar la actividad comercial (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2019).

Para conocer el estado de la situación hotelera en el país se cuenta con varias investigaciones como “Evaluación de la calidad de los servicios hoteleros de segunda categoría del sector céntrico de Guayaquil” de los autores Zambrano & Arteaga (2017), donde se tiene como objetivo determinar si existen falencias en el servicio para mejorar la gestión de sus elementos tangibles e intangibles que inciden en la satisfacción de sus usuarios de los hoteles de segunda categoría. Para la metodología se estableció la recopilación de información a través de encuestas, y los resultados demostraron que durante el periodo de estudio se presentaron fallas en la gestión de sus recursos tangibles e intangibles al tener un 63% de turistas cuyas expectativas no fueron

cumplidas satisfactoriamente y se concluye que para lograr la satisfacción se debe mejorar la calidad de los servicios y establecer un manejo en base a valores.

## **2.2. Teorías relacionadas al estudio de caso**

### **2.2.1. Crisis del turismo en el Ecuador**

Las limitaciones en el sector se concentran en “insuficiente señalización turística, limitada cobertura sanitaria, la red vial y fluvial en muy malas condiciones, deficiente infraestructura hotelera de primer nivel, no aprovechamiento de las potencialidades naturales, culturales y étnicas, unido a una baja reputación de la infraestructura de transporte aéreo” (Romero, 2017, pág. 277).

Sin embargo, la demanda mantuvo una solidez desde 2016 cuando se alcanzó una cifra suficiente de turistas que permitieron mantener un crecimiento sostenido, pero su participación el Producto Interno Bruto (PIB) se ha mantenido alrededor de 1.6%, por lo que no se ha convertido en un importante aporte para la balanza como se esperaba (Romero, 2017).

Para el caso de Ecuador, el turismo forma parte de la matriz productiva; por lo cual, se tiene como reto preservar y promocionar nuevos productos que permitan generar el crecimiento económico deseado; pero cuando llegó la pandemia el escenario cambió y fue importante indicar el establecimiento de varias medidas como el confinamiento que ha provocado la destrucción de varios negocios (Rojo & Bonilla, 2020).

El sector hotelero de Guayaquil está conformado por varios hoteles de prestigio compuesto por familias de la ciudad y otros accionistas. Mediante la gestión del M. I. Municipio de Guayaquil, hasta antes de pandemia se mantenía un alto índice de competitividad enfocado principalmente en mejorar la calidad a nivel organizacional, a

la reducción de costes y el intercambio de información entre los diferentes sectores (Montero, Farfán, & San Andrés, 2017).

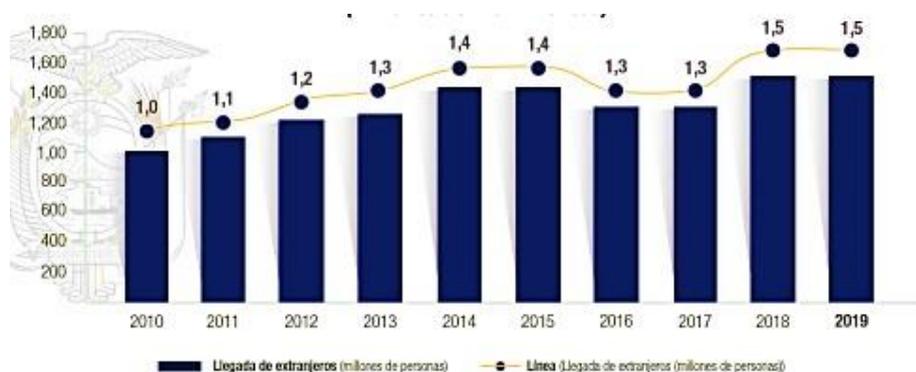
Las cadenas hoteleras que existen en la ciudad de Guayaquil han sido reconocidas a nivel mundial y se adecuan a las necesidades de los clientes, que cada vez son mayores; por lo que, se operaba con el enfoque hacia brindar un verdadero valor agregado integrando todos los servicios necesarios para mantener la innovación en la oferta disponible y ubica a la industria entre las sextas con un aporte al empleo nacional importante (Montero, Farfán, & San Andrés, 2017).

### 2.2.2. Ingresos generados vía turismo y sector hotelero

Desde el 2016 se verifica que se presentaron disminuciones en la llegada de extranjeros en el país debido a ciertos comportamientos externos como la baja apreciación del dólar estadounidense y algunos eventos internos como el terremoto ocurrido en abril del 2016 en la provincia de Manabí. Sin embargo, para el año 2018 se observa un ligero incremento.

**Figura 3**

*Llegada de extranjeros*



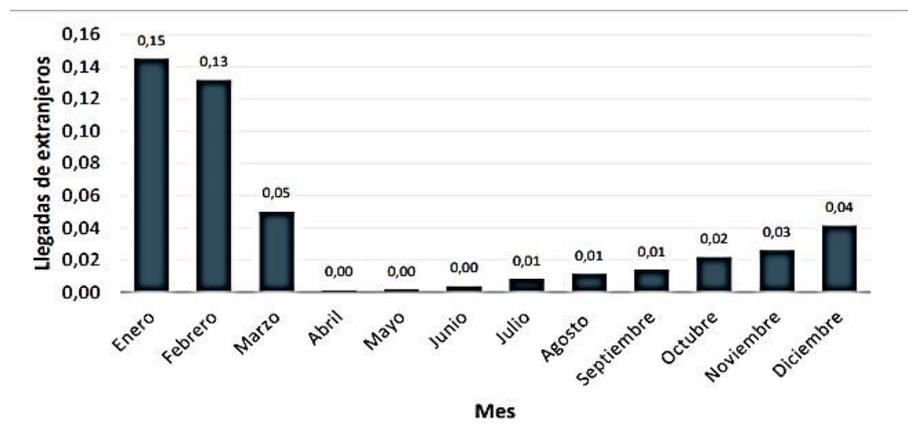
*Nota.* Reproducida de *Llegada de extranjeros*, de Ministerio de Turismo, 2020 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)). Sectigo CA

De acuerdo con las cifras se determinó la llegada de turistas hasta diciembre de 2019 con una cifra positiva, que explicaba un incremento fue de un 4,3 %; además, el sector se vio gravemente perjudicado durante el paro de octubre, que se profundizó con la llegada de la pandemia exponiendo que el total de visitantes incluyendo a venezolanos se tiene una balanza negativa entre enero del 2020 y enero del 2019 (Castro, Mackay, Ruiz, & Poveda, 2020).

Durante el 2020, los turistas internacionales comenzaron a disminuir su llegada al país al punto, de presentar -70,25% con respecto al 2019. Como se evidencia, en la siguiente figura, para los meses de abril, mayo y junio no se presentó ningún tipo de actividad afectando así gravemente al sector, con la reactivación paulatina se han ido incrementando la tasa de ingreso.

**Figura 4**

*Llegada de extranjero de forma mensual en 2020*

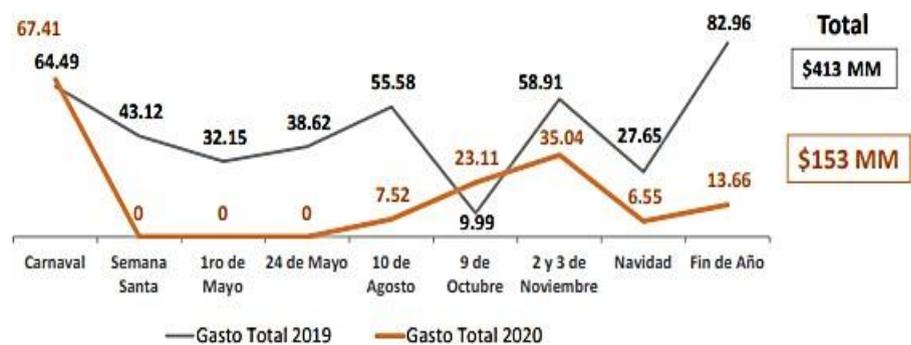


*Nota.* Reproducida de *Llegada de extranjero de forma mensual en 2020*, de Superintendencia de Compañía, valores y seguros, 2021 ([www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)). Sectigo RSA CA

Sin embargo, debido a la emergencia sanitaria la contribución directa que realizaba el turismo al Producto Interno ha disminuido de un 2,2% a 1,2%. Mientras que el ingreso de extranjeros descendió en un 70,25% con respecto al año anterior y los viajes internos también se han visto afectados por las disposiciones de movilidad, aportando con US\$153 MM como se evidencia en la siguiente figura:

**Figura 5**

*Turismo Interno del Ecuador*



*Nota.* Reproducida de *Turismo interno del Ecuador*, de Ministerio del Turismo, 2020 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)). Sectigo RSA CA

En cuanto a las actividades de alojamiento y servicios de comida debido a la pandemia, existió un decrecimiento de 31,81% con respecto a diciembre 2019 en el empleo turístico. Mientras que las ventas presentaron una notable disminución durante todo el año, lo que ha representado grandes pérdidas para el sector alcanzando USD 2772,7 millones como se evidencia en la siguiente figura:

**Figura 6**

*Ventas periodo 2019 - 2020*



*Nota.* Reproducida de *Ventas periodo 2019 – 2020*, de Ministerio del Turismo, 2020 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)). Sectigo RSA CA

La ciudad de Guayaquil mantiene varios lugares turísticos para visitar y es un gran lugar de atracción para los ciudadanos extranjeros, constantemente se encuentra en la creación de nuevos productos para mejorar sus ingresos, por lo que, mantiene la promoción turística por medio de las redes sociales y páginas web, donde se ofrecen la información necesaria para que los visitantes puedan conocer la ciudad y realizar diferentes actividades (Zerda B., Gutiérrez N., Cruz S., & Cali N., 2018).

Con la pandemia, se impulsó el turismo interno con el fin de generar ingresos en determinados sitios e impulsar la revalorización del patrimonio en los ciudadanos, en este momento, también se generó una oportunidad conocida como turismo de proximidad, donde se resaltan las estrategias para reactivar el turismo receptivo e interno (Molina, Mañay, Mamarandi, & Villagrán, 2021).

## Figura 7

### *Ingreso de Turistas*

Jefatura de Migracion	Viajes	Viaje%
Quito	668.715	43,57%
Guayaquil	465.245	30,31%
Tulcan - Rumichaca	181.474	11,82%
Huaquillas	148.836	9,70%
Sucumbios	22.223	1,45%
Macará	13.809	0,90%
Esmeraldas	11.127	0,73%
Manta	7.280	0,47%
Zapotillo	5.047	0,33%
Machala	3.483	0,23%
Salinas	3.196	0,21%
San Lorenzo	2.435	0,16%
San Cristobal	1.083	0,07%
Espindola	373	0,02%
Latacungaa	118	0%
Pto Ayora	73	0%
Chinchi	66	0%
Lago Agrio	50	0%

*Nota.* Adaptada de *Ingreso de turistas*, de Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2020 ([www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec)). DigiCert CA1

De acuerdo con los datos obtenidos durante el año 2019, cuando se presentó la pandemia, lo que ubicó a Guayaquil después de Quito, donde mantuvo un ingreso de turistas extranjeros aproximadamente en un 30,31% mientras que Quito mantiene el liderazgo con un ingreso de 43,57% (Ministerio de Turismo, 2020)

### **2.2.3. Clasificación y definición de los establecimientos del sector hotelero**

Aunque no existe un sistema homogéneo de clasificación, sin embargo, uno de los métodos utilizados corresponde al de las categorías representado por estrellas, generando una clasificación

como: hoteles de “Categoría lujo, categoría semilujo, categoría 1ª superior, categoría turista o estándar” (Angamarca, Cruz, Bucheli, & Martínez, 2018, pág. 58) o también se indican como “hoteles de lujo (cuatro y cinco estrellas), hoteles con categoría intermedia (tres y dos estrellas) y hoteles económicos (una estrella)” (Angamarca, Cruz, Bucheli, & Martínez, 2018, págs. 58-59).

En función a la categoría se toman en cuenta varios criterios de clasificación basados en “la estructura del hotel, las instalaciones y servicios ofrecidos” (Angamarca, Cruz, Bucheli, & Martínez, 2018, pág. 58). Por ejemplo, los hoteles con una estrella son piezas con un baño mientras que a medida que aumentan las estrellas se puede disponer de otros servicios como artículos de baño, tocador, televisión e incluso cable o teléfono. Cuando se alcanza las cinco estrellas se reconoce espacios amplios y lujosos, además, de máxima calidad y tecnología.

#### **2.2.4. Sector hotelero post pandemia**

Entre la crisis, los hoteles registraron varios incidentes como quedarse sólo “con 80 de los 500 empleados que tenían. Otros deshabilitaron la mayoría de sus habitaciones para no cancelar puntos de televisión pagada y de internet, dejando operativa la tercera parte”, también se reconoce que los hoteles en este tiempo ayudaron a atender a los vuelos humanitarios (El Universo, 2020).

Sin embargo, para continuar evitando la propagación de la pandemia se ha establecido una nueva normalidad donde el mundo tiene determinadas normas como número de personas en transportes, actividades al aire libre o eventos masivos con determinadas restricciones, etc. Además, cada persona debe acostumbrarse a manejarse con determinados protocolos de bioseguridad para hacer un turismo de manera responsable (Ministerio de Turismo, 2020).

Los hoteles también manejan lineamientos específicos relacionados con las personas como “medidas de protección al

personal de trabajo, arribo al establecimiento, toma de temperatura corporal, información para el viajero, recepción de huéspedes, servicio de alimentación, limpieza y desinfección de todas las áreas del establecimiento, gerencia y manejo organizacional” (Ministerio de Turismo, 2020, pág. 25).

Las recomendaciones para que los establecimientos puedan operar se extienden a huéspedes con síntomas de Covid – 19, donde se indica que es necesario que permanezca en el establecimiento de forma aislada y pedir la intervención de las autoridades sanitarias para que evalúen la situación. En caso, que se encuentre acompañado es necesario que sean separados o puedan ser trasladados de acuerdo con el diagnóstico.

#### **2.2.5. Reactivación del sector hotelero**

La reactivación del sector hotelero es vital debido a que forma parte de la cadena de valor de las actividades turísticas, es así como contribuye con la sostenibilidad del turismo; por ello, se estableció un plan de reactivación clave basado en la siguiente imagen:

## Figura 8

### *Prioridades del plan de reactivación*



*Nota.* Reproducida de *Prioridades del plan de reactivación*, de Ministerio de Turismo, 2020 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)). Sectigo RSA

El plan de reactivación toma en cuenta temas económicos, laborales, tributarios de marketing y financieros, que se han configurado en base a nuevas variables generadas por la competitividad y la pandemia, por lo que los pilares fundamentales comprenden:

- Necesidad emocional y psicológica por viajar
- Viajeros más selectivos y detallistas
- Renovado sentido de libertad
- Digitalización de la experiencia
- Símbolos de la recuperación
- Símbolos de una libertad condicionada
- Termómetros de recuperación

- Antídotos psicológicos al confinamiento (Ministerio de Turismo, 2020, pág. 36).

Una de las estrategias que se ha impulsado para reactivar el turismo comienza con la campaña “Descubre Ecuador desde casa”, considerada como una iniciativa enfocada en dar a conocer los diferentes destinos turísticos que se encuentran en el Ecuador a través de videos, segmentos informativos, notas de prensa, blogs, etc. (Superintendencia de Compañía, valores y seguros, 2021).

En el caso que un empleado sea el que presenta los síntomas relacionados con el Covid -19, se envía a casa de forma inmediata, y se notificará para que realicen el aislamiento mientras que quienes estuvieron expuestos puedan ser sometidos a una evaluación médica, con las evaluaciones médicas y la prueba de Covid – 19 positiva, mientras no requieran hospitalización se mantendrán en autoaislamiento (OMS, 2020).

Mientras que el plan de acción para el alojamiento se centra en la limpieza y la desinfección de las superficies con soluciones domésticas que contenga un 0,1% de hipoclorito de sodio (lejía doméstica, diluida si es necesario, según el producto) mientras que los textiles serán lavados a máquina con agua caliente y los empleados deben usar toda clase de objetos desechables. (OMS, 2020).

