UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO

TEMA:

DEMANDA POST COVID DENTRO DE LAS EMPRESAS TURISTICAS DEL CANTÓN PASTAZA EN LA CATEGORÍA HOTELES.

AUTORES:

JENNYFER KARINA JARAMA LARGO

DERIAM BENITO ZURITA LOPEZ

DIRECTOR DEL PROYECTO:

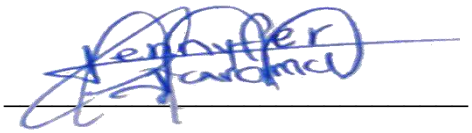
MSc. TANIA CRISTINA CEVALLOS PUNGUIL

PASTAZA - ECUADOR

2020

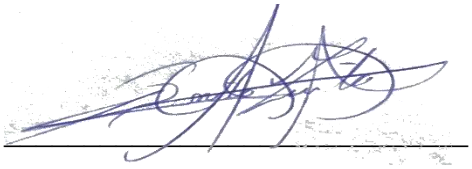
DECLARATORIA DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Quien suscribe Jarama Largo Jennyfer Karina, con C.I. 0106778491, hace constar que es autora del Trabajo de Integración Curricular titulado: DEMANDA POST COVID DENTRO DE LAS EMPRESAS TURISTICAS DEL CANTÓN PASTAZA EN LA CATEGORÍA HOTELES, el cual constituye una elaboración personal realizada únicamente con la dirección del Tutor de dicho trabajo, Msc. Cevallos Punguil Tania Cristina. En tal sentido, manifiesto la originalidad de la conceptualización del trabajo como interpretación de datos y elaboración de conclusiones dejando establecido que aquellos aportes intelectuales de otros autores se han referenciado debidamente en el texto de dicho trabajo.



Jarama Largo Jennyfer Karina
CI: 0106778491

Quien suscribe Zurita López Deriam Benito, con C.I. 0604698076, hace constar que es autor del Trabajo de Integración Curricular titulado: DEMANDA POST COVID DENTRO DE LAS EMPRESAS TURISTICAS DEL CANTÓN PASTAZA EN LA CATEGORÍA HOTELES, el cual constituye una elaboración personal realizada únicamente con la dirección del Tutor de dicho trabajo, Msc. Cevallos Punguil Tania Cristina. En tal sentido, manifiesto la originalidad de la conceptualización del trabajo como interpretación de datos y elaboración de conclusiones dejando establecido que aquellos aportes intelectuales de otros autores se han referenciado debidamente en el texto de dicho trabajo.

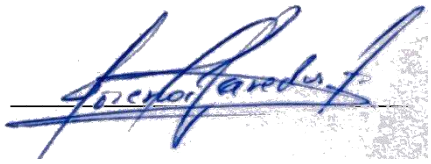


Zurita López Deriam Benito
CI: 0604698076

En el cantón Pastaza, a los 21 días del mes de septiembre del 2020.

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

El tribunal de sustentación del proyecto de investigación y desarrollo aprueba el Trabajo de Integración Curricular titulado: “DEMANDA POST COVID DENTRO DE LAS EMPRESAS TURISTICAS DEL CANTÓN PASTAZA EN LA CATEGORÍA HOTELES”.



Dra. Paredes Andrade Lorena Yolanda PhD

Presidente del Tribunal



Msc. Ortega Ocaña Ángel Fernando

Miembro del Tribunal



Msc. Enríquez Estrella Miguel Ángel

Miembro del Tribunal

CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD OBTENIDO EN EL SISTEMA ANTI PLAGIO

Quien suscribe el presente Msc. Cevallos Punguil Tania Cristina con CI: 1600394140, certifica que el Trabajo de Integración Curricular titulado: DEMANDA POST COVID DENTRO DE LAS EMPRESAS TURISTICAS DEL CANTÓN PASTAZA EN LA CATEGORÍA HOTELES", ha sido examinado a través del sistema Antiplagio URKUND y presenta un porcentaje de similitud del 4 %.

En el cantón Pastaza, a los 21 días del mes de septiembre del 2020.



_____

Msc.Cevallos Punguil Tania Cristina

Director del Trabajo de Integración Curricular

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND

Oficio No. 279-SAU-UEA-2020

Puyo, 21 de septiembre de 2020

Por medio del presente **CERTIFICO** que:

El proyecto de investigación correspondiente a los egresados JARAMA LARGO JENNYFER KARINA con C.I. 0106778491 y ZURITA LÓPEZ DERIAM BENITO con C.I. 0604698064, con el Tema: **"DEMANDA POST COVID DENTRO DE LAS EMPRESAS TURISTICAS DEL CANTÓN PASTAZA EN LA CATEGORÍA HOTELES"**, de la carrera, Licenciatura En Turismo. Directora del proyecto Ing. Cevallos Punguil Tania Cristina M.Sc., ha sido revisado mediante el sistema antiplagio URKUND, reportando una similitud del 4%, Informe generado con fecha 21 de septiembre de 2020 por parte de la directora conforme archivo adjunto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Atentamente,

Ing. Italo Marcelo Lara Pilco M.Sc.
ADMINISTRADOR DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND – UEA - .

Agradecimiento

Agradezco primero a Dios por sus saberes católicos y haberme logrado dar la sabiduría necesaria para lograr una meta más en mi vida que va hacer de mucho orgullo para mis padres quienes me han apoyado incondicionalmente toda mi vida desde que vieron dar mis primeros pasos asta compartir sus alegrías y tristezas sin dejar de mencionar a mis maestros quienes fueron más que maestros eran guías, mentores y amigos incondicionales que me apoyaron desde que logre ingresar a la Universidad y me supieron decir que elegí la carrera correcta, la carrera de mis sueños y por último agradezco a mis compañeros y amigos con quienes tuve la dicha y oportunidad de vivir muchas aventuras en ti Universidad, gracias a todos.

A la MSc. Tania Cristina Cevallos Punguíl por su ayuda constante en el desarrollo de esta investigación.

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a familiares, amigos y sobre todo a nuestros padres que nos dieron la vida y la oportunidad de crecer personal y profesionalmente, los mismos que nos han apoyado incondicionalmente durante nuestro desarrollo y que han sabido ser parte fundamental para nuestra motivación y así culminar nuestra carrera universitaria y superarnos día a día.

Resumen

El presente proyecto tiene como objetico analizar la demanda turística POST COVID en las empresas de la categoría Hoteles dentro del cantón Pastaza además de establecer posibles alternativas para la reactivación de la demanda hotelera del Cantón Pastaza por lo cual se ha aplicado una investigación descriptiva con un enfoque cualitativo y cuantitativo por medio de análisis, encuestas y entrevistas con una previa revisión bibliográfica la misma que ha dado un enfoque para la realización de esta investigación.

En este trabajo se presentaran como resultados obtenido un análisis de la matriz de factores ponderados, la misma que permitió establecer los factores que afectan a la demanda hotelera del Cantón Pastaza de la misma forma un análisis 80-20 con una gráfica de Pareto, y una encuesta que ha establecido los factores que mayor influencia tiene en la demanda hotelera del Cantón Pastaza y finalmente se podrá encontrar una matriz de alternativas valorados según su grado de importancia en un diseño de semaforización la misma que establecen las alternativas importantes para hacer tomados en cuenta durante el contexto de la crisis sanitaria.

Palabras clave: demanda, empresas, hoteles, post Covid.

Summary

The purpose of this project is to analyze the POST COVID tourist demand in the companies of the Hotels category within the Pastaza canton in addition to establishing possible alternatives for the reactivation of the hotel demand of the Pastaza Canton, for which a descriptive research has been applied with a focus qualitative and quantitative through analysis, surveys and interviews with a previous bibliographic review, the same that has given an approach to the realization of this research. In this work, an analysis of the weighted factor matrix will be presented as results obtained, the same that has helped to establish the factors that indicate the hotel demand of the Pastaza Canton in the same way an 80-20 analysis with a Pareto graph, and A survey that has established the factors that have the greatest in the hotel demand of the Canton Pastaza and finally it will be possible to find a matrix of alternatives valued according to their degree of importance in a traffic light design, the same as the results of the important alternatives to make taken in account during the context of the health crisis.

Keywords: Demand, Companies, Hotels, Post Covid.

ÍNDICE

CAPÍTULO I 14
1.1. Introducción 14
1.2. Planteamiento del problema 17
1.3. Objetivos 18
1.3.1. Objetivo general 18
1.3.2. Objetivos específicos 18
1.4. Justificación 19
CAPÍTULO II 20
2.1. Fundamentación teórica 20
2.1.1. Antecedes de la demanda Internacional 20
2.1.2. Antecedentes de la demanda nacional 23
2.1.3. Base teórica 25
CAPITULO III 31
3.1. Metodología 31
3.1.1. Localización 31
3.1.2. Tipo o Diseño de Investigación 31
3.1.3. Tipo de investigación 32
3.1.4. Técnicas de investigación. 32
3.1.5. Población muestra 32
3.1.6. Enfoque de la investigación 33
3.1.7. Métodos de Investigación o alcance de la investigación. 34
3.1.8. Variables de investigación 34
CAPITULO IV 35
4.1. Análisis e interpretación de resultados 35

4.1.1. Factores turísticos que afectan a la demanda POST COVID dentro de las empresas turísticas del cantón Pastaza en la categoría Hoteles. 35

4.1.2. Determinar el impacto de los factores turísticos de la demanda POST COVID dentro de las empresas turísticas del cantón Pastaza en la categoría Hoteles. 37

4.1.3. Posibles propuestas de reactivación turística con respecto a las necesidades de la demanda POST COVID dentro de las empresas turísticas del cantón Pastaza en la categoría Hoteles. 61

CONCLUCIONES 63

RECOMENDACIONES 64

BIBLIOGRAFÍA 65

ANEXOS 68

INDICE DE LAS FIGURAS

Figura 1 Mapa Cantón Pastaza 31
Figura 2 Análisis de Pareto.....38
Figura 3 Género 39
Figura 4 Edad.....40
Figura 5 Nacionalidad 41
Figura 6 Provincia de Residencia 42
Figura 7 País de Residencia.....43
Figura 8 Estado Civil 44
Figura 9 Ocupación.....45
Figura 10 Nivel de Estudios 46
Figura 11 Normas de bio seguridad 47
Figura 12 Servicios de Alimentos y Bebidas.....48
Figura 13 Servicio de Alojamiento 49
Figura 14 Aspectos de un Hotel.....50
Figura 15 Visitas para el Cantón Pastaza 51
Figura 16 Motivaciones.....52
Figura 17 Atención al cliente.....53
Figura 18 Instalaciones.....54
Figura 19 Servicio a la Habitación.....55
Figura 20 Imagen del Personal 56
Figura 21 Limpieza de la Habitación 57
Figura 22 Alimentos del Restaurante 58
Figura 23 Precios 59
Figura 24 Medios de comunicación 60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Calculo Muestra 33
Tabla 2 Factores de la Demanda 35
Tabla 3 Calculo 80-20 37
Tabla 4 Género 39
Tabla 5 Edad 39
Tabla 6 Nacionalidad 40
Tabla 7 Provincia de Residencia para turistas Nacionales 41
Tabla 8 País de Residencia de Turista Extranjeros 43
Tabla 9 Estado Civil 43
Tabla 10 Ocupación 44
Tabla 11 Nivel de Estudios 45
Tabla 12 Normas de bio seguridad 46
Tabla 13 Servicios de Alimentos y Bebidas 47
Tabla 14 Servicio de Alojamiento 48
Tabla 15 Aspectos de un Hotel 49
Tabla 16 Visitas para el Cantón Pastaza 50
Tabla 17 Motivaciones 51
Tabla 18 Atención al cliente 52
Tabla 19 Instalaciones 53
Tabla 20 Servicio a la Habitación 54
Tabla 21 Imagen del Personal 55
Tabla 22 Limpieza de la Habitación 56
Tabla 23 Alimentos del Restaurante 57
Tabla 24 Precios 58
Tabla 25 Medios de comunicación 59

CAPÍTULO I

1.1. Introducción

El turismo es un fenómeno mundial, en donde se usa los diferentes recursos, para llevar a los visitantes, también llamados turistas a nutrirse de nuevas experiencias, en un ambiente controlado. Se busca que ellos formen parte de una vivencia revitalizadora para sus vidas, y que de esta manera sean capaces de salir de su rutina diaria, de igual forma el turismo es una actividad económica y social de enorme importancia (MINTUR, MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR , 2019). Se ha convertido en un instrumento eficaz para el desarrollo integral e inclusivo, a través de su rol protagónico en la generación de oportunidades de empleo y mejora de la calidad de vida de la población de los territorios turísticos mediante el impulso de emprendimientos infraestructura generación de visas por exportaciones entre otros. Además, es un sector económico que promueve la innovación en el conocimiento y tecnología aplicada respondiendo así a la acelerada globalización del mundo moderno.

De esta manera el turismo se ha caracterizado por ser un sector clave para la economía del país y con un gran potencial de desarrollo. Tras la baja del precio del petróleo, principal ingreso para el país, el turismo se vio como una potente alternativa para contrarrestar la situación (Romero , 2016). Sin embargo, tampoco tuvo suerte y entre 2015 y lo que va de 2016 al sector turístico le cayeron varias plagas, una tras otra: depreciación de las monedas de países vecinos, reactivación del volcán Cotopaxi, casos de zika y chikunguña, y el terremoto del pasado 16 de abril. Estos factores han disminuido el flujo de turistas y han impactado significativamente al sector que en años pasados creció pero que en la actualidad se encuentra sumergido en una difícil situación.

También debido al brote de COVID-19, el escenario para el turismo es de los más inciertos, pero a la vez el que más desafíos trae, muchos analistas han señalado que es el momento para que el turismo desarrolle nuevas alternativas porque el turista a futuro, va a buscar disfrutar de su nuevo sentimiento de libertad después de tantos días de confinamiento, va a buscar destinos naturales, alojamientos no masivos, destinos locales y lejos de las masas; este será el momento, en que los gestores de destinos deben aprovechar para enfocarse en estas nuevas demandas y los hoteles deberán adaptar su oferta para generar una oferta nueva, accesible y segura. (Herrera, 2020)

En lo que va del año la ocupación hotelera del país ha experimentado un descenso respecto a años anteriores y los que está pasando hoy en día. Esto genera preocupación en el sector, especialmente por los grandes proyectos hoteleros que se construyen, resultando en un crecimiento notable de la oferta hotelera frente a una demanda rezagada en su crecimiento (Romero , 2016). La ocupación hotelera del Ecuador en 2015 fue de 65,6% y hasta abril de 2016 bajó a 57,2%, lo que significa que un poco más de cuatro de cada diez camas existentes están vacías. Entre los motivos para esta caída se incluyen la apreciación del dólar que convierte al país en un destino más costoso frente a países vecinos, y la tendencia de alojamiento alternativo en casas y departamentos privados.