#### **2.2.6. Políticas del Ecuador para el sector hotelero**

Durante el último periodo se establecieron medidas a nivel laboral, crediticio y tributario como:

- La reducción de techo máximo para la Licencia Única de Funcionamiento-LUAF establecimientos del continente (reducción 70%) para el 2021, gestión con la banca pública para otorgar créditos, la eliminación del pago de la contribución del uno por mil a partir del 2021 y el

diferimiento del pago de la contribución del uno por mil del año 2020, para realizarlo hasta 31-dic-2021 (Ministerio del Turismo, 2020).

- Suspender la jornada laboral y acordar el pago de remuneraciones entre el empleador y trabajador libremente de acuerdo con la realidad del turismo.
- Se acordó el establecimiento de Calendario de pago de remuneraciones con acuerdo de las partes mientras dure la suspensión emergente de la jornada laboral, Planificación emergente de vacaciones y convenios de modalidad de trabajo. Además, se somete a la revisión continua en base a las necesidades que presenta el sector.
- Se gestionó con la Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias - CONAFIPS la oferta de créditos específicos para el sector turístico, lo cual se encuentra en vigencia (Ministerio de Turismo, 2020).

## **2.3. Marco Conceptual**

### **2.3.1. Turismo**

El turismo es considerado como “una industria extremadamente híbrida e incorpora distintas características de la Sociedad de la Información” (Tafur, Vélez, Alejo, Zumba, & Jácome, 2018, pág. 2). Esto se debe a que cada uno de los agentes de turismo ofrecen servicios, estos se convierten en información que es publicada a través de las Tecnologías de TICS; por lo que, su integración se ha convertido en uno de los principales retos.

### **2.3.2. Hotel**

Se define como aquel establecimiento destinado a la prestación del servicio de alojamiento turístico que ocupa la totalidad o parte independiente de un edificio o un conjunto de edificios, cuyas dependencias constituyen una explotación homogénea con entradas propias y, en su caso, ascensores y escaleras de uso exclusivo, cumpliendo, además, los restantes requisitos establecidos reglamentariamente (Serrano, 2017, pág. 30). Además, se toma en cuenta las medidas establecidas de acuerdo con la administración pública.

### **2.3.3. Sector hotelero**

También es conocido como industria hotelera o sector de alojamiento se establecieron desde el siglo XX y se expandieron por el mundo debido a la globalización y las políticas de expansión (Narvárez, Guerrero, & Villaprado, 2017). En el país, se encuentra clasificada bajo el CIIU I55, que incluye todas las actividades de alojamiento, con el fin de mantener un control claro y simple de este sector.

### **2.3.4. Ventas**

Las ventas corresponden a un “proceso personal o impersonal de ayudar y/o persuadir a un cliente potencial para que compre un artículo o un servicio o para que actúe favorablemente sobre una idea que tiene importancia comercial sobre el vendedor” (Acosta, Salas, Jiménez, & Guerra, 2018, pág. 9). Las empresas están en constante generación de ideas para mejorar la forma de hacer negocios.

### **2.3.5. Estrategias comerciales**

Las estrategias comerciales responden a un conjunto de normas que la empresa crea, basados en el momento, la ubicación geográfica,

los mercados meta y la filosofía de negocios. También se relaciona con la psicología humana para responder a las necesidades de los potenciales clientes y que ellos puedan confiar en los productos, en los servicios y en la empresa (Rizo, Villa, Vuelta, & Vargas, 2017).

### **2.3.6. Reactivación económica**

La reactivación económica se define como “proceso mediante el cual se busca lograr que la economía de un país o de un lugar determinado tome buenos rumbos después de haberse sumergido en una crisis que afecta a la mayoría de la población” (Red Cultural del Banco de la República en Colombia, 2017).

### **2.3.7. Pandemia Covid - 19**

La pandemia Covid -19 es “una nueva forma de la enfermedad del Coronavirus la cual se debe al nuevo virus SARS-CoV2 que causa una infección aguda con síntomas respiratorios. Este nuevo-virus es diferente de los que causan el SARS (Síndrome Respiratorio Agudo Severo)” (American Thoracic Society, 2020, pág. 1).

## **2.4. Marco Legal**

### **2.4.1. Constitución del Ecuador**

De acuerdo con los lineamientos establecidos se indica la importancia de los sectores estratégicos debido a su relación con recursos naturales no renovables y el patrimonio; por lo que, de acuerdo con lo que se indica en el artículo 313, el Estado tiene ciertas facultades para mantener las garantías de los individuos.

Art. 313.- El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia.

Los sectores estratégicos, de decisión y control exclusivo del Estado, son aquellos que por su trascendencia y magnitud tienen decisiva influencia económica, social, política o ambiental, y deberán orientarse al pleno desarrollo de los derechos y al interés social

Se consideran sectores estratégicos la energía en todas sus formas, las telecomunicaciones, los recursos naturales no renovables, el transporte y la refinación de hidrocarburos, la biodiversidad y el patrimonio genético, el espectro radioeléctrico, el agua, y los demás que determine la ley (Constitución del Ecuador, 2008, pág. 133).

De esta forma, se garantiza al turismo como una de las actividades principales del país, por lo cual, las empresas que dediquen sus operaciones en este sector deben priorizar su gestión hacia la trascendencia y el control para mantener estos recursos.

#### **2.4.2. Ley de Turismo**

En el país se promueve el turismo de acuerdo con el principio de sostenibilidad establecido en todas las normativas para mantener todos los recursos disponibles y su gestión se realice de acuerdo con las funciones establecidas para cada área relacionada con el turismo, como se indica en el artículo 3 y 4:

Art. 3.- Políticas y principios de la gestión pública y privada del sector turístico. - El cumplimiento de las políticas y principios del sector turístico establecidos en los artículos 3 y 4 de la Ley de Turismo y en otros instrumentos normativos de naturaleza similar son de obligatorio cumplimiento para todas las instituciones del Estado, del régimen dependiente y del régimen seccional autónomo; y, son referenciales para las personas naturales y

jurídicas del privado, a través del ejercicio de las potestades, deberes y derechos que a cada uno le corresponda y que tengan relación con el desarrollo del sector turístico. Las declaraciones de políticas para el sector turístico se constituyen en herramientas de interpretación, juntamente con las definiciones establecidas en este reglamento, en caso de duda en la aplicación de normas legales o secundarias del sector turístico ecuatoriano. Las actividades turísticas en los ámbitos que, según la ley y este reglamento les corresponde a las instituciones del Estado y a las personas naturales o jurídicas privadas, serán ejercidas bajo el principio de sostenibilidad o sustentabilidad de la actividad turística. El principio de sostenibilidad se entenderá en los términos establecidos en Ley de Gestión Ambiental y en la Ley Especial para el Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos (Ley de Turismo , 2015, pág. 3).

En esta ley también indican las principales funciones del ministerio con el fin de mantener pleno conocimiento sobre los deberes y derechos expresados en la ley.

Art. 4.- Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo. - A más de las atribuciones generales que les corresponden a los ministerios contenidas en el Título VII, Capítulo III de la Constitución Política de la República del Ecuador y el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, en virtud de la Ley de Turismo le corresponde al Ministerio de Turismo (Ley de Turismo , 2015, pág. 3).

Para el 2019, se elaboró un proyecto denominado Proyecto de Ley Orgánica de Turismo, que tiene como objetivo generar “marco

normativo necesario para la rectoría, planificación, gestión, regulación y control de la actividad turística” (Ministerio de Turismo, 2020, pág. 13). Mientras que su aprobación se generó desde el 5 de diciembre del 2019 para mejorar la situación del país.

#### **2.4.3. Estatuto Orgánico por procesos del Ministerio de Turismo**

Mediante lo establecido con el Acuerdo Ministerial 44 reconocido como Estatuto Orgánico por procesos del Ministerio de Turismo, donde se busca reforzar el direccionamiento estratégico de las instituciones; en este caso, de acuerdo con el artículo 1 se indica que: “El Ministerio de Turismo se alinea con su misión y define su estructura institucional sustentada en su base legal y direccionamiento estratégico institucional determinados en su matriz de competencias, planificación institucional y modelo de gestión” (Estatuto Orgánico por procesos del Ministerio de Turismo, 2017, pág. 2).

#### **2.4.4. Medidas generadas por el Gobierno del Ecuador**

El Gobierno ecuatoriano propuso tres posibles escenarios para el sector donde se promovía la paralización de los servicios en 30 días, 60 días y 90 días, tomando en cuenta que estas paralizaciones generan las siguientes afectaciones:

En unos \$150 millones sería la afectación al turismo si por la emergencia por el coronavirus hay paralización de un mes. Si es de dos meses, la afectación sería de \$345 millones. Este impacto no sólo sería por el turismo receptivo y por la falta de ingreso de divisas sino por el próximo feriado de Semana Santa, previsto para abril. Si es de tres meses, la cuantificación del impacto es de \$540 millones de pérdidas (Quito Turismo, 2020, pág. 9).

#### **2.4.5. Plan Estratégico Institucional (PEI)**

El turismo se considera como una fuentes de ingreso más importante; por ello, se ha establecido en este documento una ruta para conseguir los objetivos planteados, entre las estrategias se tiene a las actividades que buscan promover un turismo competitivo y alineado al Plan Nacional de Turismo 2030, donde los ejes fundamentales se enfocan en “1) Protección al usuario de servicios turísticos, 2) Destinos, Productos y Calidad, 3) Apoyo a la Conectividad, 4) Fomento al Emprendimiento e Inversión y, 5) Mercadeo y Promoción” (Ministerio de Turismo, 2020, pág. 3).

#### **2.4.6. Reglamento de alojamiento turístico**

El ocio es uno de los derechos de los ciudadanos, por lo que, para disfrutar de un determinado lugar pueden acudir a un establecimiento de alojamiento, debe cumplir con los siguientes derechos:

- a) Recibir el pago por los servicios entregados al huésped;
- b) Solicitar la salida del huésped del establecimiento de alojamiento cuando se contravenga la normativa vigente y el orden público, sin que esto exima a los huéspedes de su obligación de pago;
- c) Denunciar ante la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, la operación ilegal de establecimientos de alojamiento turístico;
- d) Acceder a los incentivos y beneficios establecidos en la normativa vigente;
- e) De ser el caso, cobrar un valor extra por los servicios complementarios ofrecidos en el establecimiento,

conforme al tipo de servicio ofrecido (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016, pág. 6);

Como establecimiento turístico se acoge a la normativa vigente con el fin de cumplir con los requisitos para mantener su categoría y brindar un servicio de calidad. Además, muestra un sistema de clasificación o de categoría, donde genera toda la información necesaria para continuar con sus operaciones (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016).

#### **2.4.6. Recomendaciones internacionales**

La Organización Mundial del Turismo se involucró ampliamente en el desarrollo de medidas para la recuperación del sector desde el replanteamiento de las bases, para ello, se han planteado medidas como:

- Implementar protocolos de salud, seguridad e higiene globales y armonizados
- Fomentar la capacitación en el personal sobre temas de bioseguridad y prestación de servicios seguros
- Mantener la comunicación de los protocolos y responsabilidades de cada persona que ingresa a un establecimiento
- Mantener la limpieza con frecuencia de acuerdo con las normas vigentes
- Establecer planes de acción como el plan por si un huésped o empleado enferma in situ.
- Mantener un comité interno de coordinación para la COVID-19 para controlar la implementación y ejecución de los protocolos.

- Rediseñar los procesos de acuerdo con las normas vigentes como el check-in
- Proveer a los huéspedes de kits de bienvenida con material higiénico
- Controlar el distanciamiento y el número de personas en espacios comunes (UNWTO, 2020).

La Organización Mundial de la Salud también presentó varias orientaciones para los hoteles y otros establecimientos de alojamiento de todos los tamaños, para lo cual, se considera:

- Plan de acción:
  - Adaptarlo de acuerdo con las recomendaciones del gobierno local
  - Reducir el índice de ocupación
  - Mantener el acceso a los suministros de higiene regular
  - Políticas en materia de teletrabajo
- Supervisión
  - Evaluar la frecuencia de aplicación del plan de acción
  - Evaluar la eficacia de las medidas adoptadas en el hotel
  - Verificar la dirección del establecimiento
  - Supervisar los casos generados entre los empleados
- Comunicación
  - Documentos informativos
  - Folletos oficiales de las prácticas básicas de higiene y de Covid – 19 en diferentes idiomas

- Lista actualizada de los datos de los empleados
- Capacitación
  - Sesiones informativas para los empleados
  - Formación en procedimientos concretos incluyendo el procedimiento operativo estándar (OMS, 2020).

De acuerdo con los datos de actualización que se generan constantemente, la OMS ha emitido varias medidas en el transcurso del tiempo como:

- Nuevos servicios digitales: donde se busca reducir el contacto y el tiempo de espera
- Adaptación de servicios de alimentos y bebidas: se recomienda contar con las certificaciones que garanticen la inocuidad en los procesos y se promoverá el uso del servicio a la habitación (USIL, 2019).

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) también generó recomendaciones sobre todo para los viajes en familia y para evitar cualquier riesgo de contraer o transmitir el virus en el lugar donde esté de visita, como primera medida se impulsa la vacunación con el número de dosis necesarias y el tiempo de aplicación que genere los resultados deseados (UNICEF, 2021).

## **CAPÍTULO III**

### **Metodología**

#### **3.1. Diseño de investigación**

El alcance de la investigación aplicado corresponde al tipo descriptivo conocida también como investigación estadística; donde se realizan procesos basados en la descripción de “las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (Gallardo, 2017, pág. 53) . Entonces, se buscó determinar las características basadas en la utilización de los datos obtenidos en las encuestas no probabilística intencional.

El diseño de la investigación es de tipo documental porque está basado en “la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos obtenidos y registrados en diversas fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas” (Gallardo, 2017, pág. 54). Resaltando, que este es un proceso a parte del realizado para el marco teórico de la presente investigación.

Los métodos de la investigación utilizado son: cualitativa y cuantitativa. Se define a la investigación cualitativa como “la teoría derivada de datos recopilados de manera sistemática y analizados por medio de un proceso de investigación” (Piza, Amaquema, & Beltrán, 2019). La herramienta por utilizar es la entrevista no probabilística intencional, estructurada por preguntas que comprenden un tema en particular, en este caso, para conocer cuáles son las decisiones que ha tomado la empresa en este periodo y cuál ha sido el impacto de estas resoluciones.

La investigación cuantitativa permite medir ciertas variables a través de la determinación de los indicadores (Cadena, y otros, 2017), que serán comparados con los datos del periodo para generar

conclusiones y poder establecer el plan de trabajo de acuerdo con los resultados.

También se aplicó la investigación explicativa debido a que tiene como fin de buscar “el porqué de los hechos, eventos y fenómenos físicos o sociales mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto” (Gallardo, 2017, pág. 54). Es así como se centrará en lo que ocurre durante el fenómeno; es decir, la pandemia Covid -19 en la ciudad.

### **3.2. Unidades de investigación**

Las unidades de investigación comprenden al grupo de individuos o empresas que serán estudiadas de acuerdo con una serie de atributos o características predefinidas con relación al objetivo de la investigación (Azcona, Manzini, & Dorati, 2014). Para definir el universo se estableció una serie de atributos como:

- Tipo de negocio: hoteles
- Categoría de los hoteles: cuarta, tercera, segunda, primera y de lujo
- Ubicación: Guayaquil
- Situación Legal: Activa
- Aplicación de instrumentos: Clientes y colaboradores de los hoteles.

De acuerdo con el Ministerio de Turismo (2021) en el sector de Alojamiento se encuentran registrados 63 establecimientos en la ciudad. El tipo de muestreo seleccionado es aleatorio simple debido a que permite seleccionar una muestra de tamaño  $n$ , donde cada elemento tiene una probabilidad de  $n/N$  (Universidad de Sonora, 2015). Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza la fórmula para población finita:

$$n = \frac{N * Z^2 * S^2}{Z^2 S^2 + (N - 1)d^2}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = valor de Z crítico o nivel de confianza.

S2 = varianza de la población en estudio

d = nivel de precisión absoluta.

$$n = \frac{63 * 1.96^2 * 0.37^2}{(1.96^2 * 0.37^2) + (62)0.10^2}$$

$$n = 28.91$$

### 3.3. Técnicas de investigación

Se conoce como técnica de investigación al conjunto de procedimientos metodológicos y sistemáticos, el cual tiene como objetivo garantizar el proceso investigativo. (Universidad La Concordia, 2020).