El escenario turístico, en la Región Amazónica, particularmente la provincia de Pastaza, por su adecuada ubicación, promueve el uso de instalaciones de alojamiento en función del desarrollo de la oferta y demanda, superando las perspectivas de la actividad turística ya que son claras y están orientadas para garantizar un servicio de calidad en correspondencia con las exigencias actuales del mercado. (Salazar, 2017)

El sector hotelero en el cantón Pastaza vive desde hace mucho tiempo momentos difíciles debido a la poca ocupación de sus habitaciones, solamente en feriados el sector turístico aprovecha para tomar grandes bocados de aire y así resistir el resto del año. En los últimos años el esfuerzo por mejorar la calidad en el sector hotelero en el Cantón Pastaza ha sido una prioridad para el logro de las ventajas competitivas, se debe en gran medida a la globalización y el incremento de las exigencias de los consumidores que demandan servicios con calidad. Esto hace que los gerentes de los establecimientos hoteleros deban estar constantemente informados y realizando mediciones periódicas acerca de los requerimientos de los clientes con el fin de diagnosticar, hacer seguimientos y mejoras a los procesos que inciden en la satisfacción del cliente, de esta manera, contribuir con la cultura de la calidad en sector turismo (Machado , 2018). Además, el Cantón Pastaza cuenta con infraestructura necesaria para garantizar la mejor estadía y comodidad al turista nacional y extranjero. Hosterías de cuatro estrellas, así como Hoteles y Hostales de menor costo se hallan por toda la urbe y sus alrededores. La lealtad del cliente nos permite conocer la intención o decisión que asume el consumidor ante el estímulo calidad lo cual ayuda a mejorar la competitividad de la empresa.

Las visitas adquiridas anualmente, han hecho que sea un país de gran acogida a nivel mundial, por lo que resulta primordial la investigación para conocer cómo los establecimientos hoteleros están

organizados y determinar las estrategias que aplican para llamar la atención de los turistas no solo para que se hospeden una noche en su establecimientos sino también para que pernocten más días y esto provoque un gasto turístico mayor; por ello se ha encontrado conveniente analizar a la demanda y de esa manera fortalecer la comercialización de la oferta que brindan los establecimientos hoteleros, en ese contexto se propone el proyecto titulado "DEMANDA POST COVID DENTRO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DEL CANTÓN PASTAZA EN LA CATEGORÍA HOTELES"

1.2. Planteamiento del problema

Según el analista Fernando Gallardo (2020), algunas de las lecciones que dejará el coronavirus a la industria de la hospitalidad a nivel mundial como; la digitalización, endeudamiento y cambios en la conducta de los usuarios, son algunos de los desafíos que los distintos actores del mercado deberán enfrentar para sobrellevar la crisis. Además menciona, que las devastadoras consecuencias del Covid-19 en la economía mundial ya están repercutiendo en la operación de miles de hoteles alrededor del mundo, y sus efectos se prolongarán por largo tiempo, se trata de un escenario inédito sólo equiparable a la II guerra mundial, "La hotelería está obligada a reinventarse, por lo que aquellas que continúen trabajando bajo una dimensión analógica tienen los días contados".

En cuanto al territorio ecuatoriano, el sector turístico fue uno de los más golpeados por la crisis sanitaria ocasionada por la pandemia del covid-19, los hoteleros afirman que acumulan pérdidas millonarias, el Ministerio de Turismo, en su página oficial publicó en este periodo 2020, que existen 24.257 establecimientos de hospedaje en el país, de los cuales aún no se tiene cifras oficiales exactas que determinen cuántos de estos negocios cerraron o están en quiebra, sin embargo empresarios de Quito, Cuenca, Ambato, Ibarra y Santo Domingo coinciden que la situación de operación y mantenimiento del negocio hotelero es insostenible. Por otro lado, la Federación Hotelera del Ecuador que agrupa a 700 hoteles medianos y grandes, mencionó en su página oficina que aproximadamente 630 presentan inconvenientes económicos de sostenibilidad que podrían conducirles a un cierre definitivo de operaciones, sumando a la incapacidad para cubrir sus deudas y mantener la plantilla de personal.

En el cantón Pastaza existe una disminución de la demanda turística en el sector hotelero a causa de la pandemia, la misma que generó incertidumbre en los prestadores de servicios turísticos durante el cierre temporal de actividades que afectó significativamente a los ingresos económicos de este sector, que presenta una falta de liquidez, seguridad sobre la recuperación o no de su inversión y temor de no poder mantenerse dentro del mercado o no ser competitivo, razón por la cual se plantea la presente investigación con el fin de analizar sobre la situación actual de la demanda y posibles alternativas de algunas propuestas para la reactivación turística del cantón Pastaza.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Analizar la demanda turística POST COVID en las empresas de la categoría Hoteles dentro del cantón Pastaza.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar los factores turísticos que afectan a la demanda POST COVID dentro de las empresas turísticas del cantón en la categoría Hoteles.

- Determinar el impacto de los factores turísticos de la demanda POST COVID dentro de las empresas turísticas del cantón en la categoría Hoteles.

- Establecer posibles propuestas de reactivación turística con respecto a las necesidades de la demanda POST COVID dentro de las empresas turísticas del cantón en la categoría Hoteles.

1.4. Justificación

El presente proyecto se realizó con el fin de plantear nuevas alternativas para la reactivación de la demanda turística hotelera del cantón Pastaza, favoreciendo a los prestadores de servicio de hospedaje, además beneficiara al contexto en el que se encuentre un establecimiento de alojamiento y a todos los servidores que se encuentran relacionados de manera directa o indirecta con el sector hotelero, en cuanto a la práctica se puede determinar que el presente proyecto tiene como finalidad analizar los datos existentes de la demanda, dando a conocer el análisis de la situación actual de la demanda turística dentro del servicio de alojamiento en los hoteles del cantón Pastaza, la misma que permitirá conocer de mejor manera a los factores que afectan a la demanda hotelera y de esta manera generar alternativas para una mejor oferta en el contexto de la crisis sanitaria, se tiene que tomar en cuenta, cuán importante es conocer las preferencias de la nueva demanda post COVID-19, considerando que las empresas dependen del turista y el gasto que realicen en el destino.

De la misma forma su valor teórico se encuentra como base documental para futuros proyectos de investigación la misma que se puede ser utilizada como información secundaria para futuras investigaciones relacionadas al COVID-19. Y por último, esta metodología podrá utilizarse para definir futuros conceptos a cerca del COVID-19 las mismas que serán utilizadas en otras instituciones educativas y futuros trabajos de investigación.

CAPÍTULO II

2.1. Fundamentación teórica

Se recopiló información secundaria de revistas, artículos y otras publicaciones relacionadas con esta pandemia y otros fenómenos que generaron un impacto negativo para el sector turístico, las que se exponen a continuación, como un antecedente internacional y nacional:

2.1.1. Antecedes de la demanda Internacional

De acuerdo al autor Montiel (2020), sobre el proyecto realizado, tuvo como objetivo presentar las alternativas orientadas al rescate del turismo en México en el contexto de la pandemia del COVID-19. El estudio se realizó en México tomando en cuenta los comunicados de la Sala de Prensa del sitio oficial de la Secretaría. Para el análisis de datos se realizó un análisis de contenido asistido por el software ATLAS TI. El análisis de contenido se comprende como un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones orientadas a obtener indicadores ya sea cuantitativos o cualitativos. Este estudio se define con un enfoque cualitativo, utiliza la teoría fundamentada orientada a la indagación y explicación de las acciones de rescate declaradas a través de la Secretaría de Turismo del Gobierno de México en su sala de prensa digital y como resultado se identifica un reconocimiento constante de la dificultad de la situación de la unión que requiere la industria, así como de la promoción necesaria a través de redes y plataformas digitales post pandemia. Se concluye que no existe certidumbre en México de cómo pueda evolucionar la pandemia en este país o si el verano del 2020 para el turismo sea seguro para que los destinos turísticos realmente se habiliten para la recepción de visitantes y turistas, tampoco se conoce con seguridad si las medidas de confinamiento en el hogar seguirán manteniéndose como la alternativa más viable para la disminución del número de casos de contagio por COVID-19. (Montiel, 2020)
Por otro lado, Valda y Gilang (2020) consideran alarmante para todos los países la aparición de un brote Coronavirus o Covid-19 que se originó en la ciudad de Wuhan, China. Este brote es una preocupación para el mundo porque se ven afectados muchos aspectos, como el turismo, tiene como objetivo determinar los impactos del brote de Covid-19 en la industria hotelera en Indonesia y China. Es analizar los esfuerzos para superarlo, la presente investigación se realizó mediante la aplicación de un enfoque cualitativo descriptivo y se realizó mediante análisis del discurso. Los datos obtenidos provienen de una variedad de fuentes de referencia que apoyan esta investigación. Los hallazgos de la investigación indicaron que la industria hotelera en Indonesia y China se vio

significativamente afectada por el brote de Covid-19, ya que muchos hoteles se vieron obligados a cerrar y no operar para reducir la propagación del virus. Miles de empleados se vieron obligados a ser despedidos debido a las pérdidas de ingresos del hotel. Varios hoteles en Indonesia y China decidieron utilizarse como hospitales para las víctimas del Covid-19. En conclusión, el brote impredecible de principios de 2020 debido a un virus mortal llamado Covid-19 conmocionó al mundo porque ha afectado muchos aspectos, incluido el turismo.

- **Economía COVID Respuestas competitivas en una industria devastada: Evidencia de hoteles durante COVID-19**

Michael Noel (2020) desarrolló el presente proyecto, cuyo objetivo fue identificar el impacto que causa el cierre de los hoteles. La pandemia de COVID-19 fue un impacto de demanda de un tamaño y velocidad nunca antes visto en los Estados Unidos. Las variables clave de interés son los términos de interacción, que muestran el efecto de cada variable explicativa sobre los cierres esperados desde las expectativas de los hoteles a fines de diciembre hasta las realizaciones a fines de marzo. Los datos se contraen al nivel mensual en las regresiones de cierre, ya que todas las variables del lado derecho son invariantes en el mes de estadía excepto. Para cierres de meses parciales, establezco CERRADO = 1 si un hotel informa que está cerrado la mayoría de los días.
Como resultado el impacto de la pandemia empieza por examinar los cierres de hoteles, primero en general y luego de manera diferente por las características del hotel y la zona. También presentan regresiones de cierre de alto nivel que muestran el impacto general de la pandemia en los cierres de hoteles. En conclusión, simplemente el retrocedo del estado de cierre de un hotel CERRADO, comenzó a extenderse rápidamente por todo Estados Unidos a principios de marzo y, en unas pocas semanas, los gobiernos estatales comenzaron a cerrar gran parte de la economía.

- **Efectos del COVID-19 en el marketing y la gestión hotelera: un artículo en perspectiva**

Yangyang y Jun (2020) presentan el artículo que tiene como objetivo discutir los efectos de COVID-19 en las prácticas de marketing y gestión hotelera y describe una agenda de investigación de tres frentes para estimular el desarrollo del conocimiento en el sector hotelero.

Este documento se basa en una descripción general de la literatura relevante sobre marketing y gestión hotelera y el comportamiento de los huéspedes del hotel. Los autores también investigaron las tendencias de los servicios de hostelería para proponer una agenda de investigación.

Como recomendación en este artículo presenta una agenda de investigación desde tres dimensiones: inteligencia artificial (IA) y robótica, higiene y limpieza y salud y cuidado de la salud. Primero, diferentes tipos de IA (mecánica, pensamiento y sentimiento) podrían abrir distintas corrientes de investigación en la intersección de las crisis de salud y la gestión hotelera, a la luz de la pandemia de COVID-19. Además, este documento recomienda que los investigadores vayan más allá de las perspectivas típicas sobre los antecedentes y resultados de la higiene y limpieza de los hoteles para profundizar en las percepciones de los huéspedes sobre la limpieza de superficies específicas de los hoteles. Además, se justifica un análisis más profundo sobre la relación en evolución entre los hoteles y el sector de la salud. Las áreas de investigación recomendadas están destinadas a promover la base de conocimientos para ayudar a los hoteles a recuperarse de la pandemia de COVID-19. Se espera que las líneas de investigación sugeridas proporcionen conocimientos prácticos para promover el desarrollo y la sostenibilidad del sector hotelero, en conclusión este documento parece ser un estudio de frontera, que examina críticamente los posibles efectos de la pandemia COVID-19 en las prácticas de marketing y gestión hotelera y cómo los hoteleros pueden responder a tales desafíos para recuperarse después de esta pandemia.

- **La agenda de investigación para el turismo en la etapa post-covid. Respuesta a una crisis sin precedentes**

Jurado y Plaza (2020) realizaron la presente investigación misma que se desarrolló en el Instituto Universitario de Investigación de Inteligencia e Innovación Turística de la Universidad de Málaga obteniendo como objetivo analizar el impacto en España y las variables de las que dependerían sus efectos futuros en el turismo. El COVID-19 impone un marco de reflexión totalmente inédito a la hora de plantear en términos de investigación cuestiones de interés tanto a nivel conceptual y

metodológico como a nivel operativo y aplicado. Permite, así mismo, contemplar la emergencia de temáticas de investigación nuevas. Como resultado desde una perspectiva operativa es necesario el avance hacia sistemas abiertos de información e investigación colaborativa más allá de las actuales prácticas científicas reducidas y reducibles a la publicación a través de revistas científicas al uso.

No hay duda, en conclusión, que la COVID-19 obliga a considerar ámbitos de investigación específicos que emergen como resultado de la propia pandemia. Tales temáticas de investigación tienen implicaciones múltiples y pueden formularse en el corto, medio y largo plazo.

2.1.2. Antecedentes de la demanda nacional

- **Impacto de la demanda turística post terremoto en el cantón pedernales**

Sandoval y Mendoza (2017) realizaron la presente investigación la misma que tuvo como objetivo analizar el impacto de la demanda turística post terremoto en el cantón pedernales, la área de investigación se sitúa en el Cantón Pedernales, Manabí, para la misma se tomó en cuenta a los habitantes del cantón pedernales, que según datos proporcionados por el INEC (2010), estos alcanzaban un total de 356.391 habitantes económicamente activa, considerándose como una población finita, ya que el tamaño que alcanza no excede de los 100.000 individuos, la metodología empleada dentro de la investigación elaboro un diseño de la investigación que permitió alcanzar la información requerida y alcanzar los resultados, en la primera fase de la investigación se empleó un nivel de investigación exploratoria y como segunda fase un nivel descriptivo los mismos que se sometieron a un enfoque mixto. (Catagua Sandoval , 2017)

- **Consideraciones en torno a la restauración turística post terremoto de la ciudad de Manta, Manabí, Ecuador**

Becerra y Quijije (2018) desarrollaron un artículo para discutir las estrategias y acciones de restauración en el sector turístico y hotelero de Manta, ciudad que fue impactada por el terremoto del 16 de abril de 2016. La metodología que se abordó en la presente la investigación descriptiva, documental y de campo, apoyada en consultas bibliográficas y en la aplicación de entrevistas no estructuradas a informantes clave que forman parte de los afectados y que a su vez son actores del

turismo local, sometiéndose a un enfoque mixto y como resultados se ha logrado crear acuerdo con la Asociación de Bancos Privados de Ecuador para financiar y refinanciar créditos para los propietarios que tenían sus empresas de servicios turísticos y hoteleros en las zonas afectadas, finalmente el presente proyecto concluyo que la pérdida de plazas turísticas y hoteleras, por causa del terremoto, dio pie a que en otros sectores de la ciudad surgieran nuevos hoteles, que han venido contribuyendo con la reposición de las mismas (Vicente Barrera, 2018). Gracias a los nuevos inversionistas que contribuyeron a la mejora de los servicios para así brindar alojamiento en hoteles de 5 estrellas en toda la ciudad turística de Manta y así satisfacer a la demanda.

- **Recesión en la ocupación hotelera a partir de tres acontecimientos: terremoto, cierre de aeropuerto, construcción de tranvía. Caso cuenca (Ecuador)**

Serrano y Chaglla (2018) elaboro un proyecto donde determina los factores que generan cambios en la tasa de ocupación hotelera mediante los problemas que se va desarrollando durante la pandemia. La muestra estuvo compuesta por información perteneciente a 109 establecimientos de alojamiento de Cuenca de los cuales y según la anterior categorización de la Ley de Turismo, además para el cálculo de ocupación hotelera se utilizó la tasa de ocupación Euro Stats, sistema que proporciona estadísticas a nivel europeo sobre la ocupación de establecimientos de alojamiento turístico y la demanda turística teniendo en cuenta que en el presente proyecto se utilizó un enfoque cualitativo, y se obtuvo como resultados la presencia de los factores que han generado cambios importantes en el comportamiento de la tasa de ocupación hotelera que respecta a la combinación de factores, se advierte cómo se va reduciendo el nivel de la tasa de ocupación hotelera a medida que se agudizan los problemas. Y por último como conclusión es dar por sobreentendido que el turismo es posible en cualquier condición y que siempre van a existir turistas, olvidando que gestionar el turismo es gestionar la complejidad en base a datos, información, pensamiento y conocimiento. (Serrano López, 2018)

2.1.3. Base teórica

2.1.3.1. Demanda turística

Es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes.

El concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.

La demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades Económicamente, la definimos como la cantidad de "producto turístico" que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado.

La demanda turística es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para los turistas o el número de turistas que están consumiendo estos bienes Fuente especificada no válida.
La demanda turística esta normalmente considerada como la medida de visitantes usada como un bien o servicio.

- **Bienes demanda turística**

Como bienes se denominan las cosas materiales o inmateriales que, desde un punto de vista jurídico, son objetos de derecho, del mismo modo en que, desde una perspectiva económica, son escasos, limitados y, en consecuencia, poseen un valor que puede ser definido en términos monetarios.

Un bien es un elemento que satisface la necesidad de una demanda y de una población. Por tanto, un bien económico es un servicio material e inmaterial que está presente en el mercado y puede ser adquirido por una persona, pero de forma limitada. Esto quiere decir que los bienes tienen fecha de caducidad y se pueden agotar.

Para comprender el concepto de bien económico debemos tener en cuenta que todos y cada uno de ellos tiene un precio determinado, un valor atribuido que puede variar a lo largo del tiempo. De hecho, un mismo bien puede ver cómo sus características y prestaciones varían a lo largo del tiempo.

Desde cinco puntos de vista pueden estudiarse los bienes en el ámbito del Derecho: a) Concepto; b) Clasificación; c) Las facultades o el poder que sobre los bienes puede tener una persona; d) Los modos de adquirir tales facultades o potestad; y e) La protección que el ordenamiento jurídico confiere a las facultades adquiridas del modo que establece la ley.

El estudio de los bienes supone analizar, de manera detallada, todo lo concerniente a los derechos reales, destacando sus características que los distinguen de los derechos personales. En este sentido, como dice Daniel Peñailillo, Mientras el Derecho de obligaciones regula el intercambio de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades de los individuos, la materia jurídica de los derechos reales: a) fija o radica los bienes en el patrimonio de cada individuo, y b) determina los poderes o facultades que el sujeto tiene sobre ellos.

- **Bienes de consumo duradero**

Un bien durable es aquel que puede utilizarse repetida o continuamente durante un período superior a un año, asumiendo una tasa normal o media de uso físico. Un bien de consumo durable es el que puede utilizarse repetida o continuamente para el consumo durante un período igual o superior a un año.

- **Bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística**

Los bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística constituyen una categoría específica de bienes de consumo duradero que incluye los bienes duraderos utilizados exclusivamente, o casi exclusivamente, por las personas durante los viajes turísticos.

- **Servicios**

Los servicios son el resultado de una actividad productiva que cambia las condiciones de las unidades que los consumen o que facilita el intercambio de productos o de activos financieros.

Los servicios, que es el término que estamos definiendo, se definen como el conjunto de actividades que realiza una empresa para poder satisfacer las necesidades de un cliente.

El conjunto de actividades será desarrollado por personas o máquinas con la suficiente tecnología. Este conjunto de actividades podrá ser desarrollado por organismos públicos o por empresas privadas, y podemos encontrar: servicio de electricidad, agua, limpieza, telefonía, sanidad, Internet, educación, etc. El sector servicio es uno de los más importantes de España, considerándose un gran atractivo turístico para el país. Los proveedores de los servicios son los que componen el sector terciario.

Como servicio denominamos, en líneas generales, la condición de servir, es decir, de dar o prestar apoyo o asistencia a alguien valiéndonos de un conjunto de medios materiales o inmateriales. La palabra, como tal, proviene del latín servitĭum. Asimismo, como servicio también se conoce el favor que se hace a alguien, o el mérito que una persona adquiere sirviendo al Estado o a otra entidad o personal.

- **Servicio de alojamiento**

El servicio de alojamiento turístico consiste en la prestación de hospedaje de forma temporal, a cambio de contraprestación económica, a las personas desde un establecimiento abierto al público en general, con o sin otros servicios de carácter complementario.

- **Servicio de Alimentos y Bebidas (AABB)**

SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS Al sector gastronómico de un establecimiento hotelero se le conoce como el Departamento de Alimentos y Bebidas A&B, abarca todo lo relacionado con el servicio gastronómico, desde su producción hasta el servicio o la venta (Mamani, 2016). Su estructura operativa va del modelo que se detallará a continuación hasta alternativas operativas más simples.

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo (Ecuador, 2018). Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento

- **Servicios complementarios**

Son un conjunto de actividades y recursos que se ofertan de forma alternativa al resto de los servicios y pretenden satisfacer requerimientos específicos de la empresa a través de nuestra de red de asociados y/o aliados estratégicos.

- **Consumo turístico**

El consumo relacionado con el turismo impacta los escenarios turísticos debido a la contaminación de los envases, bolsas de plástico, desechos, tabaco y otros similares, sin contar la contaminación de los automotores. En el marco de las pautas de consumo a que los turistas están acostumbrados, el estudio cita cómo el lujo de los hoteles que se ofrece al turista demanda cantidades adicionales de ener-gía, lo que atenta contra la sustentabilidad del plan turístico.

El consumo turístico interno es el consumo efectuado por los visitantes residentes, en sus países de referencia. El destino final del visitante podría hallarse dentro o fuera del país de referencia, pero la actividad de consumo definida como interna alude al gasto efectivo en el país de referencia. Incluye los bienes o incluso servicios producidos en el extranjero, o por no residentes, pero vendidos en el país de referencia (bienes y servicios importados). Asimismo, cabe señalar que en esta definición se incluye la parte de gasto interno relativo al consumo turístico emisor que no supone un ajuste o transferencia de pagos origen/destino.

- **Consumo colectivo turístico**

El consumo colectivo turístico está compuesto por aquellos servicios colectivos no de mercado que benefician sin lugar a dudas a los visitantes, y/o a aquellas actividades que les sirven directamente (por ejm: las industrias turísticas) (OMT, 2020). Se propone una lista de dichos servicios como guía para evaluar esta variable. El consumo colectivo turístico se aplica normalmente dentro del territorio económico de la economía de compilación.

- **Consumo turístico emisor**

Abarca todo el consumo durante el viaje del visitante, que tiene lugar en países distintos al que reside el visitante (OMT, 2020). Necesariamente excluye el consumo pre-viaje del visitante en bienes y servicios no duraderos y el consumo post-viaje del visitante relacionado con estos viajes ya que tienen lugar dentro del país de residencia y se incluyen dentro del consumo turístico interno.

- **Consumo turístico interno**

Comprende todo el consumo efectuado por el visitante dentro del país de compilación que es consistente con el concepto de turismo interior (actividad en un país del visitante que conforma el turismo receptor e interno) (OMT, 2020). Equivale a la suma del Consumo turístico receptor y del Consumo turístico interno. Es el consumo de visitantes residentes y no residentes dentro del territorio del país de referencia y/o el realizado por los visitantes.

- **Consumo turístico nacional**

Comprende todo el consumo efectuado por el visitante por residentes del país de compilación sin considerar donde tiene lugar, dentro o fuera del país de referencia (OMT, 2020). Equivale a la suma del Consumo turístico interno más el Consumo turístico emisor.

- **Capital fijo**

Se denomina formación bruta de capital fijo a la medición de los aumentos o disminuciones de la cantidad total de bienes duraderos en cierto territorio durante un tiempo en cuestión.

- **Inmovilizado tangible**

Se define como aquellos bienes físicos de carácter duradero que la empresa requiere para desarrollar su actividad normal. Por esta razón permanecen en su patrimonio durante un periodo superior al año y en el momento de la adquisición no hay intención de venderlos. A diferencia del movilizado inmaterial, cuenta con una entidad física (Garcia, 2017)

Es el conjunto de elementos que forman parte de la estructura de la empresa y que le son necesarios para desarrollar su actividad con normalidad. Por este motivo permanecen en su patrimonio por un plazo superior a un año y no se adquieren o producen con intención de venderlos. Se caracteriza, frente al inmovilizado intangible, por tener una entidad física (Zamora, 2016)

- **Inmovilizado intangible**

Hace referencia a los bienes que emplea la empresa, de carácter duradero y naturaleza intangible. Dichos elementos serán amortizados según las características de cada uno de ello y de la compañía (Garcia, 2017)

El Inmovilizado Inmaterial son bienes permanentes con naturaleza intangible, que son susceptibles de valoración económica. Aparecen en el Activo de una empresa, ya que, ha supuesto un desembolso económico su adquisición, además deberán seguir generando ingresos en el futuro (Benlloch, 2019)

CAPITULO III

3.1. Metodología

3.1.1. Localización

El cantón Pastaza es una entidad territorial subnacional ecuatoriana, de la Provincia de Pastaza. Su cabecera cantonal es la ciudad del Puyo, lugar donde se agrupa gran parte de su población total. En ella aglutina a siete nacionalidades shuar, Achuar, Shiwiar, Kichwa, Andwa, Zapara, Waodani. Su población es de 83.933 habitantes, tiene una superficie de 19.727km2. Es el cantón más extenso del país.

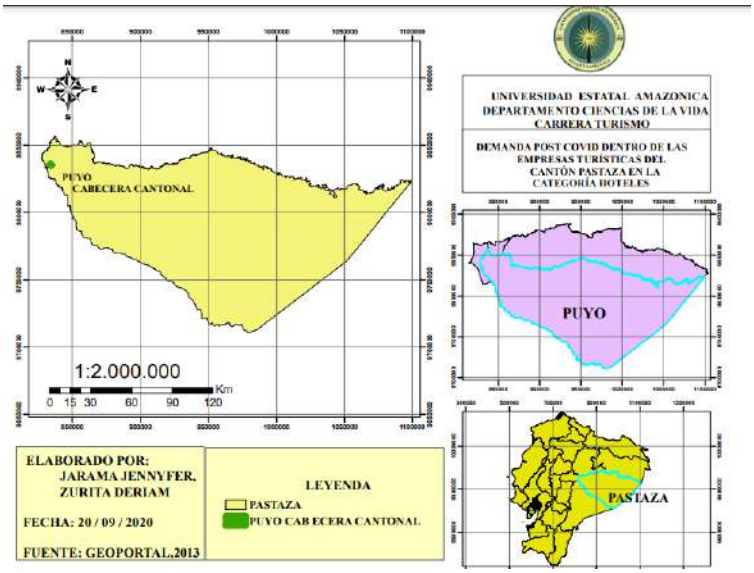


Figura 1 Mapa Cantón Pastaza

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

3.1.2. Tipo o Diseño de Investigación

Mediante un diseño no experimental, es preciso mencionar que en la investigación se determinó principal mente en analizar datos obtenidos y que se permitió a los autores interpretar cuáles son los factores que más influirían en la demanda hotelera post covid del cantón Pastaza.

Esencialmente contribuyeron en la construcción y especificación de un diseño de investigación que permitió adquirir la información pretendida, de esta manera se desarrolló un estudio más organizado y con posibilidades de alcanzar los resultados esperados. Posteriormente se señaló cada uno de los procesos y lineamientos que se debían seguir en el proceso de la investigación.

3.1.3. Tipo de investigación

- **Investigación descriptiva**

Según lo mencionado por Steiner (2011) “La investigación descriptiva también conocida como la investigación estadística, se enfoca en desarrollar estudios de tipo diagnóstico, fundamentalmente se sustenta en la aplicación de técnicas como la encuesta para describir aspectos, conductas y otros acontecimientos de los objetos de estudio.

Por ende, es necesario llevar a cabo investigaciones descriptivas, tomando en cuenta herramientas y empleando técnicas de investigación que ayuden a las autoras, poder obtener los datos y que estos puedan ser procesados, para su posterior análisis

3.1.4. Técnicas de investigación.

- **La encuesta**

Según lo indicado por Oteyza (2012), “La encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de investigación descriptivos (no experimentales) en donde el investigador recopiló datos por medio de un cuestionario elaborado, dando cabida al alcance de resultados de tipo cuantitativo, garantizando al investigador su análisis e interpretación.” (p. 13) Se tomó en cuenta a la encuesta, como principal técnica de investigación, ya que permitió a las autoras alcanzar datos puntuales y directos, ya que es notorio que el estudio será de tipo presencial. Siendo así que los resultados que se obtendrán, se verán reflejados de forma porcentual, empleándose básicamente el método cuantitativo, siendo más fácil para la misma, el procesamiento, codificación e interpretación de los resultados obtenidos.

3.1.5. Población muestra

- **Población**

Es el conjunto total finito o infinito de elemento o unidades de observación que se considera en un estudio, o sea que es el universo de investigación en el cual se pretende generalizar los resultados. Una población no es necesariamente es representativa del universo, simplemente es un subconjunto de él, delimitado por criterios específicos.