Entre las técnicas de investigación utilizadas corresponden a:

- Revisión documental: Es una herramienta que mediante “la identificación, la búsqueda y lectura del tema que apasiona al educando, refuerza su forma de contrastar sus preconceptos y conceptos, lo cual contribuye a la interpretación y transformación de su entorno” (Gómez, Carranza, & Ramos, 2017, pág. 48). Se utilizará material como libros, documentos digitales, artículos científicos y folletos almacenados en las principales bases de datos.

- Entrevista: Corresponde a “una interacción entre dos o más sujetos; lo que la va a diferenciar de una conversación común es el tratamiento que hacemos con la información” (Schettini & Cortazzo, 2016, pág. 19). Será estructurada mediante preguntas donde se considerará los datos personales y la posición de los entrevistados para conocer el panorama del sector hotelero. Se contará con una guía, que será enviada previamente a la reunión establecida, donde se explicarán los propósitos y se solicitará permiso para grabar.
- Encuesta: se considera una herramienta que permite obtener datos de una problemática de investigación, por lo que, se define como “instrumento de recogida de los datos (de medición) y la forma protocolaria de realizar las preguntas (cuadro de registro) que se administra a la población o una muestra extensa” (López & Fachelli, 2016, pág. 8). Para su aplicación se definió un cuestionario con 12 preguntas abiertas y cerradas sobre los viajes y las estancias en los hoteles durante este periodo.

A través de las encuestas, entrevista, revisión documental y las técnicas utilizadas en el estudio de caso, la información se organiza con cada paso descrito en los objetivos específicos directamente relacionados con el sector y los principales actores que proporcionarán datos precisos sobre la situación actual.

En la tabla 1 se describe los objetivos específicos y su dimensión, al igual de la técnica que se utilizará. Debido que es una forma adecuada por la cual se podrán alcanzar los objetivos propuestos en el presente estudio de caso.

Tabla 1.

*Dimensión y Técnicas*

<b>Análisis de dimensión (Objetivos)</b>	<b>Técnica Aplicada</b>
Definir situación conflicto ocasionada por la pandemia	Evaluación y análisis de los resultados
Determinar factores que limitaron el crecimiento de las ventas en el sector hotelero	Entrevista
Analizar los resultados de la investigación para establecer estrategias comerciales	Encuesta
Realizar un análisis comparativo sobre el comportamiento de las ventas antes y postpandemia	Revisión documental

Una vez terminada la recogida de datos, hay que organizarlos para evaluarlos, desarrollar el análisis y definir los resultados desde la perspectiva del investigador. Los resultados se utilizan para identificar los factores que influyen en el sector y sugerir alternativas para mejorar la comercialización hotelera.

### **Herramientas de investigación**

Encuesta:

La encuesta es de tipo no probabilística intencional, que va dirigida a un grupo de personas que anteriormente han reservado, viajado y/o realizado alguna otra actividad dentro de una cadena hotelera, conociendo así sus opiniones y sus preferencias en la actualidad antes de realizar una reserva de alojamiento.

La encuesta se dirige a un grupo de personas en la ciudad de Guayaquil acorde al estudio de caso propuesto.

1. ¿Ha viajado en los últimos dos años?

Si	
No	

2. Al realizar un viaje, ¿Usted lo realiza por qué motivo?

Feriado	
Trabajo	
Turismo	
Vacaciones	

3. ¿Quiénes son sus acompañantes al realizar un viaje?

Amigos	
Familia	
Pareja	
Solo	

4. ¿En qué tipo de alojamiento prefiere hospedarse?

Airbnb	
Casas compartidas	
Hotel	

5. ¿Qué aspecto influye al realizar una reserva de alojamiento?

Precio	
Disponibilidad	
Referencias y Calidad	
Paquetes completos de hospedaje	

6. ¿De cuánto tiempo es su estadía cuando realiza un viaje?

1 – 2 noches	
3 – 4 noches	
5 – 6 noches	

7. ¿Qué característica debería tener un alojamiento para que usted pueda realizar una reserva, sin ver el factor precio?

Habitaciones aisladas	
Piscina, jacuzzi, cuarto de vapor y/o Gym	
Buffet	
Infraestructura exótica	
Guía Turístico	

8. ¿Usted cree que los precios de los hoteles se han mantenido y/o disminuido?

Disminuido	
Mantenido	

9. Acorde a la pregunta anterior, indicar el motivo que lo conllevó a elegir la respuesta.
10. Para culminar, nombre el último hotel en el cual usted se haya hospedado

### **Entrevistas:**

Las entrevistas no probabilísticas intencional van dirigidas al personal que labora en los hoteles elegidos. Es un método de recogida de información que permite analizar diferentes elementos: Opiniones, actitudes, sentimientos y representaciones del entrevistado (Muguiru, 2021). Las entrevistas tuvieron como público objetivo las personas internas de un hotel como son los colaboradores con un cargo superior.

1. ¿De qué manera la pandemia ha afectado en la visión que tienen como empresa y que han logrado cambiar de ella?
2. ¿Cómo lograron sobrellevar las afectaciones que dejó la pandemia posterior al levantamiento del confinamiento?
3. Los consumidores y sus preferencias al elegir un servicio de alojamiento se vieron alterados por el miedo de contagiarse, ¿Qué medidas tomaron para lograr disuadir esa barrera entre el cliente y la adquisición del servicio de alojamiento?
4. Las medidas tomadas por el Gobierno en cuanto al sector hotelero hablaban sobre protocolos de seguridad e higiene. ¿Estos protocolos les generó algún gasto adicional y que protocolos tomaron para la seguridad del huésped?
5. ¿Qué factores usted cree que va a generar un aumento en los ingresos del sector hotelero en Guayaquil?
6. Las utilidades percibidas como empresa del año 2019 al 2020 con relación a las ventas tuvo una variación por la pandemia,

¿De cuánto fue la variación porcentual comprendido en ese periodo de tiempo?

### 3.4. Técnicas de análisis de datos

Tanto la revisión documental como la entrevista no probabilística intencional van a generar datos cualitativos; por lo cual se han establecido tres temas principales correspondientes a los factores que impactan en el sector hotelero, estrategias comerciales y ventas del sector. La técnica del grillado permite establecer tópicos principales que guían las interrogantes y a su vez puede ser dividido en varios ejes temáticos (Seid, 2016). En este caso, cada categoría se discriminó una serie de subcategorías que se encuentran detallados a continuación y de esta manera, se podrá presentar los resultados de acuerdo con los objetivos propuestos.

Tabla 2.

#### *Categorías y Subcategorías*

<b>Categorías</b>	<b>Subcategorías</b>
Factores que impactan en el sector hotelero	<ul style="list-style-type: none"><li>• Efectos de la pandemia</li><li>• Comportamiento del consumidor</li></ul>
Estrategias comerciales	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recursos y materiales</li><li>• Planificación</li></ul>
Ventas del sector hotelero	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tendencias</li></ul>

Se define el concepto para cada subcategoría acorde a la investigación cualitativa y cuantitativa.

Tabla 3

*Definición para la subcategoría*

<b>Categoría</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Definición conceptual para la subcategoría</b>
Factores que impactan en el sector hotelero	Efectos de la pandemia	Consecuencia generada por las restricciones.
	Comportamiento del consumidor	Proporciona información sobre los gustos y preferencias de los clientes postpandemia.
Estrategias comerciales	Recursos y materiales	Proceso estratégico para generar ventas
	Planificación	Hoja de ruta para conocer el avance durante la pandemia.
Ventas del sector hotelero	Tendencias	Medición de ventas generadas antes de la pandemia y postpandemia.

Tabla 4

*Variables de encuestas y entrevistas*

CARACTERÍSTICAS	ENCUESTA – ENTREVISTA DE INVESTIGACIÓN
<b>Efectos de la pandemia</b>	<p>¿De qué manera la pandemia ha afectado en la visión que tienen como empresa y que han logrado cambiar de ella?</p> <p>¿Cómo lograron sobrellevar las afectaciones que dejó la pandemia posterior al levantamiento del confinamiento?</p> <p>Las medidas tomadas por el Gobierno en cuanto al sector hotelero hablaban sobre protocolos de seguridad e higiene. ¿Estos protocolos les generó algún gasto adicional y que protocolos tomaron para la seguridad del huésped?</p>
<b>Comportamiento del consumidor</b>	<p>¿Qué aspecto influye al realizar una reserva de alojamiento?</p> <p>¿Qué característica debería tener un alojamiento para que usted pueda realizar una reserva, sin ver el factor precio?</p> <p>¿En qué tipo de alojamiento prefiere hospedarse?</p>
<b>Recursos y materiales</b>	<p>¿Qué factores usted cree que va a generar un aumento en los ingresos del sector hotelero en Guayaquil?</p> <p>Los consumidores y sus preferencias al elegir un servicio de alojamiento se vieron alterados por el miedo de contagiarse, ¿Qué medidas tomaron para lograr disuadir esa barrera entre el cliente y la adquisición del servicio de alojamiento?</p>
<b>Tendencias</b>	<p>Las utilidades percibidas como empresa del año 2019 al 2020 con relación a las ventas tuvo una variación por la pandemia, ¿De cuánto fue la variación porcentual comprendido en ese periodo de tiempo?</p>

Las siguientes técnicas de análisis de datos son las que se utilizarán:

- Cualitativa: entrevistas y revisión documental
- Cuantitativa: encuesta

Para la recolección de datos, se utilizará la siguiente muestra:

Tabla 5.

*Elementos de investigación*

<b>Elementos de estudio</b>	<b>Cantidad</b>
Clientes	29
Colaborador del hotel	3

La investigación se basará en 34 elementos entre población y muestra, los cuales serán un soporte en la recolección de información por medio de las técnicas de recolección de datos.

Población significa el universo, el conjunto o la totalidad de los elementos que se investigan o estudian. Se puede clasificar según el número de individuos y tiene variables estadísticas (Zita, 2020). Cuando existe una población finita, solo se tomará una muestra representativa para realizar la encuesta.

Muestra son segmentos representativos de una población cuyos elementos comparten características similares. Se utilizan para poder establecer puntos de acción como normas o pauta (Zita, 2020). Con esto se va a lograr obtener conclusiones propias y así evitar resultados erróneos mediante el método cuantitativo.

### **3.5. Estrategias de triangulación**

La triangulación se relaciona con “el uso de varios métodos (tanto cuantitativos como cualitativos), de fuentes de datos, de teorías, de investigadores o de ambientes en el estudio de un fenómeno” (Okuda & Gómez, 2005, pág. 120). De esta manera, se utilizarán todos los datos obtenidos durante el proceso de investigación.

Para el proceso se utilizará la triangulación de investigadores que se relaciona con el “análisis del fenómeno es llevado a cabo por

diferentes personas. Para dar mayor fortaleza a los hallazgos suelen utilizarse personas provenientes de diferentes disciplinas” (Okuda & Gómez, 2005, pág. 121). Es así como se podrá contrastar la información recolectada entre la revisión documental, las entrevistas y las encuestas no probabilística intencional realizadas con el fin de llegar a un consenso y hallazgos de mayor validez.

## CAPÍTULO IV

### TRABAJO DE CAMPO

#### 4.1. Selección de la institución

En el estudio de caso se eligió la institución principal que es un hotel de primera, segunda y tercera categoría que se encuentran ubicados en la ciudad de Guayaquil.

#### Figura 9

*Primera Categoría: Hotel Hilton Colon*



*Nota.* Reproducida de *Primera Categoría Hotel Hilton Colon*, de Hilton Colon Guayaquil Hotel, 2020 ([www.hiltonhotels.com](http://www.hiltonhotels.com)). R3

El hotel Hilton Colon fue fundado el 28 de febrero de 1968, empezando con solo 90 habitaciones disponibles con una reinversión de 8 millones logrando remodelar su infraestructura, esto permitió la acogida de más turista y así seguir expandiéndose, por lo cual en la actualidad cuentan con 294 habitaciones, las cuales 20 son suites y una suite presidencial. (Hilton Colon, S.f). Los salones de eventos perteneciente a la cadena hotelera Hilton colon tienen una capacidad máxima de 1800 personas.

## Figura 10

### *Segunda Categoría: Hotel la Perla*



*Nota.* Reproducida de *Segunda Categoría Hotel la Perla*, de Hoteles.com, 2018 ([www.hoteles.com](http://www.hoteles.com)). R3

Perla hotel se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Guayaquil a 700 metros del malecón 2000, cuenta con 15 habitaciones divididas en categoría deluxe, confort, doble exclusiva, luna de miel y dormitorio compartido, cada una están equipadas con lo necesario para tener un alojamiento re confrontable y sentirse como en casa. (A-Hotel, S.f). Dentro de las instalaciones cuentan con un restaurante en el que se atiende a visitantes internos y externos.

## Figura 11

*Tercera Categoría: Andy Hotel*



*Nota.* Reproducida de *Tercera Categoría Andy Hotel*, de AndyHotel, 2019 ([www.andyhotel.com](http://www.andyhotel.com)). R3

Andy hotel se encuentra ubicado en el centro de Guayaquil en la calle Víctor Manuel Rendón y García Avilés, cuenta con habitaciones sencillas, dobles, triples, suites con jacuzzi y sin jacuzzi, su ubicación hace que esté más cerca de zonas comerciales como es la 9 de octubre y Bahía.

### 4.2. Perfil de los entrevistados

La entrevista es la herramienta que se va a utilizar en la investigación para conocer los factores que limitaron el crecimiento de las ventas en el sector hotelero, desde la visión profesional de los colaboradores del hotel elegido, el cual va a permitir aclarar dudas en tiempo real.

Entrevista estructurada se define como una serie de preguntas fijas, en donde se limita al entrevistado a responder de manera corta pero convincente a lo requerido (Turiconsejos, 2018). Las cuales son necesarias haber preparado con antelación.

Para los fines investigativos de estudio, se utilizó la entrevista estructurada para cada participante de forma individual y se realizó la entrevista a los siguientes colaboradores de los hoteles elegidos.

1. Ing. Gabriela Cornejo
2. Contadora Silvana Rivera
3. Lic. Mariuxi Montedeosca

Perfil:

- Gerente Hilton Élite
- Contadora Administradora Hotel Perla Central
- Administradora Andy Hotel
- 

Por otra parte, el método cuantitativo que serán las encuestas no probabilísticas intencional será aplicada a las personas mayores de 20 años y que cuenten con un nivel económico sustentable. Con esta recolección de datos se podrá analizar los resultados de la investigación para establecer estrategias comerciales.

Perfil:

- Jefes comerciales
- Comerciantes
- Estudiantes
- Turistas extranjeros

#### **4.3. Realización y procesamiento de los instrumentos**

A continuación, figuran las preguntas y las respuestas abreviadas de la encuesta realizada a las 29 personas seleccionadas mediante la selección de la muestra:

## Preguntas de encuestas:

### 1. Edad

Tabla 6.  
*Edad promedio de encuestados*

Opción	Valor	%
20 - 24	12	34,27%
25 - 29	10	33,63%
30 - 34	3	11,81%
35 - 39	3	14,51%
40 - 45	1	5,78%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

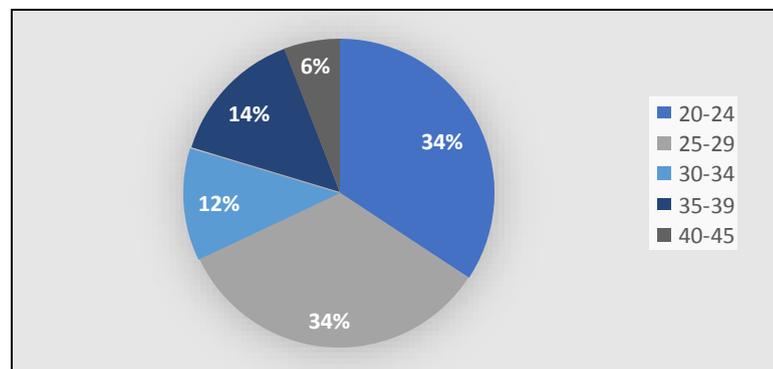


Gráfico 1. Porcentaje de edad

Se puede visualizar que la encuesta se focalizó en un rango de edad que comprende desde los 20 años hasta los 29, debido a que existe un poco más de tiempo y menos responsabilidad para viajar.

### 2. Género

Tabla 7.  
*Genero promedio de encuestados.*

Opción	Valor	%
Femenino	17	59%
Masculino	12	41%
Prefiero no decirlo	0	0%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

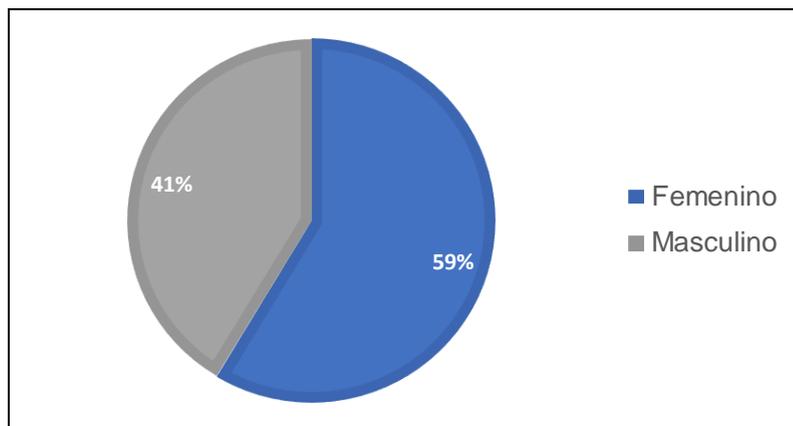


Gráfico 1. Género promedio encuestado.

Existe una diferencia del 8% de las personas encuestadas en el cual predomina el género femenino.

3. Al realizar un viaje, ¿usted lo realiza por qué motivo?

Tabla 8.

Motivos al realizar un viaje

Opción	Valor	%
Feriado	3	10.34%
Turismo	8	27.59%
Vacaciones	16	55.17%
Trabajo	2	6.90%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

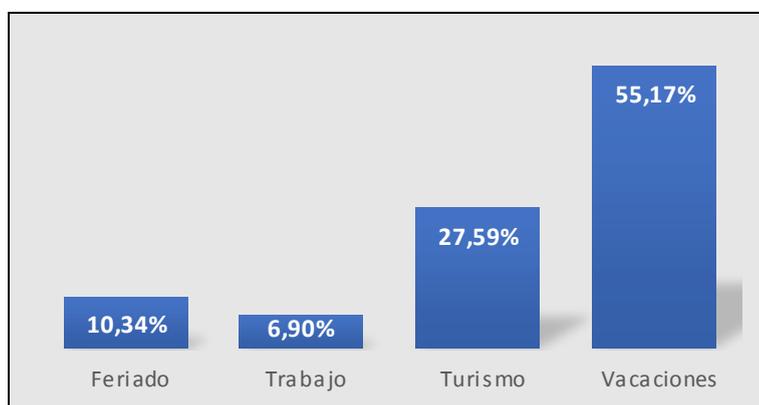


Gráfico 2. Motivos al realizar un viaje.

Al viajar las personas lo realizan más en la época que tienen vacaciones del trabajo y/o universidad porque cuentan con mucho más tiempo disponible y sus estadías en los hoteles superan las 2 semanas, seguido de turismo en donde el máximo de estadía es de 3 a 4 días realizando actividades que ya han sido programadas con anterioridad, en tercer lugar se encuentra viaje por feriado debido a que las personas indican que en esos días es en donde más afluencia de persona existe y los hoteles tienden a una alza de precios y por último es viaje por trabajo en donde el máximo de estadía en un hotel llega a ser entre 2 a 3 días, dependiendo la gestión que realicen.

4. ¿Ha viajado en los últimos dos años?

Tabla 9.

Viaje en pandemia 2020

Opción	Valor	%
Si	24	82,76%
No	5	17,24%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

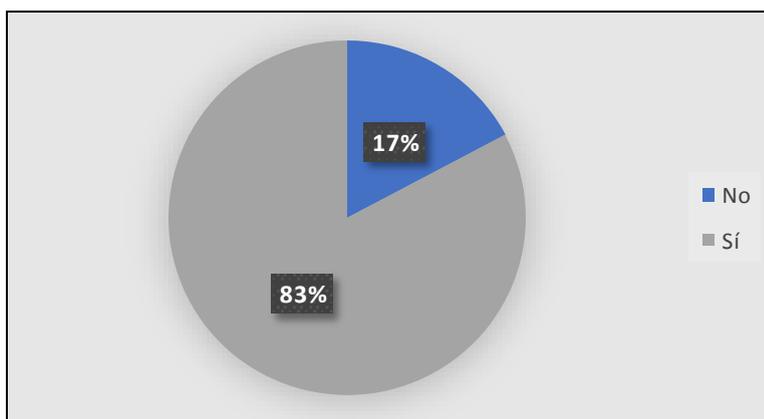


Gráfico 3. Viaje en pandemia 2020

Las personas que indicaron que no han viajado en los últimos dos años por el por miedo a contagiarse debido a que cada vez salen nuevas variantes del covid-19 y no están seguros de que los hoteles desinfecten bien las habitaciones y áreas sociales en donde se hospedan más personas.

5. ¿Quiénes son sus acompañantes al realizar un viaje?

Tabla 10.

Acompañantes en el viaje

Opción	Valor	%
Amigos	8	27,59%
Familiares	13	44,83%
Pareja	3	10,34%
Solo	5	17,24%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

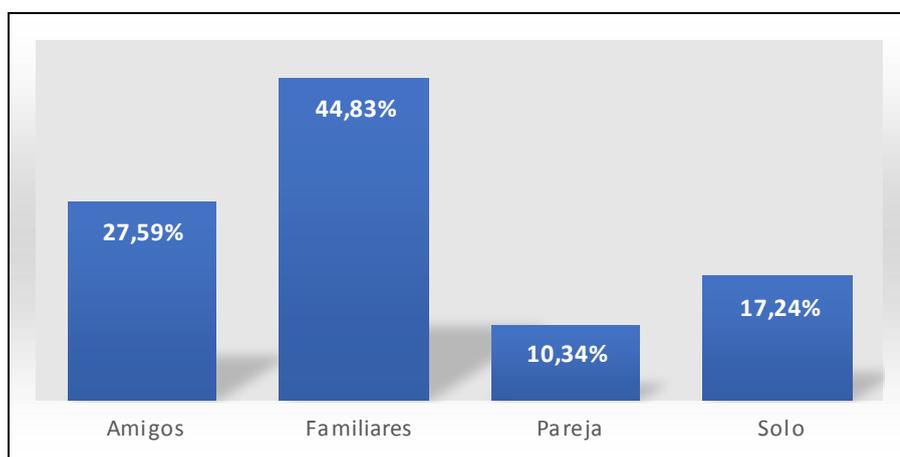


Gráfico 4. Acompañantes en el viaje

Se puede evidenciar que los viajes familiares predominan al momento de querer hacer turismo situándose con un 44,83%, cabe mencionar que una familia casi siempre lo conforma más de 3 integrantes por lo cual esto beneficia al sector hotelero debido a que el precio de alojamiento lo suelen cobrar por persona y/o habitación compartida.

6. ¿En qué tipo de alojamiento prefiere hospedarse?

Tabla 11.

Preferencia tipo de alojamiento

Opción	Valor	%
Airbnb	5	17,24%
Casas compartidas	5	17,24%
Hotel	19	65,52%
Camping	0	0%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

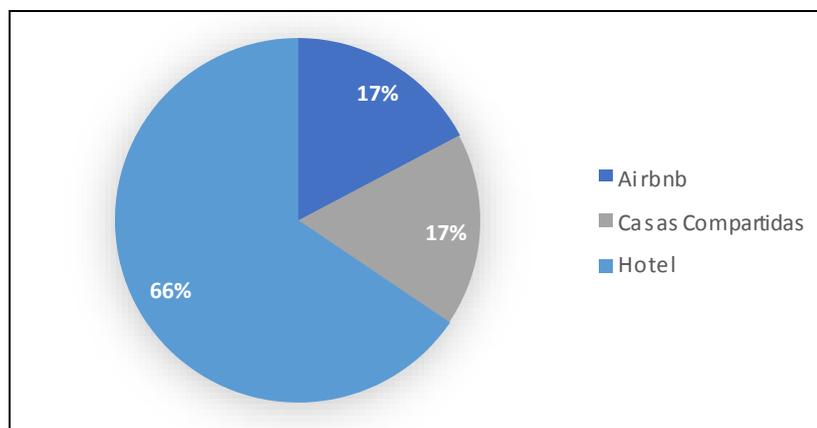


Gráfico 5. Preferencia tipo de alojamiento

Los hoteles están como principal preferencia aun teniendo las personas una economía baja debido a la pandemia, en segundo lugar, está Airbnb que es una aplicación en donde se busca un alquiler de habitaciones a un bajo costo en donde solo estará disponible para la persona que realice la reserva, por ultimo tenemos las casas compartidas también conocidas como roomies, por lo cual no resulta beneficioso para el cliente porque tendrá contacto con más personas en época de pandemia, lo único que es personal en este tipo de alojamiento son las habitaciones y baños.

7. ¿Qué aspecto influye al realizar una reserva de alojamiento?

En esta pregunta se solicitó elegir dos opciones que ellos considerarían para poder realizar una reserva.

Tabla 12.

Reserva de alojamiento

Opción	Valor	%
Precio	13	44,83%
Disponibilidad	4	13,79%
Referencias y calidad	8	27,59%
Paquetes completos de hospedaje	4	13,79%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

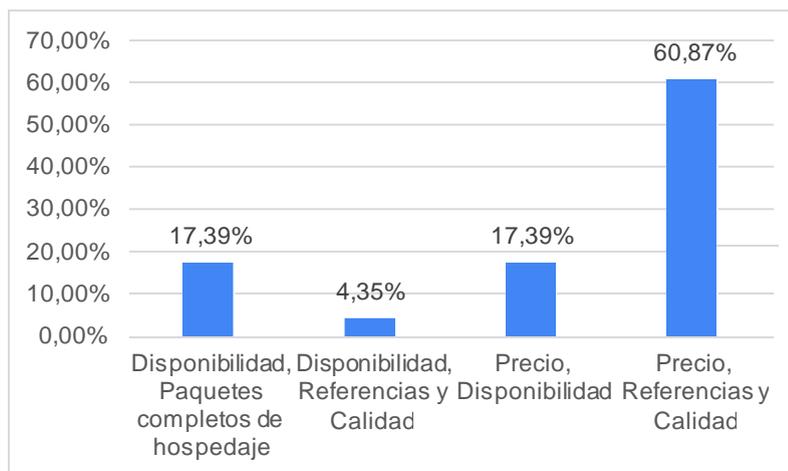


Gráfico 6. Reserva de alojamiento

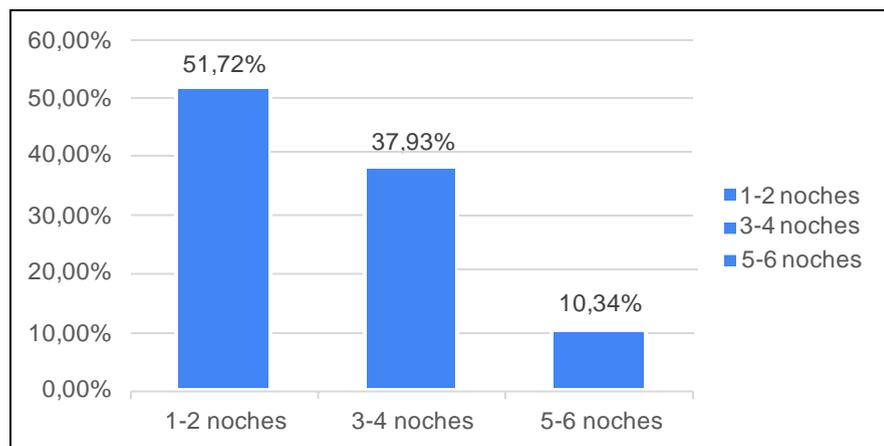
El precio, referencia y calidad obtiene un 60,87% de preferencia al realizar una reserva, debido a que al viajar lo hacen en familias numerosas, en donde se deberá pagar por persona siendo un poco más costoso y en algunos casos excepcionales por habitación, además se guían por las recomendaciones del hotel y su calidad ya sea en la atención al cliente, una infraestructura en óptimas condiciones y sus habitaciones estén limpias.

8. ¿De cuánto tiempo es su estadía cuando realiza un viaje?

Tabla 13.

*Tiempo de hospedaje*

Opción	Valor	%
1 – 2 noches	13	51,72%
3 – 4 noches	4	37,93%
5 – 6 noches	8	10,34%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>



*Gráfico 7. Tiempo de hospedaje*

Los viajes cortos que suelen realizar las personas por lo general su estadía es de 2 noches, al reducir el tiempo del hospedaje también reduce su gasto, pero existen otros factores que se deberán considerar antes de extender su estadía, como es el rubro de la alimentación, aseo personal y demás.

9. ¿Qué característica debería tener un alojamiento para que usted pueda realizar una reserva, sin ver el factor precio?

En esta pregunta se solicitó elegir dos opciones que ellos considerarían para poder realizar una reserva.

Tabla 14.

*Característica al realizar una reserva*

Opción	Valor	%
Habitaciones aisladas	15	48,28%
Piscina, jacuzzi, cuarto de vapor, etc.	7	24,14%
Buffet	5	17,24%
Infraestructura exótica	2	6,90%
Guía turístico	1	3,45%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

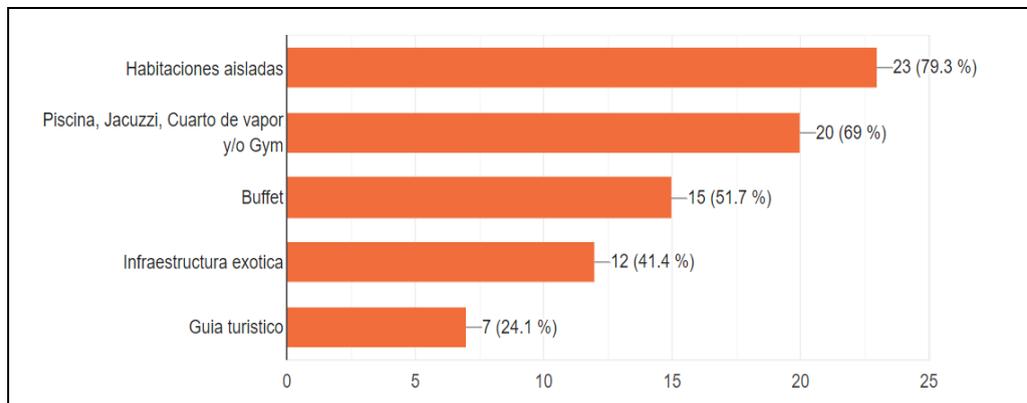


Gráfico 8. Característica al realizar una reserva

Antes de realizar una reserva, ya sea en un hotel u otro sitio de hospedaje, se visualiza que las personas encuestadas prefieren habitaciones aisladas en donde no hay contacto con personas externas u otros huéspedes por riesgo de contagio.

10. Nombre el ultimo hotel en el que usted se haya hospedado.

Tabla 15.

*Ultimo hospedaje*

Opción	Valor	%
Airbnb	6	21,43%
Barceló	4	14,29%
Country Inn	2	7,14%
Hotel Casa Blanca	1	3,57%
La Ria	1	3,57%
Las dos chorreras	3	10,71%
Mindo Lago	1	3,57%
Punta hills	2	7,14%
Radisson	1	3,57%
Hotel Oro Verde	3	10,71%
Royal Decamerón	2	7,14%
Hotel Sheraton	2	7,14%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

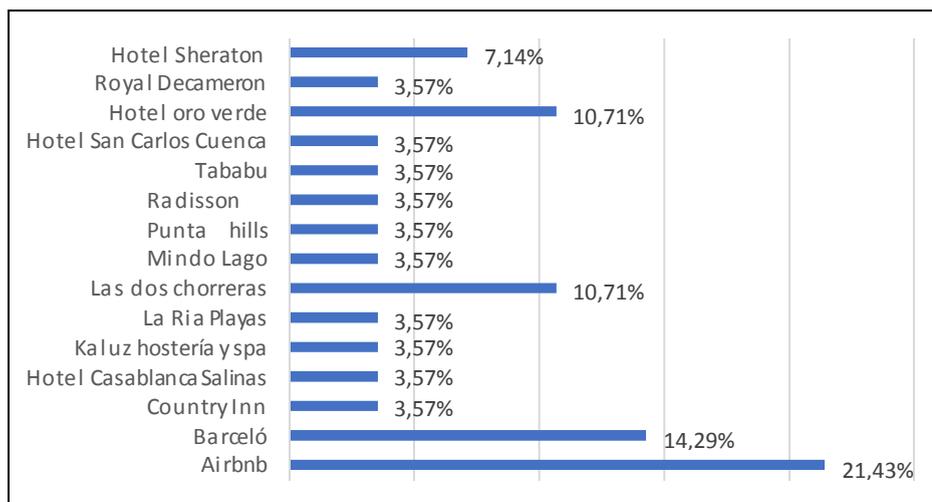


Gráfico 9. Ultimo Hospedaje

La encuesta permite apreciar que en esta pregunta las personas encuestadas más se direccionan al reservar un hotel mediante la aplicación Airbnb que registra el 21,43% de preferencia al reservar un hotel, seguida del

Hotel Barceló el cual lamentablemente cerró sus operaciones en el año 2020 por pandemia.