- **Muestra**

Ahora bien, para conformar una muestra es necesario seleccionar cuales unidades de estudio serán observados. Al respecto, la muestra se define, como aquel sector de la población que se escoge para realizar la investigación, esperando que lo encontrado por medio de ella sea válido para la población y en consecuencia dicha muestra represente a la población en estudio.

La muestra constituye, solo una parte del conjunto total de la población y es poseedora de sus propias características. Por lo tanto, una población es homogénea en la medida que sus integrantes se parecen entre sí en cuanto a características. Con base a este criterio la muestra constituye una porción de la población sobre la que se realiza el estudio.

- **Poblaciones finitas**

$$\frac{Z,^2 . p. q. N}{N. E^2 + Z^2 p. q}$$

Tabla 1 Calculo Muestra

Detalle	Población	Muestra	%
N	95128	370	96.39%
E	3562	14	3.61%
Total	**98690**	**384**	**100.00%**

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

3.1.6. Enfoque de la investigación

Esta investigación tiene un enfoque mixto implicando una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio. Este método representa un proceso sistemático, empírico y crítico de la investigación, en donde la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva de la investigación cualitativa pueden fusionarse para dar respuesta a problemas humanos. Busca responder a un problema de investigación desde un diseño concurrente, secuencial, de conversión o de integración según sea los logros planteados, introdujo los términos básicos de los diseños mixtos al recurrir a técnicas e

instrumentos proporcionados por paradigmas positivistas y naturalistas para la recolección de datos, dando un lugar prioritario a la triangulación de los mismos. Fuente especificada no válida.

También este enfoque mixto, se define como un conjunto de procesos sistemáticos empíricos y críticos, ya que implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos. Dentro de lo cuantitativo tenemos una matriz de análisis de factores ponderados. En cuanto a lo cualitativo nos basaremos en un análisis de expertos que mencionaran como se encontrara la demanda turística después del COVID-19.

3.1.7. Métodos de Investigación o alcance de la investigación.

El presente trabajo tiene un alcance descriptivo; ya que consiste en plantear lo más relevante de un hecho o situación concreta, tomando un enfoque holístico del problema en estudio, explicando y describiendo los fenómenos de la demanda en el sector turístico en estudio.
El método de esta investigación es identificar involucrados además definir las variables a medir y analizar, también la recolección de tatos para medir las variables y concluir. Esta investigación pude ser utilizada como base de investigaciones correlaciones contiene un riesgo bajo (Herneández , 2013)

3.1.8. Variables de investigación

- **Demanda turística**

Es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes.

- **Post Covid Independiente**

Dando un golpe sin precedentes al sector turístico, la pandemia de COVID-19 ha reducido el desplazamiento de turistas internacionales y nacionales en el primer trimestre de 2020 a una fracción de lo que eran hace unos años.

Con la aparición del COVID-19 a finales del año pasado en China se configuró un nuevo escenario de aprendizaje para la industria turística mundial. Considerando el contexto internacional cambiante, incierto y complejo, el presente artículo es una invitación a reflexionar sobre las dificultades que está atravesando la actividad turística, la cual, cabe remarcar, ha sido afectada por otras crisis en el sistema internacional en los últimos años, pero se ha mostrado siempre constantes, logrando recuperarse rápidamente e incluso salir más fortalecida.

CAPITULO IV

4.1. Análisis e interpretación de resultados

Según el catastro turístico del Ministerio de Turismo (2020), dentro del tipo de actividad de alojamiento en el cantón Pastaza, se encuentra hoteles, con un total de 12 establecimientos que brindan el servicio de venta de habitaciones, atención al cliente con el hospedaje, servicios de restaurant y servicios complementarios.

4.1.1. Factores turísticos que afectan a la demanda POST COVID dentro de las empresas turísticas del cantón Pastaza en la categoría Hoteles.

Para el análisis de los resultados del primer objetivo, se elaboró la matriz de ponderados que según la presente tabla se da a conocer los factores de la demanda post COVID. El mismo que se desarrolló mediante el criterio de tres expertos profesionales en el área de turismo; Ing. Jerson López, Dr. Enrique Cabanilla docente de la universidad central y Ing. Geovani Espín docente de la universidad estatal Amazónica se calificó los factores mediante un cálculo estadístico en la que sea hallo la media de las tres calificaciones ,según cada uno de los criterios de expertos la calificación es de (1-10), además los autores del presente proyecto presentaron su puntuación a cada factor para realizar el cálculo de la calificación final de la matriz, la misma que debía ser entre (0-1), según se detalla en la Tabla 2.

Tabla 2 Factores de la Demanda

Detalle	**FACTOR DE LA DEMANDA QUE AFECTAN DEMANDA POST COVID**	**COMPARACIONES PAREADAS**		**Califica**
		Exper 1-10	Autor Max 1	

1	Crisis económica	8	0,05	0,4
2	Digitalización (implementación de nuevas tecnologías)	5	0.02	0,1
3	Nuevas expectativas de la demanda	10	0,08	0,8
4	Políticas	7	0,02	0,14
5	Estado de excepción	9	0,06	0,54
6	Competencia	7	0,02	0,14
7	Restricciones para turistas extranjeros	8	0,03	0,24
8	Proveedores	5	0,03	0,15
9	Sistema de transporte	8	0,04	0,32
10	Cadenas de suministro	6	0,02	0,12
11	Prolongación de la pandemia	9	0,07	0,63
12	Confianza de las personas en un destino	9	0,06	0,54
13	Nuevos sistemas de comercio	5	0,02	0,1
14	Seguridad del destino	10	0,08	0,8
15	Sensibilidad para áreas	8	0,03	0,24
16	Motivos legales	4	0,01	0,04
17	Estacionalidad	5	0,02	0,1
18	Nuevos campos de capacitación para el personal	7	0,03	0,21
19	Nuevos productos	10	0,08	0,8
20	Ingresos económicos	7	0,04	0,28
21	Adaptación a las nuevas Normas de bioseguridad	8	0,06	0,48
22	Restricciones en la oferta turística	9	0,05	0,45
23	Logística	9	0,08	0,72
TOTAL			1	8,34

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

El resultado del 8.34 es la calificación total entre la suma de los factores analizados, se ha tomado en cuenta los 4 factores con mayor influencia en la demanda del cantón Pastaza para la interpretación de la presente tabla, los mismos que son; el factor de nuevos productos, seguridad en el destino, nuevas expectativas de la demanda con una ponderación de 0,8, cada una de ellas por otro lado la logística es el cuarto factor que influye en la demanda hotelera del cantón Pastaza con una ponderación de 0,72.

4.1.2. Determinar el impacto de los factores turísticos de la demanda POST COVID dentro de las empresas turísticas del cantón Pastaza en la categoría Hoteles.

Mediante los factores que se establecieron, se desarrolló un análisis de (80-20) en el cual se determina que se debe trabajar sobre el 20% de las causas que afectan a la empresa y de esta manera disminuir el riesgo de un mayor número de consecuencias, el análisis de cada uno de los factores, sobre el impacto que genera el COVID-19 dentro de la demanda hotelera en el Cantón Pastaza. Cada uno de los factores presentados en la tabla 3 obtendrá un porcentaje en la que especifique que tan negativo o positivo son las causas en la demanda hotelera del cantón Pastaza. Además se puede determinar el grado de importancia con el que se debería de trabajar sobre cada una de ellas.

Tabla 3 Calculo 80-20

FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA POST COVID	N°	Calificación	% Acumulado	80-20	% Porcentaje
Nuevas expectativas de la demanda	1	0,8	9,59%	80,00%	9,59%
Seguridad del destino	2	0,8	19,18%	80,00%	9,59%
Nuevos productos	3	0,8	28,78%	80,00%	9,59%
Logística	4	0,72	37,41%	80,00%	8,63%
Prolongación de la pandemia	5	0,63	44,96%	80,00%	7,55%
Estado de excepción	6	0,54	51,44%	80,00%	6,47%
Confianza de las personas en un destino	7	0,54	57,91%	80,00%	6,47%
Adaptación a las nuevas Normas de bioseguridad	8	0,48	63,67%	80,00%	5,76%
Restricciones en la oferta turística	9	0,45	69,06%	80,00%	5,40%
Crisis económica	10	0,4	73,86%	80,00%	4,80%
Sistema de transporte	11	0,32	77,70%	80,00%	3,84%
Ingresos económicos	12	0,28	81,06%	80,00%	3,36%
Restricciones para turistas extranjeros	13	0,24	83,93%	80,00%	2,88%
Sensibilidad para áreas	14	0,24	86,81%	80,00%	2,88%
Nuevos campos de capacitación para el personal	15	0,21	89,33%	80,00%	2,52%
Proveedores	16	0,15	91,13%	80,00%	1,80%
Políticas	17	0,14	92,81%	80,00%	1,68%
Competencia	18	0,14	94,48%	80,00%	1,68%
Cadenas de suministro	19	0,12	95,92%	80,00%	1,44%

Digitalización (implementación de nuevas tecnologías)	20	0,1	97,12%	80,00%	1,20%
Nuevos sistemas de comercio	21	0,1	98,32%	80,00%	1,20%
Estacionalidad	22	0,1	99,52%	80,00%	1,20%
Motivos legales	23	0,04	100,00%	80,00%	0,48%
		8,34			

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

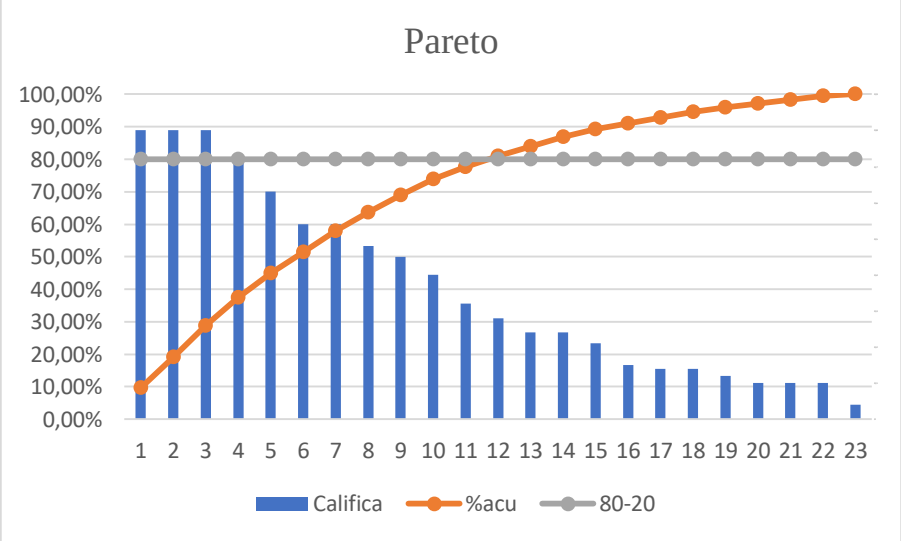


Figura 2 Análisis de Pareto

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

En la siguiente grafica se puede determinar que los 5 primeros factores son los que mayor grado de importancia tienen entre el resto de factores que afectan a la demanda del cantón Pastaza en el servicio de alojamiento, estos son los siguientes; las nuevas expectativas de la demanda, seguridad del destino, nuevos productos y llogística.

Además, para el cumplimiento de este segundo objetivo, también se aplicó encuestas en línea, dirigidas a la demanda turística nacional e internacional en el periodo julio-agosto 2020, sobre la muestra establecida que corresponde a 370 turistas nacionales y 14 turistas extranjeros y los resultados se presentan a continuación:

- **Análisis de resultados de las encuestas realizadas a la demanda turística**

Tabla 4 Género

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	148	38,5	38,5
	Masculino	236	61,5	100,0
	Total	**384**	**100**	

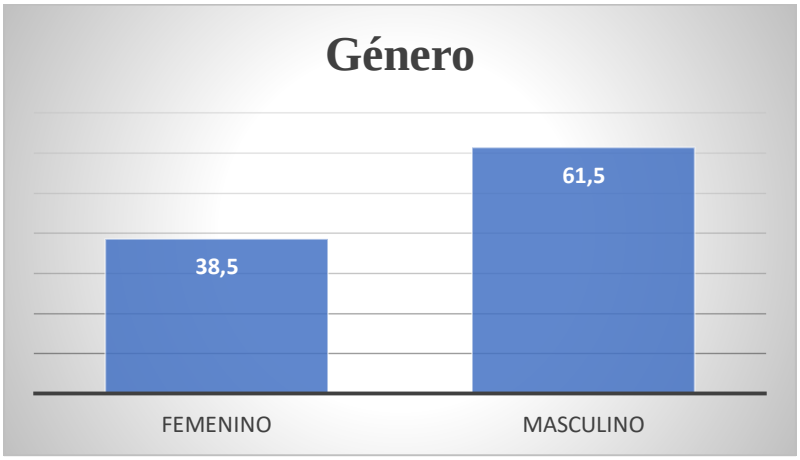


Figura 3 Género

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

De las encuestas realizadas entre turistas extranjeros y nacionales indica que el 61,5% de los turistas entrevistados son de género masculino y el 38,5% son femenino.

Tabla 5 Edad

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20-25	28	7,3	7,3
	26-30	134	34,9	42,2
	31-35	159	41,4	83,6
	36-40	63	16,4	100,0
	Total	**384**	**100,0**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

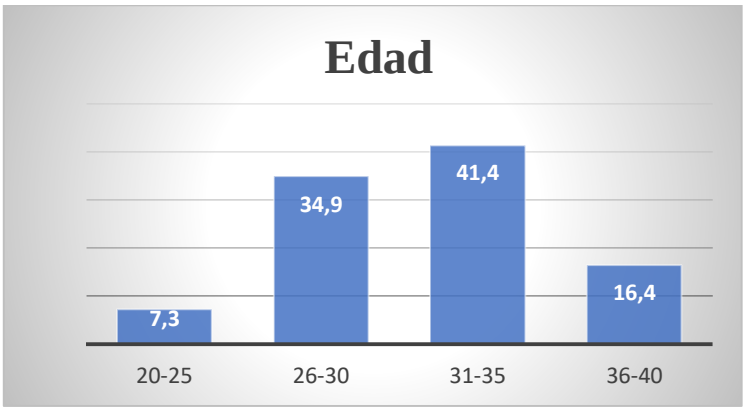


Figura 4 Edad

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

Dentro del registro de encuestados entre turistas extranjeros y nacionales muestra que el intervalo de 31 a 55 años está en una edad de 41,4 %, seguido con en 34,9% del rango de 26 a 30 años, también el 16,4% se encuentran entre los 61 a 40 años y por último con el 7,3% los que se encuentran en un rango de edad entre los 20 a 25 años. De acuerdo a los datos obtenidos se interpreta que las personas que generan mayor demanda hotelera dentro del canto Pastaza se encuentran entre los 31 a 35 años.