11. ¿Usted cree que los precios de los hoteles se han mantenido y/o disminuido por la pandemia?

Tabla 16.

*Precio de hoteles en pandemia.*

Opción	Valor	%
Disminuido	11	37,93%
Mantenido	18	62,07%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

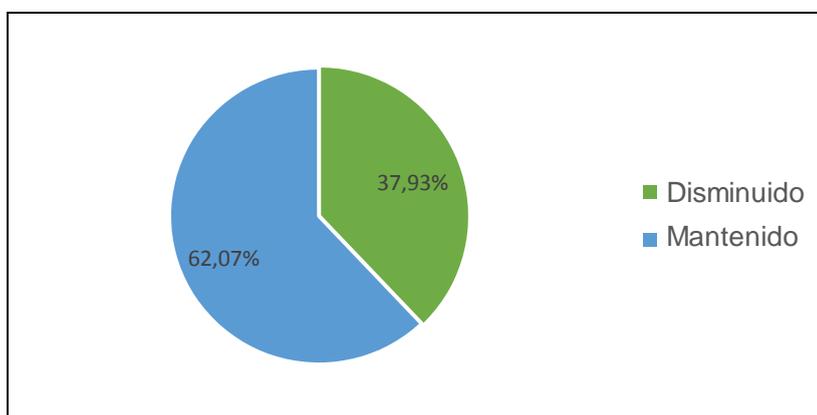


Gráfico 10. Precio de hoteles en pandemia

12. Acorde a la pregunta anterior, indicar el motivo que lo conllevó a elegir la respuesta.

Entre las respuestas obtenidas se pudo apreciar que el precio del alojamiento se ha mantenido pese al factor pandemia y en algunos casos han elevado sus precios, expresan que no ven variedad al ofrecer paquetes completos de hospedaje y se rigen al mismo modelo antiguo que venían realizando.

## **Preguntas de entrevistas**

A continuación, figuran las preguntas y las respuestas de la entrevista:

Entrevistada: Gabriela Cornejo – Hilton Colon

1. ¿De qué manera la pandemia ha afectado en la visión que tienen como empresa y que han logrado cambiar de ella?

Los clientes tuvieron un comportamiento más estricto de lo habitual debido al riesgo de contagio, esto nos llevó a complicaciones en el servicio de calidad que se le da a cada persona, por esto hubo varias quejas y fue un desafío que nos obligó a cambiar nuestro modo de atención para satisfacción de los clientes manteniendo los estándares del hotel.

2. ¿Cómo lograron sobrellevar las afectaciones que dejó la pandemia posterior al levantamiento del confinamiento?

Se llevaron a cabo investigaciones de los procesos que teníamos antes de pandemia evaluando cuales eran convenientes de hacer un cambio para satisfacción de nuestros clientes, se hicieron promociones a nivel nacional e internacional con nuestros altos niveles de cuidado del cliente a través de protocolos estrictos.

3. Los consumidores y sus preferencias al elegir un servicio de alojamiento se vieron alterados por el miedo de contagiarse, ¿Qué medidas tomaron para lograr disuadir esa barrera entre el cliente y la adquisición del servicio de alojamiento?

Para la tranquilidad de los huéspedes seguimos desinfectando los equipajes, tenemos punto de gel antibacterial en zonas concurridas, el aforo en áreas sociales es reducido por lo cual esto evitará que estén en contacto con más personas. Al inicio fue un momento duro para nosotros porque no estábamos preparados para tal magnitud de amenaza

4. Las medidas tomadas por el Gobierno en cuanto al sector hotelero hablaban sobre protocolos de bioseguridad e higiene. ¿Estos protocolos les generó algún gasto adicional y que protocolos tomaron para la seguridad del huésped?

Cada día al salir un huésped de su habitación se procedía a realizar una desinfección completa, en donde se aplicaba una nebulización ambiental que consistía en utilizar armonio cuaternario por lo cual debíamos contratar a una empresa especializada para que realizará ese trabajo, lo cual nos estaba generando un gasto adicional. Los protocolos que se tomaron para cada ingreso y colaboradores es desinfección de manos, toma de temperatura, no se permitía el ingreso a áreas sociales del hotel, el servicio de buffet se había inhabilitado por un tiempo prudente hasta que los contagios hayan bajado.

5. ¿Qué factores usted cree que va a generar un aumento en los ingresos del sector hotelero en Guayaquil?

Al contar con patrocinios de empresas nosotros como hotel podemos aumentar nuestros ingresos, así mismo ofreceríamos precios accesibles para que aumenten nuestros huéspedes.

6. Las utilidades percibidas como empresa del año 2019 al 2020 con relación a las ventas tuvo una variación por la pandemia, ¿De cuánto fue la variación porcentual comprendido en ese periodo de tiempo?

En nuestra utilidad bruta obtuvimos una diferencia del 69,01% debido a que en el 2019 nuestra utilidad fue de \$ 15 millones de dólares y en el 2020 de \$ 4 millones aproximadamente.

Entrevistada: Silvana Rivera – Hotel Perla Central

1. ¿De qué manera la pandemia ha afectado en la visión que tienen como empresa y que han logrado cambiar de ella?

La visión de nuestra empresa no ha cambiado, es más la seguimos manteniendo debido a que es nuestro objetivo el saber que lo estamos logrando.

2. ¿Cómo lograron sobrellevar las afectaciones que dejó la pandemia posterior al levantamiento del confinamiento?

Se realizó una reestructuración de nuestras actividades para que vayan acorde a las nuevas normas emitidas por el Gobierno

3. Los consumidores y sus preferencias al elegir un servicio de alojamiento se vieron alterados por el miedo de contagiarse, ¿Qué medidas tomaron para lograr disuadir esa barrera entre el cliente y la adquisición del servicio de alojamiento?

Los primeros meses nos resultó difícil disuadir esa barrera de miedo, debido a que seguíamos en pandemia para esto como hotel implementamos más medidas de seguridad así mismo también informábamos mediante redes sociales los protocolos de seguridad que se seguían rigurosamente.

4. Las medidas tomadas por el Gobierno en cuanto al sector hotelero hablaban sobre protocolos de seguridad e higiene. ¿Estos protocolos les generó algún gasto adicional y que protocolos tomaron para la seguridad del huésped?

No nos ha generado un gasto ya que es un servicio de seguridad para nuestros huéspedes, los protocolos que tomamos son puntos de alcohol en zonas destinadas y de mayor concentración, desinfección de zapatos y manos, además a las camas se les ponía luz ultravioleta.

5. ¿Qué factores usted cree que va a generar un aumento en los ingresos del sector hotelero en Guayaquil?

Para nosotros, así como para más hoteles un factor que nos generaría ingresos sería que el gobierno arme más campañas como la de All you need is Ecuador, pero en este caso que a nosotros como hotel nos den a conocer.

6. Las utilidades percibidas como empresa del año 2019 al 2020 con relación a las ventas tuvo una variación por la pandemia, ¿De cuánto fue la variación porcentual comprendido en ese periodo de tiempo?

La variación de nuestra utilidad fue de 89% debido a que en el año 2019 se obtuvo una utilidad de aproximadamente \$ 3 millones y en el año 2020 no fue ni la mitad.

Entrevistada: Mariuxi Montedeosca– Andy Hotel

1. ¿De qué manera la pandemia ha afectado en la visión que tienen como empresa y que han logrado cambiar de ella?

Nuestra visión no ha cambiado pese a la pandemia.

2. ¿Cómo lograron sobrellevar las afectaciones que dejó la pandemia posterior al levantamiento del confinamiento?

Desde el confinamiento hemos decidido cerrar nuestras áreas sociales y servicios de restaurante por la manipulación que habría en las comidas por parte de nuestro personal y así evitar inconvenientes con los huéspedes. A pesar de eso hemos implementado ventas de snacks dentro de la habitación.

3. Los consumidores y sus preferencias al elegir un servicio de alojamiento se vieron alterados por el miedo de contagiarse, ¿Qué medidas tomaron para lograr disuadir esa barrera entre el cliente y la adquisición del servicio de alojamiento?

Ahora que se ha implementado el plan de vacunación hemos decidido pedir el carnet con dos dosis, cuando empezó la pandemia nuestra capacidad de aforo disminuyó debido a la afluencia de persona y la separación de habitaciones que realizábamos.

4. Las medidas tomadas por el Gobierno en cuanto al sector hotelero hablaban sobre protocolos de seguridad e higiene. ¿Estos protocolos les generó algún gasto adicional y que protocolos tomaron para la seguridad del huésped?

No nos generó ningún gasto, más que la compra de alcohol y gel antibacterial. Los protocolos que tomamos fue la desinfección de equipaje, zapatos y manos, además de toma de temperatura al ingreso de nuestro hotel.

5. ¿Qué factores usted cree que va a generar un aumento en los ingresos del sector hotelero en Guayaquil?

La reducción de impuestos, así mismo el habilitar salas de exposición para que se den a conocer nuestro hotel que pese a la pandemia han caído en sus ventas.

6. Las utilidades percibidas como empresa del año 2019 al 2020 con relación a las ventas tuvo una variación por la pandemia, ¿De cuánto fue la variación porcentual comprendido en ese periodo de tiempo?

Nuestra utilidad bruta en el año 2019 fue de \$ 274 mil dólares y en el año 2020 nuestra utilidad fue de \$ 166mil dólares teniendo un porcentaje de variación de 39%.

### **Revisión documental**

En el Ecuador existe la asociación hotelera (Ahotec, Ahotec, 2020) sin fines de lucro en donde la conforman cada asociación hotelera provincial, la cual representa a nivel local e internacional a la industria hotelera con el fin de conocer los problemas existentes, en esta asociación están inscritos varias empresas hoteleras de distintas categorías como hoteles, hosterías, hostales, etc. (Ruth Ordoñez, 2019, pág. 38).

**Figura 12**

*Asociación hotelera provinciales afiliadas*

Asociación	Presidente	Dirección	Teléfono	Ciudad
Asociación Hotelera de Chimborazo hoteles afiliados	Patricio Costales	Av. Daniel León Borja 4129 y Duchicela	296 8036	Riobamba
Asociación Hotelera de Esmeraldas hoteles afiliados	Paola Guzmán	Barrio Nueva Granada, calle Principal	2731258	Atacames
Asociación Hotelera de Imbabura hoteles afiliados	Carlos Dávila	Av Mariano Acosta 1638	295 5555	Ibarra
Asociación Hotelera de Loja hoteles afiliados	Luis Suárez	Colón 1430 y Bolívar	2578278	Loja
Asociación Hotelera de Pastaza hoteles afiliados	Maura Coloma	Final Calle Tungurahua s/n, Barrio Obrero	2886137	Puyo
Asociación Hotelera de Tungurahua hoteles afiliados	Paul Pinto	Cevallos y Lalama (esq)	2421791	Ambato
Asociación Hotelera del Azuay hoteles afiliados	Juan Pablo Vanegas Vintimilla	Cordova 8-40 entre Luis Cordero y Benigno Malo	2843821	Cuenca
Asociación Hotelera del El Oro hoteles afiliados	Marjorie Acosta	9 de Octubre entre Guayas y Ayacucho	2922995	Machala
Asociación Hotelera del Guayas hoteles afiliados	Pedro Iván Serrano	Av. Joaquín Orrantía, Plaza del Sol	370 7070	Guayaquil
Asociación Hotelera del Napo hoteles afiliados	Carlos Rivadeneyra	Av. Jumandy entre Unión y Progreso	2886228	Tena
Hoteles de Quito Metropolitano hoteles afiliados	Mauricio Letort	Manuel Burbano s/n	239 0264	Quito

*Nota.* Reproducida de *Asociación hotelera provinciales afiliadas*, de Federación hotelera del Ecuador, 2022 ([www.hotelesecuador.com.ec](http://www.hotelesecuador.com.ec)). CSS

En el año 2019 el sector hotelero atravesó una pérdida de casi \$5 millones de dólares por motivos del paro nacional que se dio en el mes de octubre. Además de eso los turistas decidieron cancelar las reservas que habían realizado para fechas próximas. (Semanaario Ecuador News, 2019). A continuación, se detalla la participación hotelera en el paro nacional ocurrido en octubre del año 2019.

### Figura 13

#### *Participación hotelera en el paro nacional 2019*

Año	2019	
provincia	Millones USD.	% Participación
Guayas	8,8	27,30%
Pichincha	8,7	26,95%
Azuay	2,0	6,26%
Manabí	1,7	5,43%
Galápagos	1,6	5,02%
Napo	1,0	3,24%
Sucumbíos	0,9	2,80%
El Oro	0,9	2,77%
Orellana	0,9	2,75%
Tungurahua	0,9	2,71%
Imbabura	0,7	2,19%
Santo Domingo De Los Tsáchilas	0,6	1,90%
Santa Elena	0,6	1,80%
Loja	0,6	1,76%
Esmeraldas	0,5	1,66%
Chimborazo	0,4	1,40%
Los Ríos	0,3	1,05%
Cotopaxi	0,3	0,91%
Carchi	0,2	0,47%
Zamora Chinchipe	0,1	0,44%
Cañar	0,1	0,36%
Morona Santiago	0,1	0,36%
Pastaza	0,1	0,27%
Bolívar	0,1	0,21%
<b>Total</b>	<b>32,2</b>	<b>100,00%</b>

*Nota.* Reproducida de *Participación hotelera en el paro 2019*, de Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020([www.servicios.turismo.gob.ec](http://www.servicios.turismo.gob.ec)). Sectigo RSA

Ecuador en el año 2019 obtuvo 19 galardones en la vigésima sexta edición del World travel Awards realizada la premiación en Bolivia, estando nominado en 41 categorías. (Ministerio de Turismo, 2019). Entre ellos se destacan los siguientes hoteles de Guayaquil quienes fueron galardonados.

Tabla 18.

*Premios World Travel Awards hoteles de Guayaquil*

<b>Hotel</b>	<b>Premiación</b>
Wyndham	Hotel líder de Sudamérica
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Líder MICE de Sudamérica.</li></ul>
Hotel Oro Verde	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mejor hotel de conferencias líder del Ecuador.</li></ul>
Hilton Colon	Mejor hotel de negocios

*Nota.* Adaptada de *Premios World Travel Awards hoteles de Guayaquil*, de Ministerio de Turismo, 2019 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)). Sectigo RSA

En el 2019 las ventas e ingresos de turistas y participación hotelera terminan de una manera positiva con un incremento del 4,3%, además que se incrementó en un 6,4% el ingreso de turistas por vía aérea (Zambrano L. , 2020). A continuación, se detalla la data estadística de la actividad hotelera en el año 2019.

**Figura 14***Ventas del sector hotelero por provincia*

Año	2019	
	provincia	Millones USD.
Guayas	120,8	25,35%
Pichincha	120,7	25,33%
Azuay	31,3	6,56%
Manabí	25,3	5,30%
Galápagos	25,1	5,28%
Tungurahua	17,0	3,56%
Napo	16,8	3,53%
Imbabura	14,9	3,12%
Orellana	12,8	2,68%
Esmeraldas	12,1	2,55%
El Oro	12,0	2,52%
Santa Elena	11,4	2,39%
Sucumbios	11,2	2,35%
Santo Domingo De Los Tsáchilas	8,9	1,87%
Loja	8,5	1,79%
Chimborazo	7,3	1,53%
Cotopaxi	5,6	1,17%
Los Ríos	4,8	1,00%
Carchi	2,5	0,53%
Morona Santiago	1,8	0,39%
Zamora Chinchipe	1,8	0,38%
Cañar	1,6	0,33%
Pastaza	1,3	0,27%
<b>Total</b>	<b>476,4</b>	<b>100,00%</b>

*Nota.* Reproducida de *Ventas del sector hotelero por provincia*, de Ministerio de turismo, 2019 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)). Sectigo RSA

La provincia de Guayas obtuvo 25,33% de participación en el mercado hotelero generando ingresos de \$120,8 millones de dólares, en segundo lugar, está la provincia de Pichincha con un 25,33% de participación generando ingresos de \$ 120,7 millones de dólares y en último lugar se encuentra la provincia de Pastaza con un 0,27% de participación e ingresos de \$ 1,3 millones de dólares anuales.