Tabla 6 Nacionalidad

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Extranjero	14	3,6	3,6
	Nacional	370	96,4	100
	Total	**384**	**100**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

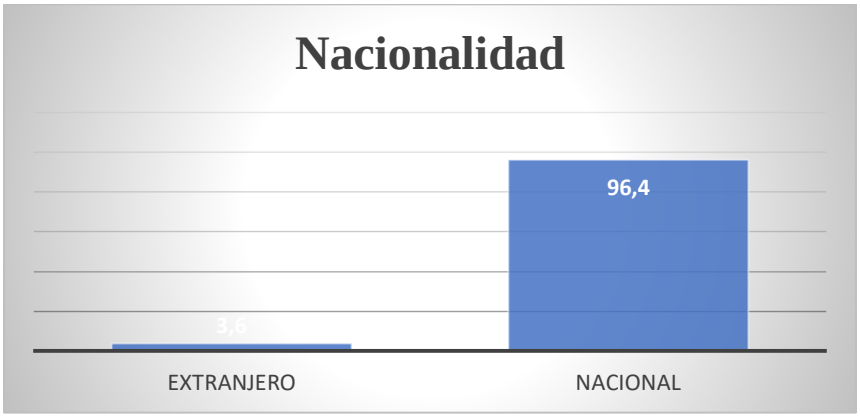


Figura 5 Nacionalidad

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

Mediante las encuestas realizadas se determinó que el 96,4% son turistas nacionales y el 3,6% son turistas extranjeros.

Tabla 7 Provincia de Residencia para turistas Nacionales

		Frecuencia	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido	Azuay	24	6,3	6,3
	Bolívar	18	4,7	10,9
	Cañar	9	2,3	13,3
	Carchi	3	0,8	14,1
	Chimborazo	63	16,4	30,5
	Cotopaxi	36	9,4	39,8
	El Oro	12	3,1	43,0
	Guayas	25	6,5	49,5
	Loja	7	1,8	51,3
	Morona Santiago	16	4,2	55,5
	Napo	7	1,8	57,3
	Orellana	6	1,6	58,9
	Imbabura	9	2,3	61,2
	Pastaza	33	8,6	69,8
	Manabí	8	2,1	71,9
	Pichincha	23	6,0	77,9
	Santo Domingo de los Tsáchila	19	4,9	82,8

Sucumbíos	21	5,5	88,3
Tungurahua	15	3,9	92,2
Los Ríos	13	3,4	95,6
Zamora Chinchipe	17	4,4	100,0
Total	**384**	**100,0**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

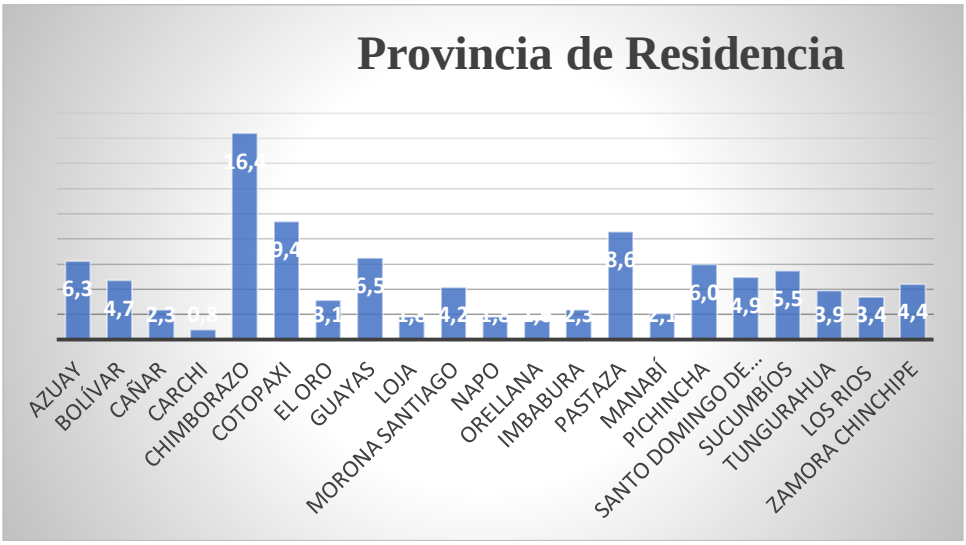


Figura 6 Provincia de Residencia

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

De acuerdo al tamaño de la muestra de 384 personas, 370 son turistas nacionales. De esta manera en la siguiente gráfica se presenta de acuerdo a su provincia de residencia a los turistas que visitaron el Cantón Pastaza; Chimborazo con un 16,4%, seguida por la provincia de Cotopaxi con un 9,4%, Pastaza 8,6%, Guayas 6,5%, Azuay 6,3%, Pichincha 6,0%, Sucumbíos 5,5%, santo domingo de los Tsachilas 4,9%, Bolívar con el 4,7%, Zamora Chinchipe en un 4,4%, Morona Santiago en un 4,2%, Tungurahua con el 3,9%, los Ríos en un 3,4%, El Oro con el 3,1%, Cañar e Imbabura con un 2,3% cada una, Manabí con el 2,1%, Napo y Loja con el 1,8% cada una, Orellana con un 1,6%y por ultimo Carchi con un 0,8%.

Tabla 8 País de Residencia de Turista Extranjeros

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cuba	1	7	7
	Brasil	2	14	21
	Alemania	5	36	57
	Estados Unidos	5	36	93
	México	1	7	100
	Total	**14**	**100**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

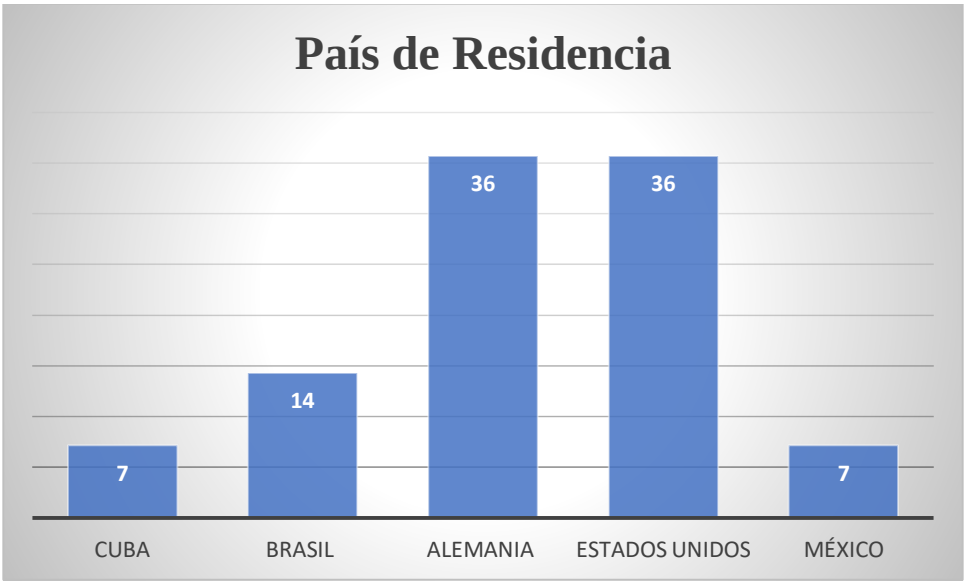


Figura 7 País de Residencia

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

En la siguiente grafica se interpreta que de acuerdo al tamaño de la muestra de 384 personas, 14 turistas son extranjeros que visitaron el Cantón Pastaza en el periodo de julio-agosto y son residentes de los siguientes países; Alemania, Estados Unidos (36%), Brasil (14%), por ultimo México y Cuba (7%).

Tabla 9 Estado Civil

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casado	182	47,4	47,4

	Divorciado	18	4,7	52,1
	Soltero	108	28,1	80,2
	Unión Libre	76	19,8	100,0
	Total	**384**	**100,0**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

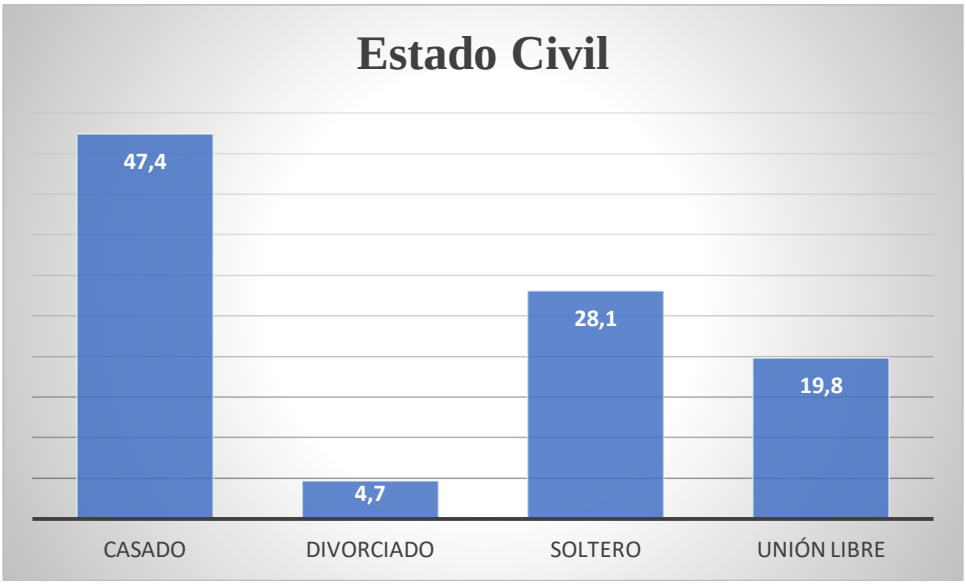


Figura 8 Estado Civil

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

En esta grafica se observa el astado civil de la cantidad de turistas tanto nacionales como extranjeros, solteros con un (84,4%), casados en un (9,6%), unión libre con el (4,8%) y divorciado (0,8%). De acuerdo al análisis se interpreta que el mayor número de turistas que visitan el Cantón Pastaza se mantienen en un estado civil soltero.

Tabla 10 Ocupación

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Empleado privado	123	32,0	32,0
	Empleado publico	87	22,7	54,7
	Emprendedor	116	30,2	84,9
	Estudiante	26	6,8	91,7
	Otro:	32	8,3	100,0

Total	**384**	**100,0**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

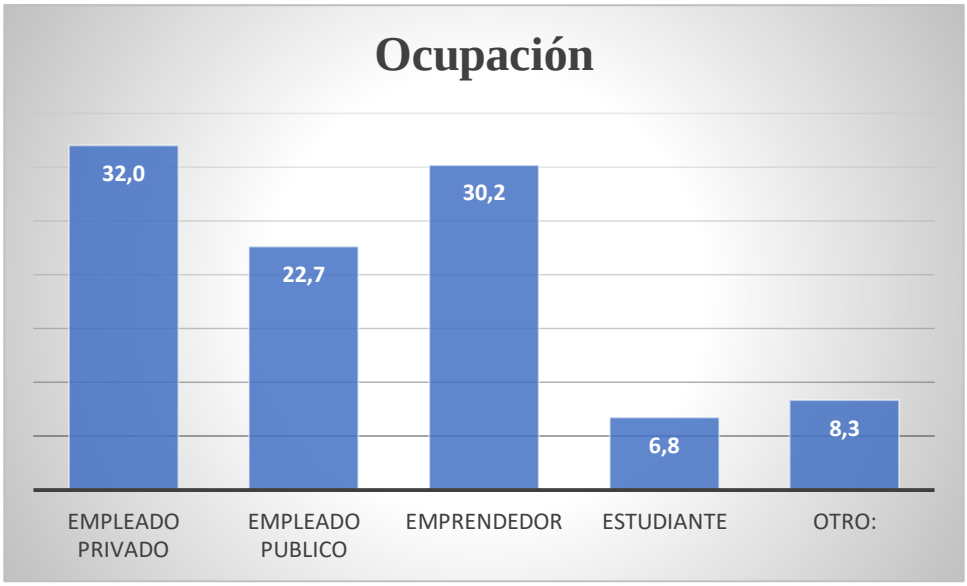


Figura 9 Ocupación

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

Según las encuestas realizadas en el Cantón Pastaza el (32%) son empleados privados, mientras tano el (30,2%) corresponde a emprendedores, de la misma manera el (22,7%) se refiere a los empleados públicos, en cuanto a otros cuenta con el (8,3%) y por último son estudiantes que equivalen a un (6,8%).

Tabla 11 Nivel de Estudios

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Otro:	15	3,9	3,9
	Posgrado	46	12,0	15,9
	Secundaria	184	47,9	63,8
	Superior	98	25,5	89,3
	Técnico y Tecnológico	41	10,7	100,0
	Total	**384**	**100,0**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

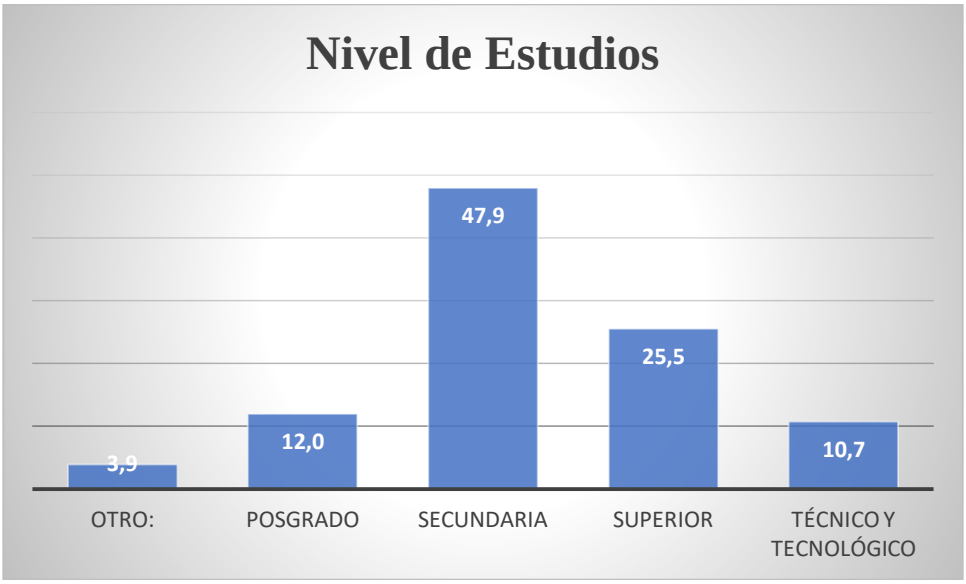


Figura 10 Nivel de Estudios

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

En las encuestas realizadas a los turista extranjeros y nacionales, se analizó el nivel de estudios de la actualidad; nivel superior (44.8%), secundaria (39,2%), técnicos y tecnológicos (9,6%), otros (2,4%) y posgrado (4%).

¿Usted está dispuesto a adquirir los servicios de alojamiento en el cantón Pastaza con todas las normas de bio seguridad?

Tabla 12 Normas de bio seguridad

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	46	12	12
	Si	338	88	100
	Total	**384**	**100**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

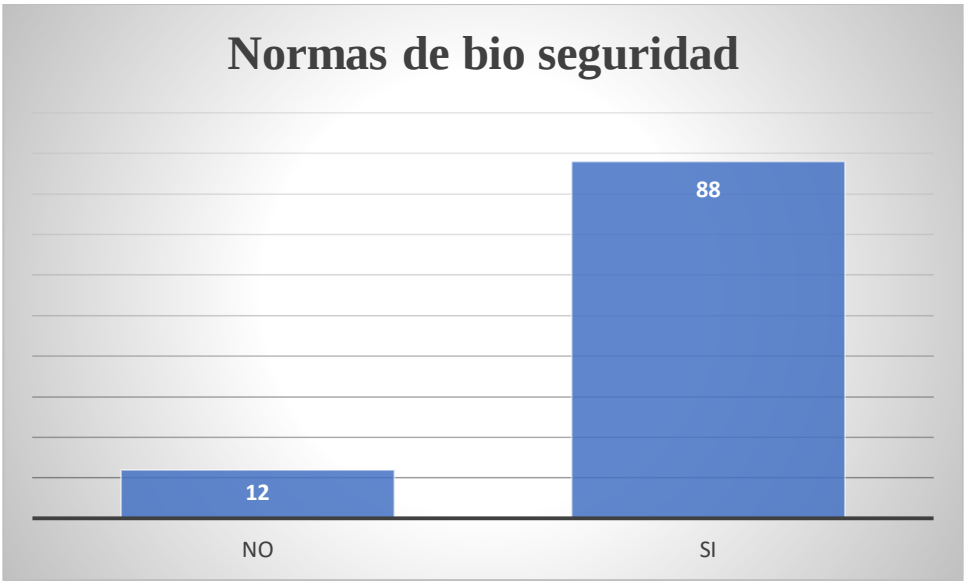


Figura 11 Normas de bio seguridad

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

En la siguiente grafica dio a conocer los resultados de un servicio de normas de seguridad, habiendo un resultado del (88%) que si desean y un (12%) que no deseas adquirir los servicios con todas las normas de bioseguridad.

¿Usted adquiriría los servicios de alimentación en el hotel que se hospede?

Tabla 13 Servicios de Alimentos y Bebidas

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	63	16,4	16,4
	Si	321	83,6	100
	Total	**384**	**100**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

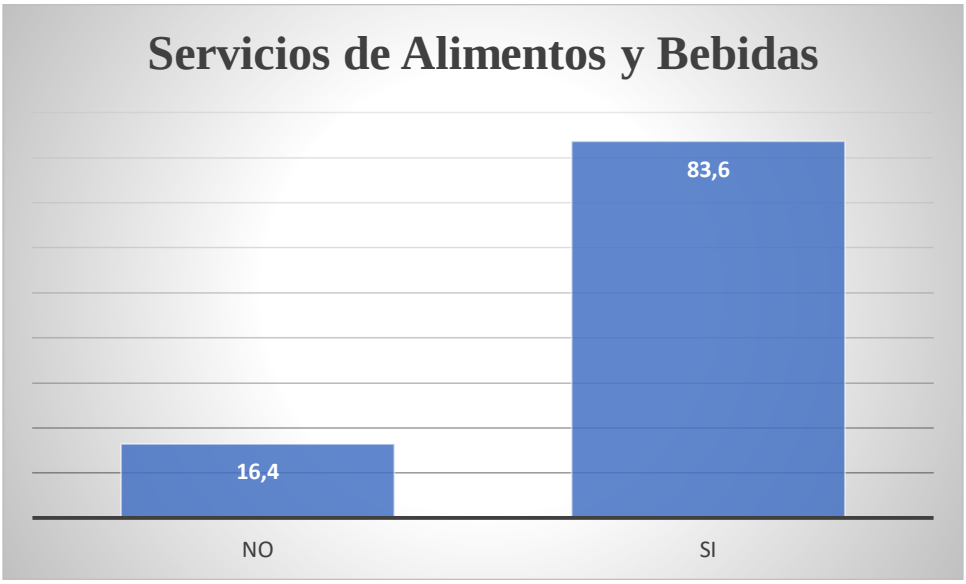


Figura 12 Servicios de Alimentos y Bebidas

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

En la siguiente grafica dio a conocer los resultados de servicio de alimentos y bebidas (AA.BB), poseyendo un resultado del (83,6%) que si quieren adquirir y un (16,4%) que no deseas adquirir los servicios de servicio de alimentos y bebidas (AA.BB).

¿Cuántos días usted adquiriría los servicios de hospedaje?

Tabla 14 Servicio de Alojamiento

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 3 días	324	82,4	82,4
	4 a 5 días	36	12,8	95,2
	Más de 5 días	14	4,8	100
	Total	**374**	**100**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

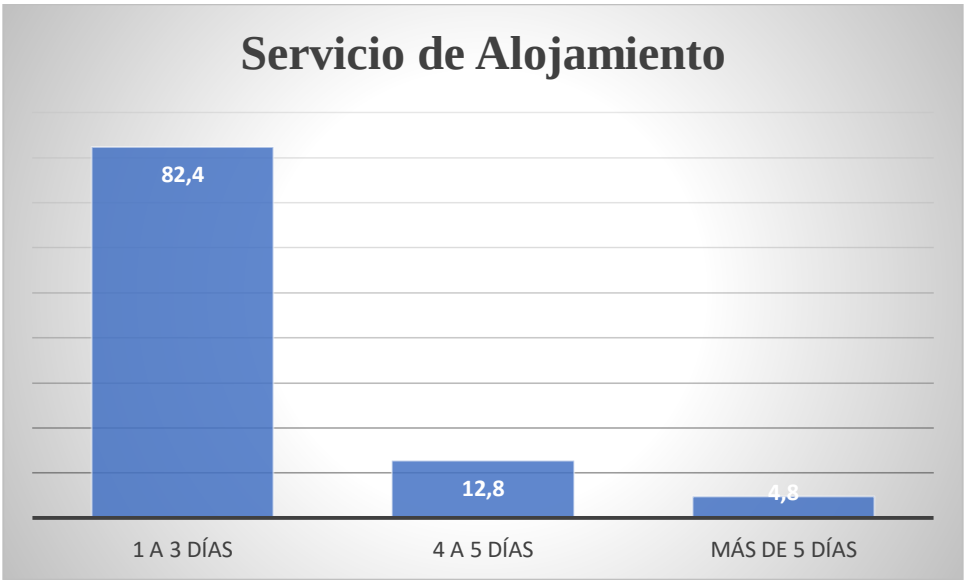


Figura 13 Servicio de Alojamiento

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

Según encuestas el (82,4%) de turistas desearían quedarse a hospedarse durante 1 a 3 días de la misma orla el (12,8%) les gustaría albergar durante 4 a 5 días y por último el (4,8%) les gustaría alojarse más de 5 días.

¿Cuál son los aspectos que usted tomaría en cuenta antes de hospedarse en un hotel en el cantón Pastaza después de la crisis sanitaria?

Tabla 15 Aspectos de un Hotel

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Categoría del hotel	45	11,7	11,7
	Equipamiento	54	14,1	25,8
	Normas de bioseguridad	78	20,3	46,1
	Precios	81	21,1	67,2
	Ubicación	**126**	**32,8**	**100,0**

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

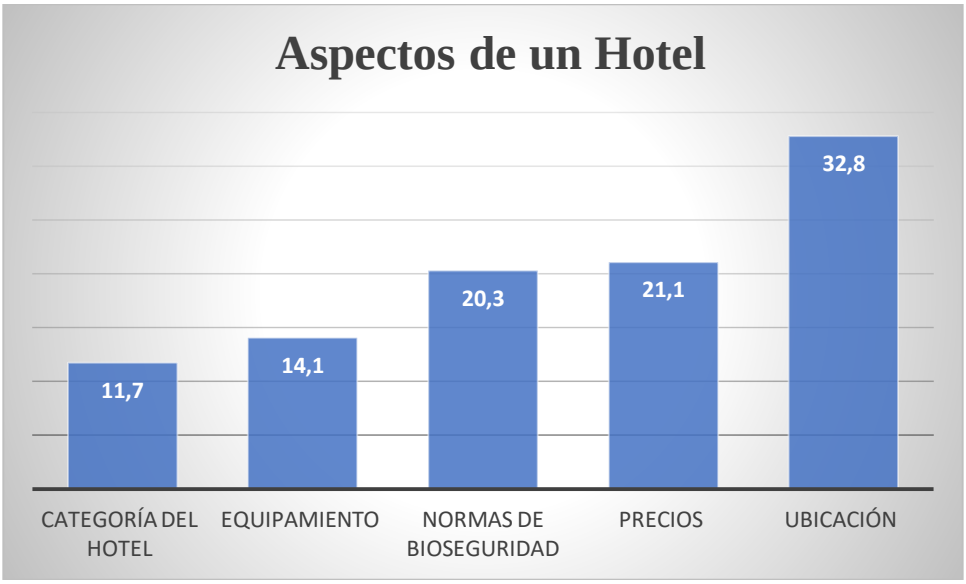


Figura 14 Aspectos de un Hotel

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

En la siguiente grafica se demuestra los aspectos más importantes que los turistas extranjeros y nacionales desean que tengan los establecimientos de alojamiento frente a la crisis sanitaria tales como; ubicación (32,8%). Precios (21,1%), normas de bioseguridad, equipamiento un (14,1%) y la categoría del hotel en un (11,7%).

¿Cuáles son los motivos por los que visitaría el cantón Pastaza?

Tabla 16 Visitas para el Cantón Pastaza

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aviturismo	45	11,7	11,7
	Ocio	32	8,3	20,1
	Otro:	6	1,6	21,6
	Turismo comunitario	37	9,6	31,3
	Turismo Cultural	43	11,2	42,4
	Turismo de Aventura	78	20,3	62,8
	Turismo de Investigación	46	12,0	74,7
	Turismo de Naturaleza	97	25,3	100,0
	Total	**384**	**100**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

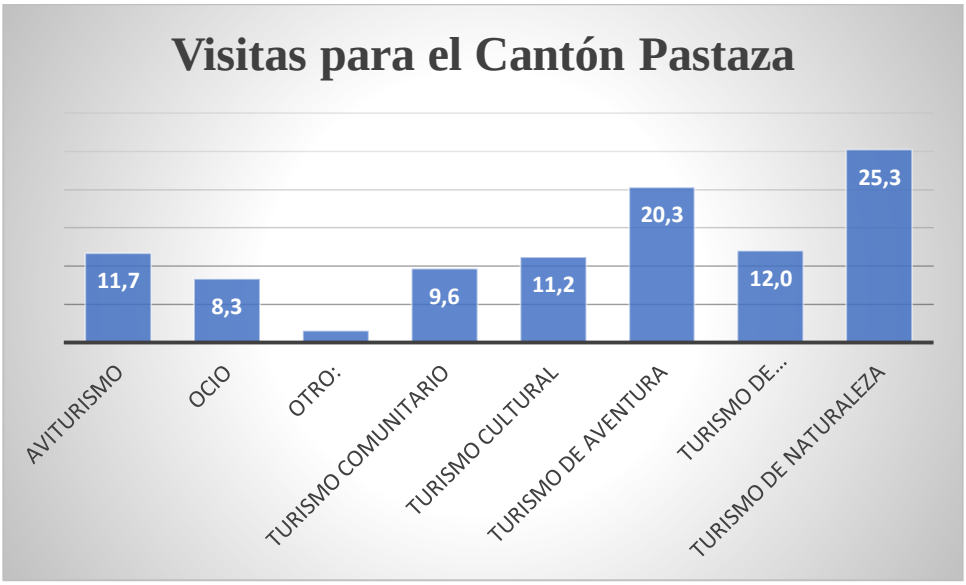


Figura 15 Visitas para el Cantón Pastaza

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

Tomando en cuenta los resultados de las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros, se ha visto el motivo por la que los turistas visitan el Cantón Pastaza tales como; turismo de naturaleza (25,3%), turismo de aventura (20,3%), turismo de investigación (12%), aviturismo (11,7%). Turismo cultural (11,2%) Turismo comunitario (9,6%), ocio (8.3%), y otros (1,6%).

¿Cuáles serían las motivaciones para hospedarse en el cantón Pastaza?

Tabla 17 Motivaciones

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Calidad de servicio	76	19,8	19,8
	Instalaciones	123	32,0	51,8
	Recomendaciones	100	26,0	77,9
	Seguridad	85	22,1	100,0
	Total	**384**	**100,0**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita



Figura 16 Motivaciones

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

De acuerdo a la gráfica se puede interpretar que las motivaciones de viaje del turista al cantón Pastaza Son las siguientes; instalaciones en un (32%), Recomendaciones (26%), seguridad (22,1%), calidad de servicio (19,8%). Se puede decir que el turista viaja al Cantón Pastaza tomando en cuenta las instalaciones que ofrecen en sus hoteles.

¿Cómo calificaría la atención al cliente en el cantón Pastaza?

Tabla 18 Atención al cliente

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buena	198	51,6	59,2
	Mala	16	4,2	60,8
	Muy buena	83	21,6	80,8
	Regular	87	22,7	100
	Total	**384**	**100,0**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

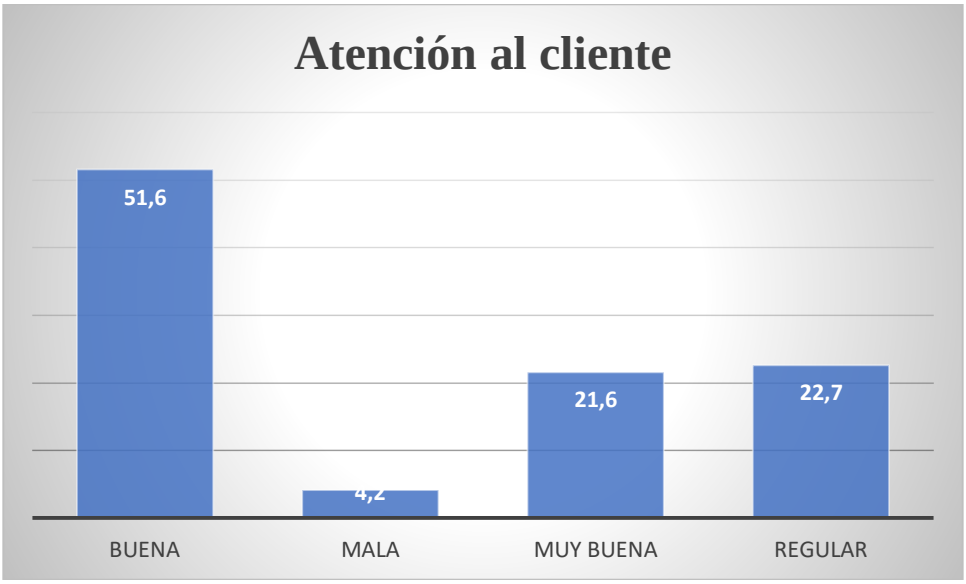


Figura 17 Atención al cliente

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

Mediante la gráfica podemos interpretar que la atención al cliente de los hoteles del Cantón Pastaza es en un (51,6%) es buena, regular el (22,7%), muy buena (21,6%), mientras que (4,2 %) respondieron que es mala.