Tabla 19.

*Establecimientos registrados 2019*

Registro por provincia en el año 2019 : Alojamiento				
Provincia				
GUAYAS				
Canton	Registro	Habitaciones	Camas	Plazas camas
BALAO	2	28	40	42
BALZAR	1	15	15	15
DAULE	1	21	27	51
DURAN	5	120	149	154
EL EMPALME	2	58	84	103
EL TRIUNFO	4	83	89	151
GUAYAQUIL	120	5.608	9.455	10.916
MILAGRO	6	146	195	278
NARANJAL	7	175	258	307
NARANJITO	1	13	49	99
PLAYAS	46	1.059	2.396	3.101
SAMBORONDON	2	52	103	108
<b>Total general</b>	<b>197</b>	<b>7.378</b>	<b>12.860</b>	<b>15.325</b>

*Nota.* Reproducida de *Establecimientos registrados 2019*, de Ministerio del Turismo, 2019 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)). Sectigo RSA

En la provincia del Guayas se obtuvo un registro total de 197 alojamientos en el año 2019, en donde lidera la ciudad de Guayaquil con un total de 120 establecimientos registrados, seguida del cantón Playas que cuenta con 46 establecimientos registrados y por último están los cantones de Balzar, Daule y Naranjito en donde solo se ha registrado 1 alojamiento por cantón.

Tabla 20.

*Registro de establecimientos por categoría 2019*

Canton		Subactividad Turística		
GUAYAQUIL		(Todo)		
CATEGORÍA	Registro	Habitaciones	Camas	Plazas camas
UNICA	3	11	23	21
5 ESTRELLAS	10	1.417	2.370	2.578
4 ESTRELLAS	15	1.065	1.723	1.943
3 ESTRELLAS	38	1.284	2.197	2.642
2 ESTRELLAS	41	1.510	2.579	3.168
1 ESTRELLA	13	321	563	564
<b>Total general</b>	<b>120</b>	<b>5.608</b>	<b>9.455</b>	<b>10.916</b>

*Nota.* Reproducida de *Registro de establecimientos por categoría 2019*, de Ministerio del Turismo, 2019 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)), Sectigo RSA

Las subactividades turísticas que están asociadas a las data de registros en el año 2019 son hoteles, hostel, hostería y casa de huéspedes, lo cual en la categoría de 2 estrellas es en donde se ha visto el mayor registro con 41 alojamientos, seguido de la categoría 3 estrellas en donde se han registrado 38 alojamientos y en categoría única que se refiere a casa de huéspedes se ha visualizado un registro de 3 alojamientos correspondiente al año 2019 en la ciudad de Guayaquil.

## Figura 15

### Registro de ventas mayo a diciembre 2020

Año provincia	2020	
	Millones USD.	% Participación
Guayas	28,5	25,55%
Pichincha	18,6	16,67%
Azuay	8,0	7,19%
Manabí	7,8	7,01%
Orellana	5,3	4,74%
Tungurahua	4,6	4,08%
Imbabura	4,5	4,04%
Sucumbios	4,4	3,93%
Loja	4,1	3,69%
Napo	4,0	3,55%
El Oro	3,6	3,27%
Santo Domingo De Los Tsáchilas	2,6	2,33%
Esmeraldas	2,5	2,23%
Santa Elena	2,2	1,95%
Los Ríos	2,0	1,80%
Chimborazo	1,7	1,57%
Galápagos	1,6	1,41%
Zamora Chinchipe	1,4	1,28%
Cotopaxi	1,0	0,92%
Morona Santiago	0,9	0,78%
Carchi	0,8	0,68%
Cañar	0,7	0,59%
Bolívar	0,5	0,45%
Pastaza	0,3	0,31%
<b>Total</b>	<b>111,6</b>	<b>100,00%</b>

*Nota.* Reproducida de *Registro de ventas mayo a diciembre 2020*, de Ministerio del Turismo, 2020 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)). Sectigo RSA

En el año 2020 el sector hotelero de mayo a diciembre tuvo una caída en sus ventas debido a los confinamientos impuestos por el gobierno, la provincia de Guayas se sitúa en primer puesto con una participación en el mercado de 25,55% que corresponde \$ 28,50 millones de dólares, en segundo lugar, está la provincia de Pichincha con una participación en el mercado de 16,67% que corresponde a \$ 18,60 millones de dólares.

## Figura 16

### Registro de ventas mayo a diciembre 2019

Año	2019	
provincia	Millones USD.	% Participación
Pichincha	84,0	25,59%
Guayas	83,9	25,55%
Azuay	21,7	6,60%
Manabí	17,5	5,34%
Galápagos	16,9	5,15%
Tungurahua	11,4	3,47%
Napo	11,4	3,46%
Imbabura	10,1	3,09%
Esmeraldas	8,6	2,61%
Orellana	8,5	2,58%
El Oro	8,3	2,53%
Sucumbíos	7,5	2,28%
Santa Elena	7,3	2,22%
Santo Domingo De Los Tsáchilas	6,1	1,86%
Loja	6,0	1,82%
Chimborazo	4,9	1,50%
Cotopaxi	3,9	1,19%
Los Ríos	3,3	1,01%
Carchi	1,7	0,51%
Morona Santiago	1,3	0,40%
Zamora Chinchipe	1,3	0,39%
Cañar	1,1	0,34%
Pastaza	0,9	0,28%
Bolívar	0,7	0,21%
<b>Total</b>	<b>328,2</b>	<b>100,00%</b>

*Nota.* Reproducida de *Registro de ventas mayo a diciembre 2019*, de Ministerio del turismo, 2019 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)). Sectigo RSA

En comparación al año 2019 este registra de mayo a diciembre una participación de 25,59% en la provincia de Pichincha correspondiente a \$ 84 millones de dólares y en segundo lugar se encuentra la provincia del Guayas con una participación en el mercado de 25,55% equivalente a un ingreso de \$ 83,9 millones de dólares.

## Figura 17

### Reporte de ventas 2020

Año	2020	
provincia	Millones USD.	% Participación
Guayas	52,7	25,25%
Pichincha	42,0	20,14%
Azuay	14,5	6,96%
Manabí	13,9	6,68%
Tungurahua	8,1	3,89%
Orellana	8,0	3,82%
Imbabura	7,6	3,66%
Napo	7,5	3,62%
Sucumbíos	7,0	3,36%
Galápagos	6,7	3,22%
El Oro	6,2	2,97%
Loja	5,7	2,74%
Santa Elena	4,8	2,29%
Esmeraldas	4,5	2,16%
Santo Domingo De Los Tsáchilas	4,3	2,04%
Chimborazo	3,3	1,56%
Los Ríos	3,1	1,46%
Cotopaxi	2,1	1,01%
Zamora Chinchipe	1,8	0,84%
Carchi	1,3	0,62%
Morona Santiago	1,2	0,59%
Cañar	1,0	0,48%
Bolívar	0,7	0,36%
Pastaza	0,6	0,28%
<b>Total</b>	<b>208,7</b>	<b>100,00%</b>

*Nota.* Reproducida de *Reporte de ventas 2020*, de Ministerio de Turismo, 2020 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)). Sectigo RSA

El sector hotelero recaudó \$ 208,7 millones en el 2020, en donde la provincia del Guayas tuvo una participación de 25,25% generando \$ 52,7 millones de dólares seguida de la provincia de Pichincha con una participación de 20,14% generando una ganancia de \$ 42 millones de dólares y en último lugar está la provincia de Pastaza que obtuvo una participación de 0,28% generando una ganancia de \$ 600 mil dólares.

Tabla 21.

*Registro de alojamientos 2020*

Canton	Registro	Habitaciones	Camas	Plazas camas
BALAO	2	28	40	42
DAULE	1	21	27	51
DURAN	4	92	121	126
EL EMPALME	2	58	84	103
EL TRIUNFO	2	28	34	52
GUAYAQUIL	115	5.522	9.233	10.229
MILAGRO	6	181	290	363
NARANJAL	5	155	240	261
NARANJITO	2	41	58	59
PLAYAS	33	825	2.117	2.370
SAMBORONDON	2	52	103	108
<b>Total general</b>	<b>174</b>	<b>7.003</b>	<b>12.347</b>	<b>13.764</b>

*Nota.* Reproducida de *Registro de alojamientos 2020*, de Ministerio del Turismo, 2020 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)). Sectigo RSA

En el año 2020 se han registrado 174 alojamientos en la provincia del Guayas teniendo una diferencia de 23 alojamiento registrados en el 2019, en la ciudad de Guayaquil se registraron 115 alojamientos, seguido de Playas en donde se han registrado 33 alojamientos y en ultima lugar queda Daule donde solo se ha registrado 1 alojamiento en el año 2020.

Tabla 22.

*Registro de alojamientos por categoría 2020*

Canton		Subactividad Turística		
GUAYAQUIL		(Todo)		
CATEGORÍA	Registro	Habitaciones	Camas	Plazas camas
UNICA	3	11	23	21
5 ESTRELLAS	10	1.417	2.370	2.578
4 ESTRELLAS	14	1.023	1.620	1.862
3 ESTRELLAS	34	1.213	2.025	2.380
2 ESTRELLAS	34	1.360	2.306	2.498
1 ESTRELLA	20	498	889	890
<b>Total general</b>	<b>115</b>	<b>5.522</b>	<b>9.233</b>	<b>10.229</b>

*Nota.* Reproducida de *Registro de alojamientos por categoría 2020*, de Ministerio del Turismo, 2020 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)).

Sectigo RSA

En la ciudad de Guayaquil se han registrado 115 alojamientos en donde la categoría 3 estrellas y 4 estrellas registraron el mismo número de alojamientos que es 34 por el año 2020, seguida de la categoría 1 estrella en donde se registraron 20 alojamientos. Entre el mes de enero y octubre del año 2020 cerraron al menos 548 alojamientos a nivel nacional, esa cifra no se mantendrá debido a las nuevas disposiciones que emita el coe nacional. (Alvarado, El Comercio, 2020).

#### 4.4. Análisis e interpretación de resultados

La información recogida en las encuestas a los clientes hoteleros proporcionó datos importantes sobre el comportamiento de las reservas para pernoctar en la ciudad de Guayaquil.

Tabla 23.

*Resultado de búsqueda relevantes de la encuesta*

Edad 20 a 29 años	67,90%	La población que realiza reserva de alojamientos oscila entre 20 y 29 años
Precio	44,83%	Manifiestan que al momento de realizar una reserva influye mucho el tema económico
1 a 2 noches	51,72%	Al extender su estadía también deben considerar el rubro de alimentación y demás gastos.
Hoteles en pandemia	62,07%	El precio de alojamiento en época de pandemia se ha mantenido pese a la baja afluencia de personas

- Al elegir un tipo de alojamiento las personas prefieren un hotel debido a que les genera confianza, cabe mencionar que en el listado el 17,24% eligió la aplicación Airbnb donde se promocionan hospedajes completos que no son hoteles sino casas y/o condominios.
- Se reconoce que para realizar una reserva el aspecto que mas influye es el precio y la calidad del servicio, siendo estos que cumplan satisfactoriamente lo esencial para el consumidor.
- En época de pandemia se ha visto que los hoteles siguen manteniendo sus precios pese a que no hay mucha afluencia de personas.

- La crisis del coronavirus ha provocado que los cimientos del sector hotelero se tambaleen, en donde la base es el turismo siendo un gran soporte para la economía del Ecuador.
- Las habitaciones aisladas es una buena opción al elegir y reservar un alojamiento, debido a que no mantendrán contacto con mas personas sino solo con el anfitrión.
- Al extender su estadía de alojamiento deben considerar más rubros como la alimentación, actividades por realizar, costo por noche, etc.

Durante las entrevistas con los colaboradores del hotel, se enumeraron las respuestas para determinar qué métodos de bioseguridad, nuevas políticas, reinención para ofrecer el servicio utilizaron los representantes, así como también su afectación en las ventas y a las nuevas normas impuestas por el Gobierno con relación a sus servicios.

- La adecuación a un nuevo modo de vida es asumida como un proceso normal y normativo para los hoteles. El proceso de las actividades, así como los servicios de buffet y diversión nocturna ya no es una labor aislada, sino una adaptación de las personas.
- A partir de mayo del 2020 los hoteles lograron crear una reestructuración en su oferta de servicios como es el servicio de catering semanal con diferentes temáticas, generando nuevas opciones para el consumidor.
- Las medidas que el Gobierno tomó con relación a los sitios turístico y movilización de personas, les afectó en su economía debido a que no tenían afluencia de personas por las restricciones y el miedo a contagiarse.
- La utilidad bruta del año 2019 tiene una diferencia abismal con relación a las utilidades percibidas en el año 2020, motivo por el cual varios hoteles tuvieron que cerrar sus puertas entre ellos está el hotel Barceló Miramar.

## 4.5. Redacción del estudio de caso

El estudio de caso está basado sobre la actividad del sector hotelero y enfocado a la investigación sobre la afectación que dejó la pandemia en la ciudad de Guayaquil en donde se procedió analizar el comportamiento del consumidor y el impacto que tuvo la pandemia en las ventas del sector hotelero. Para la investigación participaron clientes hoteleros y colaboradores de hotel.

### 4.5.1. Descripción de la situación actual

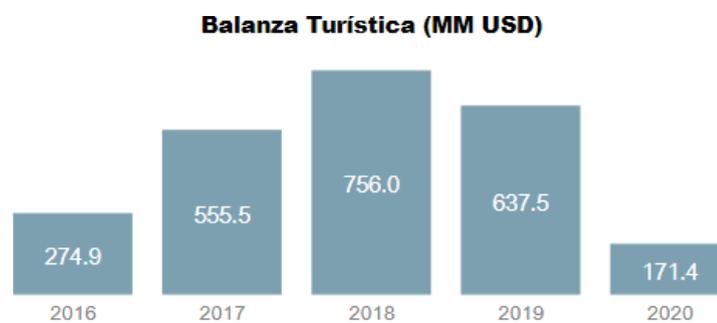


Gráfico 11. Balanza turística 2016 - 2020

Fuente: Banco Central del Ecuador (2022)

La evolución de la Balanza turística indica que desde el 2018 se presenta una disminución de los valores generados por la industria del turismo; sin embargo, para el año 2020

Tabla 24.

Ventas del sector Alojamiento 2021

<b>Industrias relacionadas al turismo</b>			
<b>Año</b>	<b>Sector</b>	<b>2021</b>	
		<b>Millones USD.</b>	<b>% Total</b>
	<b>Alojamiento</b>	<b>66.3</b>	<b>100.00%</b>
	Otros servicios de alojamientos por corto tiempo	1.9	2.92%
	Servicios de alojamiento prestados por hoteles	64.4	97.08%
	<b>Total</b>	<b>66.3</b>	<b>100.00%</b>

*Nota.* Reproducida de *Ventas del sector alojamiento 2021*, de Servicio de Rentas Internas, 2022 ([www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)). ECC CA-1

El sector de alojamiento para el año 2021 ha representado un valor de 66.3 millones de dólares, repartidos entre servicios de alojamiento de corto tiempo que se encuentran aparando las ofertas y la mayoría de los viajes mientras que también se tiene a los servicios de alojamientos prestados por hoteles.



Gráfico 12. Evolución de ventas desde el 2017 – 2021

Fuente: Servicio de Rentas Interna (2022)

Las ventas durante el periodo del 2017 al 2019 mantenían un aumento constante, aunque muy pequeños para los últimos años de este periodo; sin embargo, todo el efecto del año de la pandemia se sintió en el 2020 cuando se presentaron muy bajas ventas, que corresponde a menos de la mitad de lo que se recaudaba, pero desde el 2021 se han presentado propuestas para dinamizar el sector y aunque de forma lenta se va observando un incremento que beneficia a la sociedad.

Tabla 25.

*Recaudación del sector de alojamiento 2021*

<b>Industrias relacionadas al Turismo</b>		
<b>Año</b>	<b>2021</b>	
<b>Sector</b>	<b>Millones USD</b>	<b>% Total</b>
☐ Alojamiento	4.1	100.00%
☐ Otros servicios de alojamientos por corto tiempo	0.0	1.17%
I551009	0.0	1.17%
☐ Servicios de alojamiento prestados por hoteles	4.0	98.83%
I551001	4.0	98.83%
<b>Total</b>	<b>4.1</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Servicio de Rentas Interna (2022)

Para verificar las recaudaciones generadas por el sector de alojamiento, se verifica que el valor mayor corresponde al de servicios de alojamiento prestados por hoteles debido a que sus ingresos son más altos se promueve la recaudación en este sector.



Gráfico 13. Recaudaciones del sector 2020 – 2021

Fuente: Servicio de Rentas Interna (2022)

A nivel general, el sector ha mantenido un proceso de aumento en las recaudaciones a nivel de los alojamientos, lo que permite mantener las normas públicas vigentes para que este sector pueda continuar contribuyendo al país.

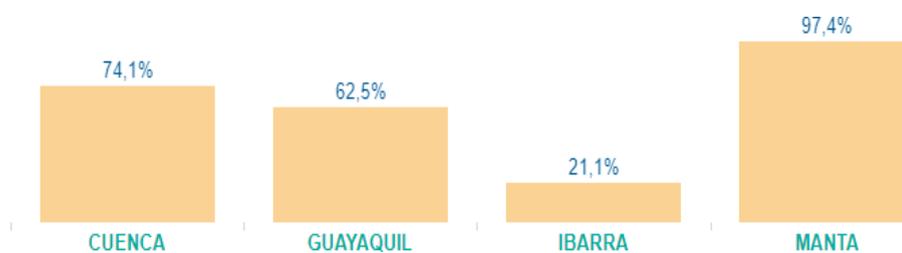


Gráfico 14. Tasa de ocupación en hoteles (OCC)

Fuente: Ministerio de Turismo (2021)

Para verificar la tasa de ocupación de la ciudad de Guayaquil se hizo una comparativa con otras ciudades donde se verificó que la tasa de ocupación es baja. Mientras que Manta y Cuenca lideran este segmento.

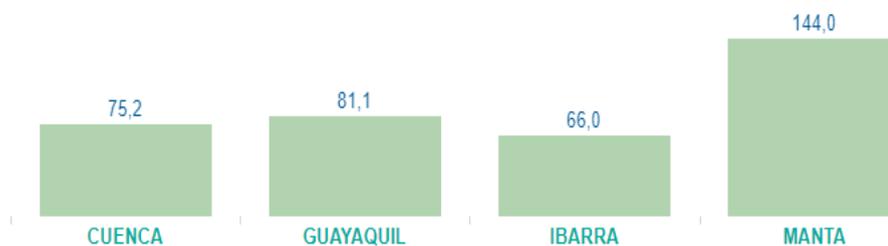


Gráfico 15. Tarifa promedio por habitación (ADR)

Fuente: Ministerio de Turismo (2021)

La Tarifa promedio por habitación se mide de acuerdo con las habitaciones ocupadas, donde los ingresos para Manta son altos y de ahí continúan unos ingresos relativamente altos para la ciudad de Guayaquil.

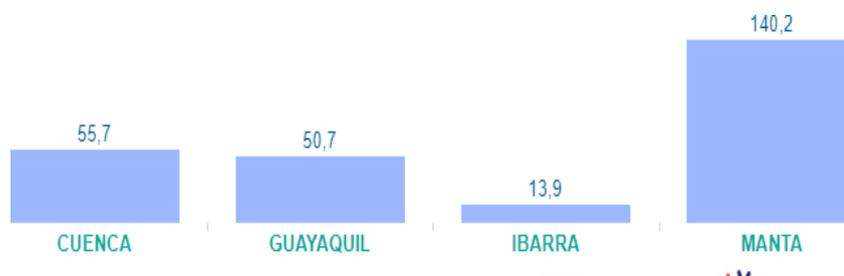


Gráfico 16. Ingreso por habitación desocupada (RevPAR)

Fuente: Ministerio de Turismo (2021)

El ingreso por habitación desocupada indica que entre las ciudades que se comparó Manta mantiene el nivel máximo situación que ocurre de forma contraria en Guayaquil donde se alcanza un 50.7 por lo que, los ingresos son relativamente bajos.

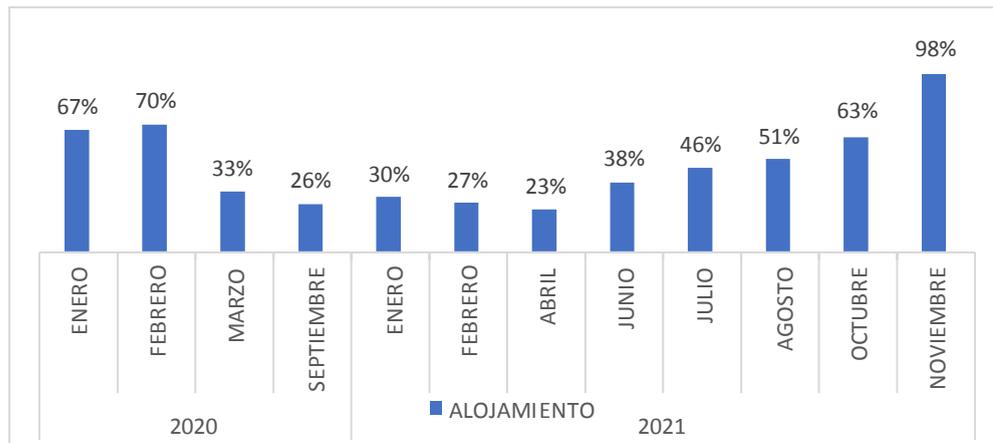


Gráfico 17. Evolución histórica de alojamiento

*Nota.* Adaptada de *Evolución histórica de alojamiento*, de Ministerio de Turismo, 2021 ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)). Sectigo RSA

La evolución histórica de la reserva en los hoteles de Guayaquil indica que la ciudad sintió los efectos por la pandemia para el año 2020 y a fines del 2019 cuando empezó a disminuir drásticamente las reservas mientras que para el año 2021 se manejaba con el 50% de las reservas, de ahí se verifica que el sector mantiene deudas importantes, producto de los altos costes de mantenimiento de un hotel y el bajo nivel de ingresos.

#### 4.5.2. Descripción de la situación propuesta

Debido a que el país y el sector están pasando por un momento muy difícil, lo que se traduce en menos número de pasajeros, congelamiento de las tarifas y el aumento de los costos de operación de los hoteles. Este escenario se traduce en un proceso de reinvención e innovación para establecer un nivel de normalidad en los hoteles. Es importante mantener activo este sector debido a que mantiene un alto índice de empleabilidad y el ingreso a través de las recaudaciones que representa para el país.

Primero se trabajará con recuperar la confianza de los clientes para que puedan identificar las características del sector hotelero en la ciudad de Guayaquil, es importante verificar las experiencias previas de los turistas en la ciudad, en este caso, fue la ciudad más afectada por el virus. Por lo que, se busca integrar información sobre el manejo de cuidados antes posibles

contagios: enfocándose en la vacunación, medidas implementadas y apertura de los sitios turísticos.

Además, se debe garantizar el cumplimiento de las medidas de seguridad como la distribución de gel antibacterial, alcohol, guantes y mascarillas, así como información de su uso correcto con el fin de que los turistas se sientan seguros.

Durante la etapa de reactivación, los hoteles deben ir respondiendo a las demandas generadas e implementar medidas como experiencias diferenciadas con el fin de influir positivamente en la decisión sobre el destino y la percepción de riesgo. Basándose en el tipo de consumidor que llega a la ciudad, se proponen las siguientes estrategias:

- Crear planes de marketing para los hoteles donde se enfoque en la promoción, se puede utilizar activamente las redes sociales, donde se mostrará cada una de las opciones disponibles y los puntos turísticos de la ciudad.
- Interactuar activamente con los turistas: respondiendo las preguntas e incentivando la visita a la ciudad.
- Mantener la promoción de paquetes en los hoteles de acuerdo con la situación del virus en la ciudad, para que los turistas verifiquen la atención que se le presta a su bienestar y salud.
- Establecer alianzas estratégicas con empresas del sector principalmente compañías: operadoras de turismo y transporte, para que promocionen los hoteles a nivel nacional e internacional.
- Es importante que se verifiquen las propuestas de los organismos internacionales e implementarlas para que se reactive el sector turístico y hotelero.
- También es importante verificar los precios de las habitaciones y ofrecer descuentos de acuerdo con varias

estrategias como la presentación del carnet de vacunación con las dos dosis.

- Descuentos para reservas en familias o grupos corporativos.
- Promocionar los lugares turísticos que se pueden visitar en la ciudad o las actividades que se pueden realizar mientras las personas se encuentran hospedadas en el lugar.
- Por último, verificar el apoyo generado por la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil para mantener la promoción de los hoteles.

## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

- Debido a la aparición de la pandemia conocida como covid-19, el sector hotelero se vio en la necesidad de paralizar sus actividades, a causa de esto se provocó una desestabilidad económica y cierre de hoteles.
- Entre los factores que limitaron el crecimiento de las ventas del sector hotelero, se tiene a las medidas restrictivas en los aeropuertos a nivel internacional, por lo que, disminuyó el ingreso de turistas extranjeros. A nivel interno también se observa que las medidas como limitaciones de aforo, cierre de lugares públicos e incluso horarios de salida generaron que las personas no puedan desplazarse y se mantuvieran más tiempo en casa
- Entre las estrategias comerciales en el sector hotelero se verifica que es importante promover la imagen de los hoteles y la capacidad de respuesta como la confianza para que los turistas se sientan que son importantes y el nivel de reservas aumente de forma paulatina de acuerdo con las medidas implementadas a nivel nacional.
- El comportamiento de las ventas antes y post pandemia se verificó a través de los indicadores presentados, donde antes de pandemia en el periodo del 2017 al 2019 mantenían un aumento constante, aunque muy pequeños para los últimos años de este periodo; sin embargo, todo el efecto de la pandemia se sintió en 2020 y desde el 2021 se observó una importante disminución de los ingresos.
- Mientras que para verificar la situación durante postpandemia se utilizaron indicadores de rentabilidad como la tasa de ocupación de la ciudad de Guayaquil se hizo una

comparativa con otras ciudades donde se verificó que la tasa de ocupación es baja. Mientras que Manta y Cuenca lideran este segmento, la tarifa promedio por habitación se mide de acuerdo con las habitaciones ocupadas se mantiene por debajo de los precios en Manta, por lo que, los precios son

## **Recomendaciones**

Entre las recomendaciones se promueve la ampliación y verificación de las estrategias comerciales para obtener unos resultados similares al periodo 2019 y así se puedan regular los niveles de rentabilidad del sector, para lograr una recuperación de los dos años perdidos en pandemia. Es importante que los hoteles determinen las necesidades del segmento de sus clientes y puedan reinventarse.

Es importante que los hoteles determinen las necesidades principales para ofrecer un lugar seguro, así como también una buena imagen para los turistas. La innovación y la reinención son fundamentales para mejorar la competitividad del sector.

La implementación de las estrategias comerciales permite que el pronóstico de las ventas sea favorable en un futuro; por lo que, se debe analizar la situación de cada hotel para ofrecer promociones en el alojamiento, descuentos, eventos y calendarios con eventos y actividades recreativas que pueden realizarse en la ciudad.

Crear planes de contingencia en caso de que ocurra algún evento similar al que se está viviendo actualmente, así mismo analizar los riesgos, el entorno, su capital humano, proveedores y clientes. Así mismo deberá tener provisiones de gastos fijos para el año entrante.

## Bibliografía

- Acosta, M., Salas, L., Jiménez, M., & Guerra, A. (2018). *La administración de ventas*. Obtenido de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/La-administracion-de-ventas.pdf>
- Ahotec. (2020). *Ahotec*. Obtenido de <http://www.hotelesecuador.com.ec/dispcapitulo.php>
- Ahotec. (s.f de 2021). *Hoteles Ecuador*. Obtenido de Asociaciones Hoteleras Provinciales filiales de Ahotec: <http://www.hotelesecuador.com.ec/asociaciones.php?menu=2&idiom=1>
- A-Hotel. (S.f). Obtenido de On-line reserva y alojamiento en todo el mundo: <https://www.a-hotel.com/es/ecuador/100381-guayaquil/1434416-1-hotel-perla-central/>
- Alvarado, P. (22 de diciembre de 2020). *El Comercio*. Obtenido de Gremios hoteleros calculan que 40% de reservas para eventos corporativos, cenas y bufés fue cancelado: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/gremios-hoteles-reservas-cancelaciones-eventos.html>
- Alvarado, P. (06 de Octubre de 2020). *El Comercio*. Obtenido de 52 hoteles han cerrado sus puertas o suspendido actividades en Ecuador por la pandemia: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/cierres-suspension-hoteles-ecuador-pandemia.html>
- American Thoracic Society. (2020). *¿Qué es el Covid-19?* Obtenido de <https://www.thoracic.org/patients/patient-resources/resources/spanish/covid-19.pdf>
- Angamarca, G., Cruz, E., Bucheli, J., & Martínez, C. (2018). Caracterización Tipológica del Sector Hotelero de la Provincia de Los Ríos, Ecuador. *Revista Ciencias Sociales y Económicas - UTEQ*.
- Ayala, F. (2013). Desarrollo de estrategias de posicionamiento. Caso: Producto Quinua. *Perspectivas*, 39-60.
- Azcona, M., Manzini, F., & Dorati, J. (2014). *Precisiones metodológica sobre la unidad de análisis y la unidad de observación aplicación a la investigación en Psicología*. Obtenido de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45512/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45512/Documento_completo.pdf?sequence=1)
- Banco Central del Ecuador . (2022). *Balanza Turística Anual* . Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico>
- Becerra, F., Vega, J., & Orellana, M. (2020). Impacto financiero del Covid-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación. *593 Diggital Publisher*.
- Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., Cruz, F., & Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*.
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (2019). *Informe de Posición Estratégica*. Obtenido de <https://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2017/03/IPE-317-Fiestas-de-Guayaquil-Comercio.pdf>

- Castro, C., Mackay, R., Ruiz, K., & Poveda, G. (2020). *Afectación socioeconómica del covid-19 al sector turístico hotelero de la ciudad de Guayaquil - Ecuador*. Obtenido de <https://www.eumed.net/actas/20/turismo/37-afectacion-socioeconomica-del-covid-19-al-sector-turistico-hotelero.pdf>
- CEDIA. (2020). *Turismo en Ecuador Alojamiento y servicios de comida*. Obtenido de <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/06/Turismo-en-Ecuador-Alojamiento-y-servicios-de-comida.pdf>
- Central de reservas. (2018). *Hotel Continental*. Obtenido de <https://www.centraldereservas.com/hoteles/ecuador/guayas/guayaquil/hotel-continental>
- Chagoya, E. R. (01 de julio de 2018). *Métodos y técnicas de investigación*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/#autores>
- Constitución del Ecuador. (2008). *Registro Oficial 449*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/CONSTITUCI%C3%93N-DE-LA-REP%C3%9ABLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Ecuador, M. d. (2019). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-ventas>
- Ekos. (25 de Mayo de 2021). *Crecimiento del PIB 2021 en Latinoamérica*. Obtenido de <https://ekosnegocios.com/articulo/crecimiento-del-pib-2021-en-latinoamerica>
- El comercio. (11 de marzo de 2020). *El comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/sociedad/salud-coronavirus-emergencia-sanitaria-covid19.html>
- El Universo. (2020). *Coronavirus frenó al turismo cuyos ingresos caerán un 70 % en Ecuador durante el 2020*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/10/nota/7836018/turismo-galapagos-ecuador-covid-19/>
- El universo. (6 de JULIO de 2020). *El universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/03/nota/7894014/hotelaria-turismo-impacto-covid-19-desempleo-iliquidez-cierre/>
- El Universo. (19 de Junio de 2021). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/hoteles-apelan-al-modelo-colaborativo-para-recuperarse-del-impacto-de-la-pandemia-nota/>
- Encuentro, G. d. (12 de agosto de 2020). *Con apoyo internacional, Ecuador se beneficia de un plan para que las pequeñas empresas accedan al comercio electrónico*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/con-apoyo-internacional-ecuador-se-beneficia-de-un-plan-para-que-las-pequenas-empresas-accedan-al-comercio-electronico/>
- Esquema de clases*. (2012). Obtenido de <https://guiadetesis.files.wordpress.com/2012/07/unidades-de-investigacic3b3n-o-casos.pdf>
- Estatuto Orgánico por procesos del Ministerio de Turismo*. (2017).