¿Cómo calificaría los siguientes elementos de un hotel en el cantón Pastaza?

Tabla 19 Instalaciones

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy satisfactorio	81	21,1	21,1
	Nada satisfactorio	8	2,1	23,2
	Poco satisfactorio	12	3,1	26,3
	Regular	76	19,8	46,1
	Satisfactorio	207	53,9	100,0
	Total	**384**	**100,0**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

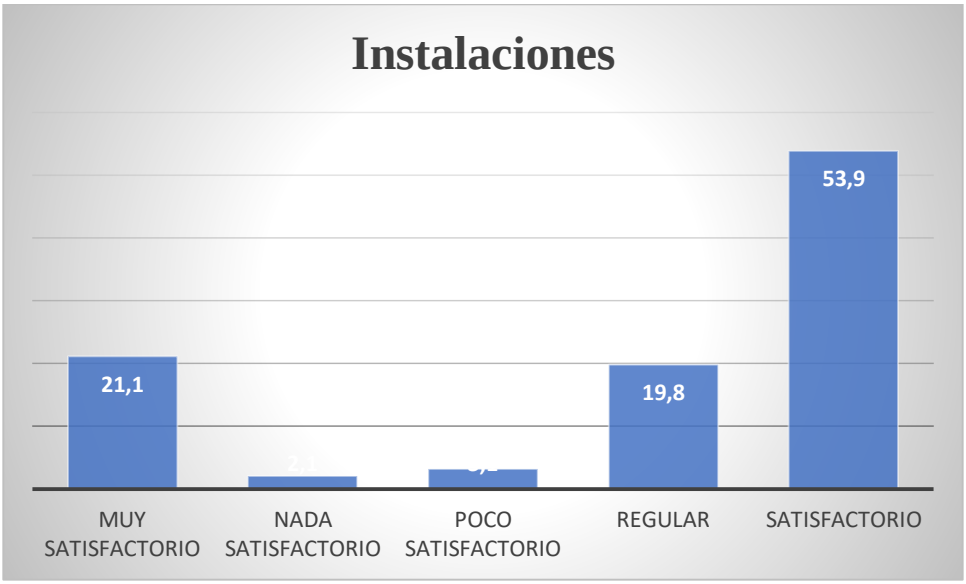


Figura 18 Instalaciones

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

Mediante la gráfica podemos interpretar que las instalaciones de los hoteles del Cantón Pastaza son en un (55,2%) satisfactorio, (23,2%) regular, (16%) muy satisfactorio, (4,8%) respondió que es poco satisfactorio y el otro (0,8%) es nada satisfactorio.

¿Cómo calificaría los siguientes elementos de un hotel en el cantón Pastaza?

Tabla 20 Servicio a la Habitación

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy satisfactorio	78	20,3	20,3
	Nada satisfactorio	9	2,3	22,7
	Poco satisfactorio	26	6,8	29,4
	Regular	95	24,7	54,2
	Satisfactorio	176	45,8	100,0
	Total	**384**	**100,0**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

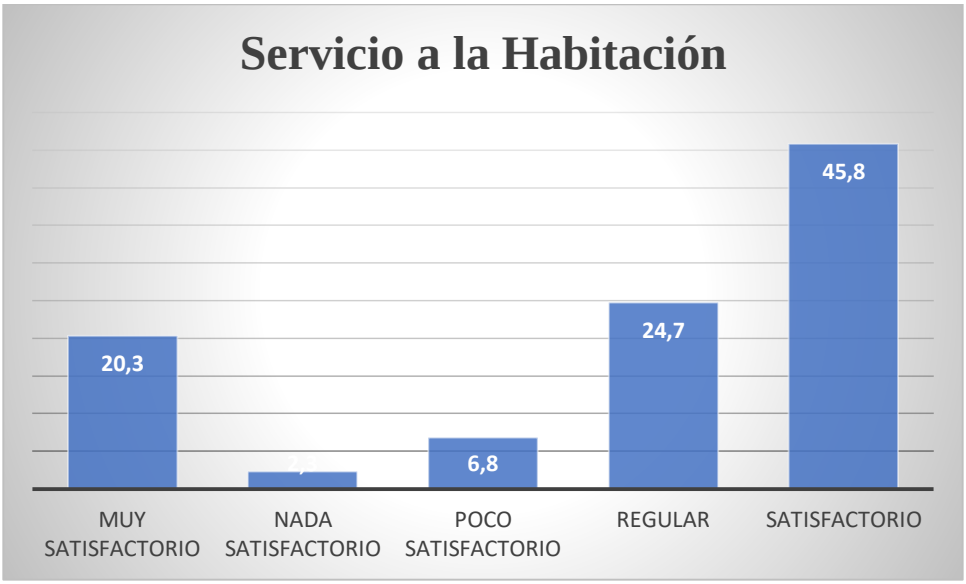


Figura 19 Servicio a la Habitación

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

Mediante la gráfica podemos interpretar que el servicio a la habitación de los hoteles del Cantón Pastaza es en un (45,8%) satisfactorio, (24.7%) regular, (20,3%) muy satisfactorio, (6,8%) respondió que es poco satisfactorio y finalmente el (2,3%) respondió que el servicios a la habitación es nada satisfactoria.

¿Cómo calificaría los siguientes elementos de un hotel en el cantón Pastaza?

Tabla 21 Imagen del Personal

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy satisfactorio	63	16,4	16,4
	Poco satisfactorio	21	5,5	21,9
	Regular	97	25,3	47,1
	Satisfactorio	203	52,9	100,0
	Total	**384**	**100,0**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

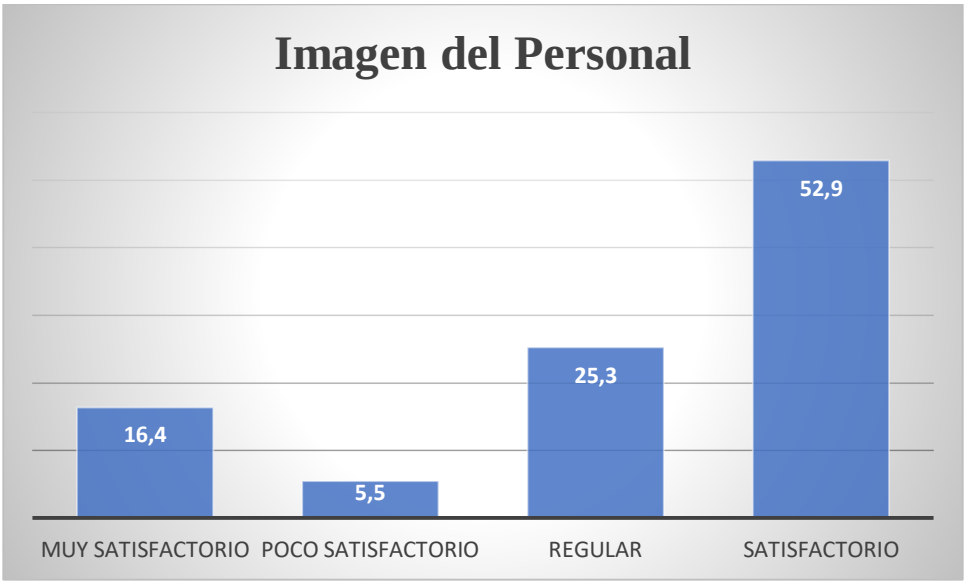


Figura 20 Imagen del Personal

Mediante la gráfica podemos interpretar que la imagen personal de los servidores de los hoteles del Cantón Pastaza es en un (52,9%) satisfactorio, (25,3%) regular, (16,4%) muy satisfactorio, mientras que el (5,5%) respondió que es poco satisfactorio.

¿Cómo calificaría los siguientes elementos de un hotel en el cantón Pastaza?

Tabla 22 Limpieza de la Habitación

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy satisfactorio	73	19,0	19,0
	Nada satisfactorio	8	2,1	21,1
	Poco satisfactorio	16	4,2	25,3
	Regular	76	19,8	45,1
	Satisfactorio	211	54,9	100,0
	Total	**384**	**100,0**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

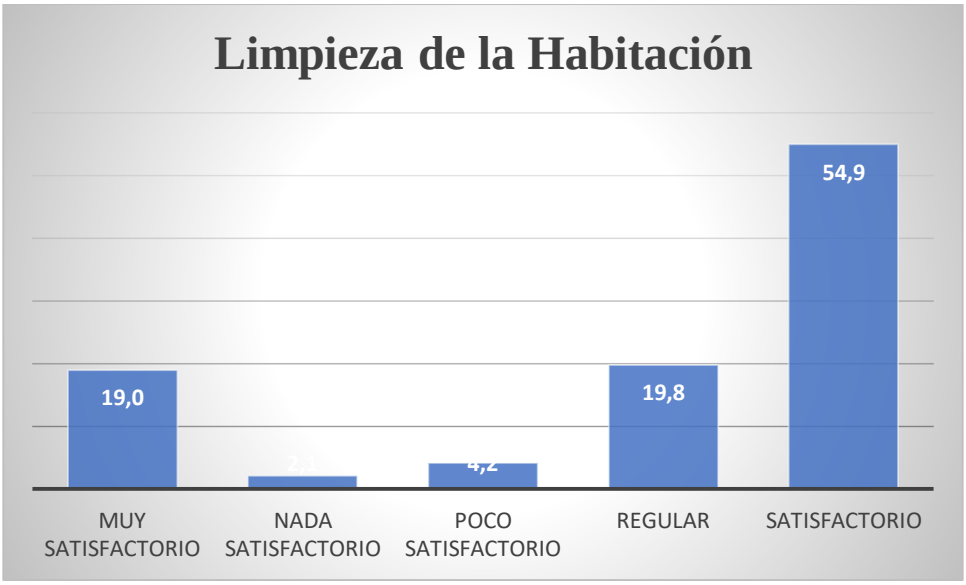


Figura 21 Limpieza de la Habitación

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

Mediante la gráfica podemos interpretar que el servicio de limpieza en la habitación de los hoteles del Cantón Pastaza es en un (54,9%) satisfactorio, (19,8%) regular, (19%) muy satisfactorio, (4,2%) respondió que es poco satisfactorio y el otro (2,1%) menciono que es nada satisfactorio.

¿Cómo calificaría los siguientes elementos de un hotel en el cantón Pastaza?

Tabla 23 Alimentos del Restaurante

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy satisfactorio	79	20,56049	20,6
	Nada satisfactorio	11	0,8	23,4
	Poco satisfactorio	9	2,4	25,8
	Regular	86	22,4	48,2
	Satisfactorio	199	56,8	100,0
	Total	**384**	**100**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

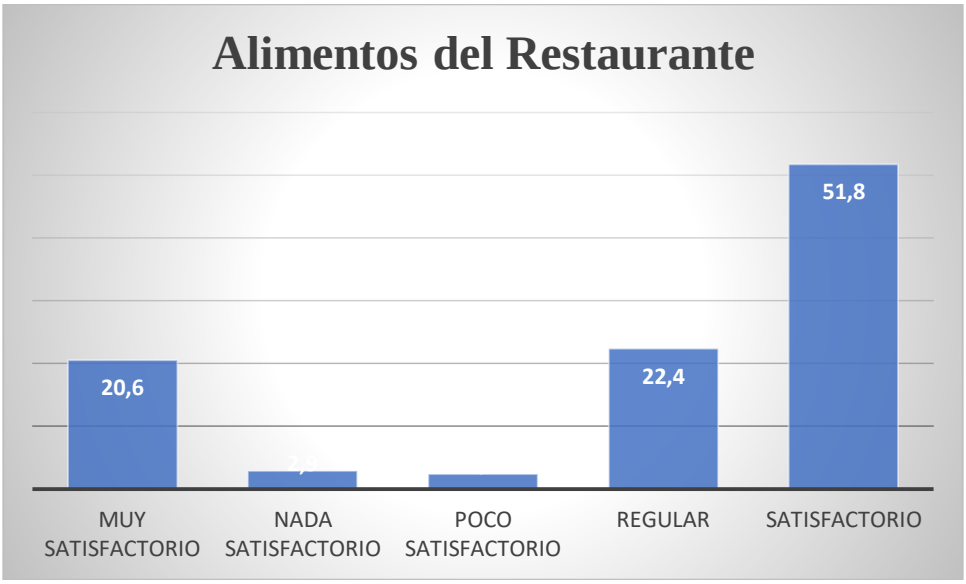


Figura 22 Alimentos del Restaurante

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

Mediante la gráfica podemos interpretar que el servicio de alimentación en los hoteles del Cantón Pastaza es en un (51,8%) satisfactorio, (22,4%) regular, (16%) muy satisfactorio, (2,9%) respondió que es nada satisfactorio y en cuanto el (2,4%) menciono que los alimentos de los hoteles son poco satisfactorios.

¿Considera que los precios de los hoteles en el cantón Pastaza van de acuerdo a la calidad del servicio?

Tabla 24 Precios

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	134	34,9	34,9
	Si	250	65,1	100
	Total	**384**	**100**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

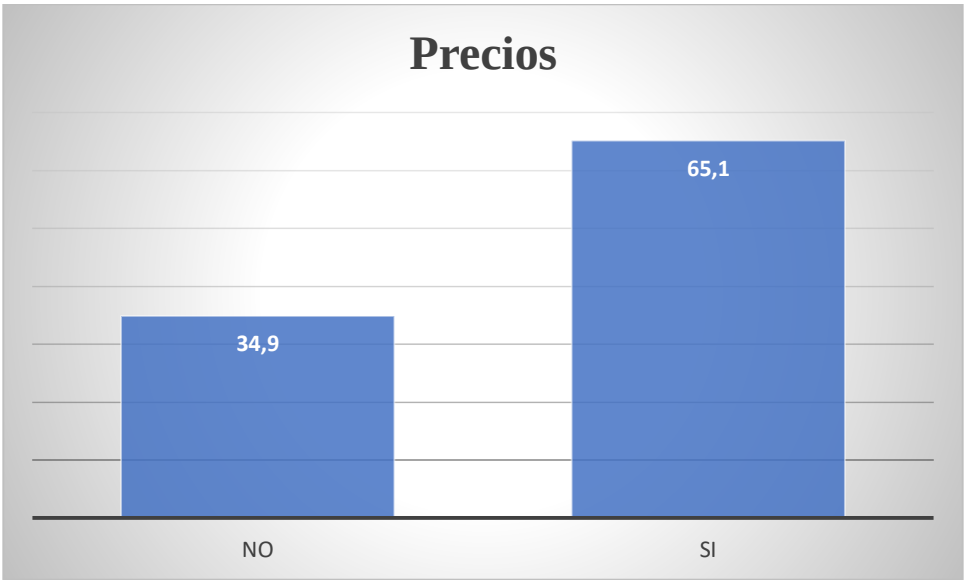


Figura 23 Precios

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

De acuerdo al siguiente grafico se interpreta que (65,1%) de turistas respondieron que el precio de los hoteles del Cantón Pastaza va acorde a los servicios recibidos, mientras el (34,9%) respondió que el precio no va de acorde al servicio del hotel.