- Ferrero, F. (29 de Diciembre de 2020). Cifras en rojo para el sector hotelero y la cadena de restaurantes del país. (E. telégrafo, Entrevistador)
- Figueroa, M., Toala, S., & Quiñonez, M. (2020). El marketing mix y su incidencia en el posicionamiento comercial de las Pymes. *Polo del Conocimiento*, 309-324.
- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la Investigación: manual autoformativo interactivo*. Huancayo: Universidad Continental.
- GH HOTELES. (2020). *GH Hoteles*. Obtenido de <https://www.ghhoteles.com.ec/about>
- Ghebreyesus, T. A. (11 de Marzo de 2020). *Organizacion Panamericana de la Salud*. Obtenido de OPS: <https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia>
- Gómez, D., Carranza, Y., & Ramos, C. (2017). Revisión documental, una herramienta para el mejoramiento de las competencias de lectura y escritura en estudiantes universitarios. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, 46-56.
- Hilton Colon*. (S.f). Obtenido de [https://www.hiltonhotels.com/es\\_XM/ecuador/hilton-colon-guayaquil/](https://www.hiltonhotels.com/es_XM/ecuador/hilton-colon-guayaquil/)
- Hotel Sonesta. (2020). *Hoja Informativa*. Obtenido de <https://www.sonesta.com/es/ec/guayaquil/sonesta-hotel-guayaquil/hoja-informativa>
- Ibáñez, J., & Manzano, R. (2008). *Posicionamiento: elemento clave de la estrategia de marketing*. Obtenido de [http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/posicionamiento\\_1563557948.pdf](http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/posicionamiento_1563557948.pdf)
- Izquierdo, A., Viteri, D., Baque, L., & Zambrano, S. (2020). Estrategias de marketing para la comercialización de producto biodegradables de aseo y limpieza de la empresa Quibisa. *Universidad y Sociedad*.
- Ley de Turismo*. (2015).
- López, P., & Fachelli, S. (2016). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Obtenido de [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf)
- Mackay. (2020). *Cicotur*. Obtenido de [https://www.anahuac.mx/mexico/cicotur/sites/default/files/2020-03/Doc06\\_Coronavirus\\_Turismo\\_CICOTUR.pdf](https://www.anahuac.mx/mexico/cicotur/sites/default/files/2020-03/Doc06_Coronavirus_Turismo_CICOTUR.pdf)
- Madrid Francisco. (marzo de 2020). *Cicotur*. Obtenido de [https://www.anahuac.mx/mexico/cicotur/sites/default/files/2020-03/Doc06\\_Coronavirus\\_Turismo\\_CICOTUR.pdf](https://www.anahuac.mx/mexico/cicotur/sites/default/files/2020-03/Doc06_Coronavirus_Turismo_CICOTUR.pdf)
- Marroquín, R. (2012). *Metodología de la investigación*. Obtenido de [http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf)
- Ministerio de Turismo. (2021). *Establecimientos registrados*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>

- Ministerio de Turismo. (13 de 07 de 2019). Obtenido de Ecuador obtuvo 19 galardones en World Travel Awards edición Suramérica: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-obtuvo-19-galardones-en-world-travel-awards-edicion-suramerica/>
- Ministerio de Turismo. (2019). Obtenido de Ventas de actividades del sector turístico: <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-ventas>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Plan Estratégico Institucional*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Plan-Reactivacion-Turistica*. 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)
- Ministerio de Turismo. (14 de Julio de 2021). Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Ministerio de Turismo. (2021). *Tasa de ocupación OCC*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/indicadores-de-alojamiento>
- Ministerio del Turismo. (2020). *Rendición de cuentas 2020*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Presentacio%CC%81n-Informe-de-Rendicio%CC%81n-de-Cuentas-MINTUR-2020-compressed.pdf>
- Molina, E., Mañay, D., Mamarandi, A., & Villagrán, P. (2021). Preferencias y tendencias turísticas de los visitantes de la zona 2 en tiempos de covid-19. *Ecociencia*.
- Montero, S., Farfán, O., & San Andrés, M. (2017). *Estudio de la competitividad del sector de servicios turísticos en Guayaquil*. Obtenido de <https://www.uteg.edu.ec/wp-content/uploads/2019/11/ESTUDIO-DE-LA-COMPETITIVIDAD-DEL-SECTOR-DE-SERVICIOS-TURISTICOS.pdf>
- Muguirra, A. (30 de Septiembre de 2021). *Tipos de entrevistas y sus características*. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-entrevista/>
- Narváez, G., Guerrero, C., & Villaprado, O. (2017). La competitividad del sector hotelero a partir de la teoría de los recursos y capacidades. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 93-105.
- Okuda, M., & Gómez, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: Triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*.
- OMS. (2020). *Gestión de la COVID-19 en hoteles y otras entidades del sector del alojamiento*. Obtenido de <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/334128/WHO-2019-nCoV-Hotels-2020.3-spa.pdf>
- OMS. (2020). *Gestión de la COVID-19 en hoteles y otras entidades del sector del alojamiento*. Obtenido de <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/334128/WHO-2019-nCoV-Hotels-2020.3-spa.pdf>

- OMS. (30 de enero de 2020). *Organizacion Mundial de la Salud*. Obtenido de [https://www.who.int/es/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-\(2019-ncov\)](https://www.who.int/es/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-(2019-ncov))
- OMS. (02 de junio de 2021). *Organizacion Mundial del Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-cae-un-83-aunque-la-confianza-mejora-lentamente>
- OMT. (2020). *Organizacion Mundial de la Salud*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1>
- OMT. (17 de marzo de 2020). *Organizacion Mundial del Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-declaracion-zurab-pololikashvili>
- OMT. (2 de junio de 2021). *Organizacion Mundial del Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-cae-un-83-aunque-la-confianza-mejora-lentamente>
- Pinargote, K., & Loor, T. (2021). El Covid – 19 y su impacto económico en las empresas hoteleras de Manta – Ecuador. *Sinergia*.
- Piza, N., Amaiquema, F., & Beltrán, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. *Conrado*, 455-459.
- Proaño, G., López, C., & Chérrez, R. (2020). La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *FIPCAEC*.
- Quito Turismo. (2020). *Informe tecnico impacto pandemia covid-19 en el sector turistico de Quito*. Obtenido de [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Administraci%C3%B3n%202019-2023/Comisiones%20del%20Concejo%20Metropolitano/Turismo%20y%20Fiestas/2020/2020-10-29/Documentos%20para%20tratamiento/2%20Informe%20Quito%20Turismo/informe\\_t%C3%A9cnico\\_afectacion\\_covid19](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Administraci%C3%B3n%202019-2023/Comisiones%20del%20Concejo%20Metropolitano/Turismo%20y%20Fiestas/2020/2020-10-29/Documentos%20para%20tratamiento/2%20Informe%20Quito%20Turismo/informe_t%C3%A9cnico_afectacion_covid19)
- Red Cultural del Banco de la República en Colombia. (2017). *Reactivación económica*. Obtenido de [https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Reactivaci%C3%B3n\\_econ%C3%B3mica](https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Reactivaci%C3%B3n_econ%C3%B3mica)
- Reglamento de Alojamiento Turístico. (2016). *Registro Oficial Suplemento 465*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Rizo, M., Villa, B., Vuelta, D., & Vargas, B. (2017). Estrategias de comercialización para la gestión de ventas en el mercado agropecuario estatal ferreiro de Santiago de Cuba. *Ciencia en su PC*, 91-102.
- Rojó, M., & Bonilla, D. (2020). *COVID-19: La necesidad de un cambio de paradigma económico y social*. Obtenido de <http://cienciamerica.uti.edu.ec/openjournal/index.php/uti/article/view/288/458>
- Romero, A. (2017). Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador. *UNIANDES EPISTEME: Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*.

- Ruth Ordoñez, R. S. (2019). Obtenido de “Análisis de la organización y cumplimiento de objetivos institucionales de la Asociación:  
file:///C:/Users/User/Downloads/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n.pdf
- Schettini, P., & Cortazzo, I. (2016). *Tècnicas y estrategias en la investigaciòn cualitativa*. Obtenido de  
[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53686/Documento\\_completo\\_\\_\\_.-%20Cortazzo%20CATEDRA%20.pdf-PDFA.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53686/Documento_completo___.-%20Cortazzo%20CATEDRA%20.pdf-PDFA.pdf?sequence=1)
- Seid, G. (2016). Procedimientos para el análisis cualitativo de entrevistas. Una propuesta. *V Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales (ELMeCS)*, 1-24.
- Semanario Ecuador News*. (14 de 10 de 2019). Obtenido de Sector turístico perdió USD 5 millones diarios: <https://ecuadornews.com.ec/2019/10/14/sector-turistico-perdio-usd-5-millones-diaricos/>
- Serrano, J. (2017). Clasificación de las empresas de alojamiento turístico ubicadas en Andalucía. *HELVIA*. Obtenido de  
<https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/16495/2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Servicio de Rentas Interna. (2022). *Ventas*. Obtenido de  
<https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-ventas>
- Superintendencia de Compañía, valores y seguros. (2021). *Efectos del covid-19 en el sector turismo*. Obtenido de <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/Sector-Turismo-03-08-2021.pdf>
- Tafur, G., Vélez, C., Alejo, O., Zumba, M., & Jácome, J. (2018). Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador). *Revista Espacios*.
- Thornton, G. (17 de Mayo de 2021). *Economía y Mercado*. Obtenido de Latinoamérica, economía y pandemia: <https://www.elpais.com.uy/economia-y-mercado/latinoamerica-economia-pandemia.html>
- Turiconsejos*. (30 de julio de 2018). Obtenido de Cómo tener éxito en una entrevista semiestructurada: <https://www.turijobs.com/blog/que-es-la-entrevista-semiestructurada-o-mixta/#:~:text=Una%20entrevista%20semiestructurada%20es%20un,que%20responder%20unas%20preguntas%20comunes>
- Turismo, C. d. (19 de agosto de 2020). *El Comercio*. Obtenido de  
<https://www.elcomercio.com/actualidad/camara-turismo-guayas-cierre-hoteles.html>
- Turismo, M. d. (2019). *Ministerio del Turismo*. Obtenido de Establecimientos Registrados: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Turismo, M. d. (2019). *Ministerio del Turismo*. Obtenido de Establecimientos registrados: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Turismo, M. d. (2020). *Ministerio del Turismo*. Obtenido de Ventas de las actividades sector turístico: <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-ventas>

- Turismo, M. d. (2020). *Ministerio del Turismo*. Obtenido de Venta del sector hotelero por provincia: <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-ventas>
- Turismo, M. d. (2020). *Ministerio del Turismo*. Obtenido de Establecimientos registrados: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- UNICEF. (2021). *Viajar en familia durante la Covid-19*. Obtenido de <https://www.unicef.org/es/coronavirus/viajar-en-familia-durante-la-covid-19>
- Universidad de Sonora. (2015). *Muestreo*. Obtenido de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf>
- Universidad La Concordia. (28 de Julio de 2020). *Universidad La Concordia*. Obtenido de Conoce 4 técnicas de investigación que son ideales para universitarios: <https://universidadlaconcordia.edu.mx/blog/index.php/tecnicas-de-investigacion/#:~:text=Las%20t%C3%A9cnicas%20de%20investigaci%C3%B3n%20on,conocimiento%20para%20resolver%20nuestras%20preguntas.>
- UNWTO. (2020). *Directrices globales de la OMT para reiniciar el turismo*. Obtenido de <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-06/200606%20-%20UNWTO%20Global%20Guidelines%20to%20Restart%20Tourism%20ES.pdf>
- USIL. (2019). *Cinco implementaciones que harán los hoteles a causa de la COVID-19*. Obtenido de <https://facultades.usil.edu.pe/administracion-hotelera-turismo-gastronomia/nota/cinco-implementaciones-que-haran-los-hoteles-a-causa-de-la-covid-19/>
- Vásquez, G. (2005). *Las ventas en el contexto gerencial latinoamericano*. Obtenido de [https://ucema.edu.ar/cimei-base/download/research/59\\_Vasquez.pdf](https://ucema.edu.ar/cimei-base/download/research/59_Vasquez.pdf)
- Yellow Place. (2018). *Hotel Continental Guayaquil*. Obtenido de <https://yellow.place/es/hotel-continental-guayaquil-guayaquil-ecuador>
- Yépez, G., Quimis, N., & Sumba, R. (2021). El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. *Polo del conocimiento*, 2045-2069.
- Zambrano, L. (20 de 01 de 2020). *Diario Expreso*. Obtenido de El año pasado la llegada de turistas a Ecuador se incrementó en un 4,3 %: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/ano-pasado-llegada-turistas-ecuador-incremento-4-3-3701.html>
- Zambrano, N., & Arteaga, J. (2017). Evaluación de la calidad de los servicios hoteleros de segunda categoría del sector céntrico de Guayaquil. *Universidad de Oriente*.
- Zerda B., E., Gutiérrez N., A., Cruz S., M. A., & Cali N., G. (2018). Concurrencia de turistas en el Paseo de la Juventud y plan de dinamización para su inserción en la oferta dentro del circuito turístico de Guayaquil, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 188-196.
- Zita, A. (28 de 02 de 2020). *Diferenciador*. Obtenido de Diferencia entre población y muestra: <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>

# Anexos

## Correo de entrevistas

ENTREVISTA CASO DE ESTUDIO UCSG - HOTEL PERLA CENTRAL

**SR** Silvana Rivera  
Dom 13/02/2022 17:59  
Para: GENESIS MILENA CALERO BARROS

ENTREVISTA CASO DE ES...  
73 KB

Estimada Genesis, buenas tardes

Disculpa la demora, por este medio remito la entrevista con las preguntas contestadas, en todo caso tienes mi numero para cualquier inquietud que te surja en mis respuestas y así poder profundizarlas.

Que tengas un buen dia.

Silvana Rivera D. ext: 005  
Contadora Administradora La Perla Central  
Direccion: Juan Montalvo #102 y Av. Malecon Simon Bolivar



Responder a todos | Eliminar | No deseado | Bloquear

ENTREVISTA CASO DE ESTUDIO UCSG - HOTEL ANDY

**AA** Andy Hotel Administracion  
Dom 13/02/2022 17:31  
Para: GENESIS MILENA CALERO BARROS

ENTREVISTA CASO DE ES...  
73 KB

Estimada Genesis, buenas tardes

Agradezco que nos haya tomado en cuenta para su caso de estudio, tal como hemos acordado adjunto formato en donde encontrará las respuestas a su entrevista

Éxitos en su tesis!

Mariuxi Montedeosca C.  
Administradora Andy Hotel



Responder | Reenviar



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Génesis Milena Calero Barros con C.C: # 0957547664 autor/a del trabajo de titulación: **Impacto en las ventas del sector hotelero a causa de la pandemia del Covid-19 en la ciudad de Guayaquil. Caso de estudio**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Comercio** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **24 de Febrero de 2022.**

f. \_\_\_\_\_

Calero Barros, Genesis Milena

C.C: 0957547664



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Impacto en las ventas del sector hotelero a causa de la pandemia del Covid-19 en la ciudad de Guayaquil. Caso de estudio		
<b>AUTOR (ES)</b>	Calero Barros, Génesis Milena		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Lic. Garcés Silva, Magaly Noemi, Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Comercio		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Licenciada en Comercio		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	24 de febrero de 2022	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	98
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Sector hotelero, crisis por pandemia, afectación económica		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Turismo, Pandemia, Hoteles, económica, comercio, Guayaquil		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>	<p>Mediante el siguiente trabajo de investigación se enfocó en analizar las consecuencias producidas en las ventas del sector hotelero por la pandemia en el año 2020 en la ciudad de Guayaquil. Por lo cual, se estableció como metodología basada en las técnicas de revisión documental que permite la identificación y búsqueda de información en las principales bases de datos, la entrevista realizada a representantes de hoteles de la zona y encuesta realizada a una muestra seleccionada en la ciudad de Guayaquil con 12 preguntas que permiten conocer la tendencia de viajes y estancia.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +59383810404	E-mail: genesis.calero@cu.ucsg.edu.ec	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):</b>	<b>Nombre:</b> Garcés Silva, Magaly Noemi		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206953 Ext. 5046		
	<b>E-mail:</b> magaly.garces@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			