¿Cuál fue el medio por el que usted se enteró sobre el cantón Pastaza?

Tabla 25 Medios de comunicación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Facebook	188	48,9	48,9
	Instagram	46	12,0	60,8
	Otro	68	17,6	78,4
	Páginas web	34	8,8	87,3
	TV	1	0,3	87,5
	Whatsapp	48	12,5	100,0
	Total	**385**	**100**	

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

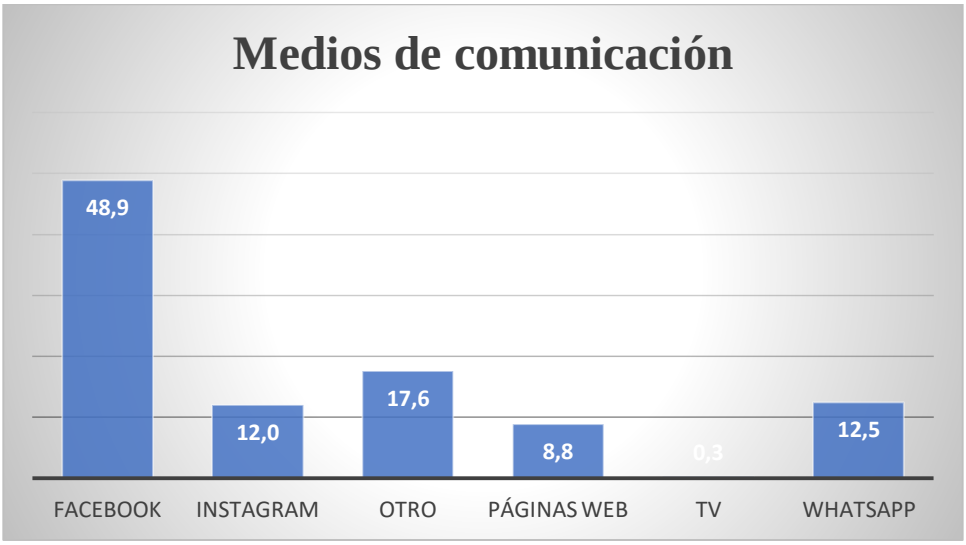


Figura 24 Medios de comunicación

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

En la siguiente grafica se interpreta los medios por los cuales los turistas se enteraron de la existencia del Cantón Pastaza que son los siguientes; Facebook (48,9%), otro (17,6%), WhatsApp (12,5%), Instagram (12%), Páginas web (8,8%) y Tv (0,3%).

4.1.3. Posibles propuestas de reactivación turística con respecto a las necesidades de la demanda POST COVID dentro de las empresas turísticas del cantón Pastaza en la categoría Hoteles.

Para cumplir con el tercer objetivo se realizó, una entrevista dirigida a 6 expertos (Dr. Enrique Cabanilla, Ing. Nelly Duran, Ing. Elsa Ordoñez, Ing. Eduardo Ruiz, Ing. Geovani Espín y Ing. Jerson López) en el tema del hotelería y el turismo, a través de la plataforma zoom se trató sobre varios temas de la demanda hotelera turística y como resultó afectada por la pandemia del covid 19. Se estructuró un formulario de 8 preguntas enfocadas a evaluar y plantear desde su perspectiva las alternativas que se deben tomar para la reactivación del sector turístico hotelero en el Cantón Pastaza.

El resultado muestra como posibles alternativas de reactivación de la demanda turística del Cantón Pastaza las mimas que se presentaran en el siguiente cuadro con una puntuación, estilo de semaforización (verde grado de importancia alto; amarillo grado de importancia intermedio; y azul grado de importancia bajo) y ese resultado es el que se propone.

Cuadro: Alternativas de reactivación turística

	Alternativas	**Nivel de importancia alto**	**Nivel de importancia intermedio**	**Nivel de importancia bajo**
1	Capacitación a los prestadores de servicios de alojamiento en temas de bioseguridad (limpieza de habitaciones, uso de equipos de bioseguridad)			
2	Establecer grupos de seguridad (personas que den a conocer a la casa de salud más cercana sobre posible caso de contagio) para crear una reacción inmediata ante casos detectados de covid, dentro del establecimiento.			
3	Establecer certificación a los establecimientos que cumplan los protocolos de bioseguridad frente a la			

	crisis sanitaria, a través de la firma Bureau Veritas que emite un sello de seguridad llamado SafeGuard en mismo que cuenta con un código único QR.			
4	Priorizar el servicio personalizado en el área de recepción.			
5	Reservas online			
6	Establecer un enfoque al nuevo segmento de mercado después de la crisis sanitaria (milenials, nuevos viajeros).			
7	Incentivar el turismo individual para evitar aglomeraciones como grupos de viajes (mediante promociones de los hoteles).			
8	Readecuar los establecimientos hoteleros con distanciamiento y espacios adecuadas para los turistas.			
9	Disminuir el impacto de cancelaciones en las reservas de hoteles (mediante la postergación en las fechas de reservas).			
10	Mejorar la inversión en marketing.			
11	Mejorar los canales de distribución.			
12	Invertir en equipamiento de bioseguridad.			
13	Capacitaciones en atención al nuevo cliente.			
14	Capacitación en protocolos de higiene y manipulación de alimentos.			
15	Generar paquetes de fidelización			

Fuente: Jarama Jennyfer
Deriam Zurita

Para la interpretación de la siguiente tabla se tomó en cuenta a las alternativas con un mayor grado de importancia en una escala de semaforización entre ella tenemos: la capacitación a los prestadores de servicios de alojamiento en temas de bioseguridad; priorizar el servicio personalizado; incentivar el turismo individual para evitar aglomeraciones como grupos de viajes; mejorar la inversión en marketing; mejorar los canales de distribución, capacitaciones en atención al nuevo cliente; capacitación en protocolos de higiene y manipulación de alimentos, sin embargo esta tabla contiene otras alternativas que podrían ser tomadas en cuenta de acuerdo al grado de prioridad para un futuro.

CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis de expertos se realizó la matriz de factores ponderados en la que se estableció los siguientes factores; la crisis económica, digitalización (implementación de nuevas tecnologías), nuevas expectativas de la demanda, políticas, estado de excepción, competencia, restricciones para turistas extranjeros, proveedores, sistema de transporte, cadenas de suministro, prolongación de la pandemia, confianza de las personas en un destino, nuevos sistemas de comercio, seguridad del destino, sensibilidad para áreas, motivos legales, estacionalidad, nuevos campos de capacitación para el personal, nuevos productos, ingresos económicos, adaptación a las nuevas normas de bioseguridad, restricciones en la oferta turística y logística, siendo estos los que afectan a la demanda hotelera del Cantón Pastaza

Mediante la gráfica de Pareto se realizó un análisis de 80-20 para establecer los factores que mayor impacto tienen dentro de la demanda hotelera del Cantón Pastaza. Se interpretó que los factores con mayor grado de afectación son; las nuevas expectativas de la demanda, seguridad del destino, nuevos productos y llogística.

Mediante el análisis de expertos se establecieron posibles alternativas que ayudarían a la reactivación turística hotelera en el Cantón Pastaza como; Establecer certificación a los establecimientos que cumplan los protocolos de bioseguridad frente a la crisis sanitaria, Generar nuevos productos o mejorar los existentes, Mejorar la inversión en marketing, entre otras alternativas las mismas que beneficiarias a los prestadores de servicios de alojamiento.

.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere que los establecimientos de alojamiento turístico implementen las nuevas normas de bioseguridad ya que de esa manera se podrá aumentar la afluencia de turistas dentro de los establecimientos de alojamiento y mayor consumo debido que el turista sentirá mayor confianza dentro de los establecimientos o destino.

- Se recomienda que los prestadores de servicio tomen en cuenta al presente proyecto de investigación para implementar las posibles alternativas para la reactivación turística hotelera del Cantón Pastaza.

- Además, se recomienda que las entidades gubernamentales del cantón Pastaza y a nivel nacional brinden ayuda para la reactivación de las pequeñas y medianas empresas del sector turístico, además que se proporcione capacitaciones a los prestadores de servicios en temas de atención del cliente, protocolo y normas de bioseguridad.

BIBLIOGRAFÍA

Andaluz, s. (9 de 12 de 2015). *Slidshare*.

Benlloch, i. (13 de 2 de 2019). *Economia simple*.

Castañeda , m. B. (2010). *Proseso de datos y analisis estadisticos utilizando spss.* Obtenido de http://www.pucrs.br/edipucrs/spss.pdf

Castro guerrero, f. I. (2018). *Diseño de un manual de gestión por procesos con enfoque en la responsabilidad social empresarial para el gran hotel cofanes de la ciudad de puyo.* Obtenido de https://repositorio.uea.edu.ec/bitstream/123456789/451/1/t.tur.b.uea.4101

Catagua sandoval , v. L. (enero de 2017). *Repositorio nacional de ciencia y tecnología*. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/40818/1/tesis%20vanessa%20y%20magdalena%20final%20pdf.pdf

Cincia y tecnologia. (24 de 6 de 2019).

Ecuador, g. O. (10 de 05 de 2018). *Reglamento turistico de alimentos y bebidas.* Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/ro%20reglamento%20alimentos%20y%20bebidas.pdf

Gamboa núñes , j. P. (2019). *Propuesta de diseño organizacional y comercialización del hotel "san jacinto" perteneciente al cantón tisaleo, provincia de tungurahua.* Obtenido de https://repositorio.uea.edu.ec/bitstream/123456789/563/1/t.tur.b.uea.4135

Garcia, i. (25 de septiembre de 2017). *Economia simple*.

Gonzales, b. (4 de noviembre de 2016).

Gutiérres proaño , m. S. (2013). *Tesis previa a la obtención del grado de ingeniera en.* Obtenido de https://repositorio.uea.edu.ec/bitstream/123456789/220/1/t.tur.b.uea.%20%204034

Herneńdez . (04 de mrozo de 2013). *Metodologia de la investigación.* Obtenido de https://pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com/2013/03/definiendo-el-alcance-de-una.html?

Herrera, v. (23 de abril de 2020). *Los retos de la actividad turística despues del covid-19.* Obtenido de https://www.uide.edu.ec/y-luego-del-covid-19-que-pasara-con-el-turismo/

Laaz quijije, g. L. (junio de 2018). *Plan de desarrollo turístico post terremoto para la mejora del turismo en el cantón portoviejo.* Obtenido de http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/730

Machado . (2018). *Evaluación de la calidad de los servicios para establecer lasatisfacción de los clientes en la hostería turingia.* Obtenido de https://repositorio.uea.edu.ec/bitstream/123456789/463/1/t.tur.b.uea.4120.pdf

Mamani, w. (9 de abril de 2016). *Asesores en turismo para empresas e isntituciones publicas.* Obtenido de https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/04/139-serviciogastronomia.pdf

Martín, a. R. (03 de 2018). *Ifraestructura turistica*. Obtenido de https://www.lifeder.com/infraestructura-turistica/

Mintur. (2015). *Reglamento de alojamiento turistico.* Ministerio de turismo .

Mintur. (2019). *Ministerio de turismo del ecuador* . Obtenido de plan nacional de turismo : https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/plan-nacional-de-turismo-2030-v.-final-registro-oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf

Monsalbe castro, c. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso bucaramanga. *Revista ean*, 78.

Montiel, j. C. (23 de 06 de 2020). *Alternativas orientadas al rescate del turismo en méxico en el contexto del covid-19.* Obtenido de http://200.122.211.70/ojs/index.php/revistasinergia/article/view/98

Omt. (2020). Barómetro omt del turismo mundial mayo 2020con especial enfoque en el impacto de la covid-19. *World tourism organization world tourism organization*, 50.

Omt. (26 de agosto de 2020). *Orientaciones generales para la elaboracion de la cuenta satelite de turismo cst.* Obtenido de https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284403974

Pololikashvili, z. (17 de marzo de 2020). *Declaración sobre el covid-19*. Obtenido de https://www.unwto.org/es/news/covid-19-declaracion-zurab-pololikashvili

Romero , b. (14 de julio de 2016). *Miltiplica ediciones* . Obtenido de https://revistagestion.ec/index.php/empresas/sector-turistico-buscando-una-luz-al-final-del-tunel

Salazar, c. (05 de 05 de 2017). *Uso de las tic para la gestión hotelera en el sector turístico de pastaza.* Obtenido de http://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/ventanainformatica/article/view/2385/2513

Samiuc. (8 de enero de 2018).

Serrano lópez, a. L. (11 de 12 de 2018). *Cuaderno de turismo.* Obtenido de https://revistas.um.es/turismo/article/view/353631

Vicente barrera, j. (20 de 08 de 2018). *Algunas consideraciones en torno a la restauración turística post terremoto de la ciudad de manta, manabí, ecuador.* Obtenido de https://revistas.utm.edu.ec/index.php/recus/article/view/1459

Villasante, w. M. (24 de noviembre de 2016). *Turismo*. Obtenido de https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/?fbclid=iwar35mwo7xjbl2mngwf24w75s6nsyax1bo0ogtuazlfvbdcaq5mkx9uj6cey

Zamora, e. (2016). *Contabillidae.*

ANEXOS

Matriz de factores de ponderados

Anexo 1

Detalle	FACTOR DE LA DEMANDA QUE AFECTAN DEMANDA POST COVID	COMPARACIONES PAREADAS		Califica
		Exper 1-10	Autor Max 1	
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
TOTAL				

Matriz para en análisis de datos de la gráfica de Pareto (80-20)

Anexo 2

FACTOR DE LA DEMANDA QUE AFECTAN DEMANDA POST COVID	N°	Calificación	%acumulado	80-20	%porcentaje

Encuestas

Anexo 3



5. Extranjero (País de residencia)

Escriba su respuesta

6. Estado civil *

- Casado
- Soltero
- Unión Libre
- Viudo
- Divorciado

7. Ocupación *

- Empleado publico
- Empleado privado
- Emprendedor
- Comerciante
- Jubilado
- Estudiante
- Otro:

8. Nivel de estudios terminado *

- Primaria
- Secundaria
- Técnico y Tecnológico
- Superior
- Posgrado
- Otro:

9. ¿Usted está dispuesto a adquirir los servicios de alojamiento en el cantón Pastaza con todas las normas de bio seguridad? *

- Si
- No

10. ¿Usted adquiriría los servicios de alimentación en el hotel que se hospede? *

- Si
- No

11. ¿Cuántos días usted adquiriría los servicios de hospedaje? *

- 1 a 3 días
- 4 a 5 días
- Mas de 5 días

12. ¿Cuál son los aspectos que usted tomaría en cuenta antes de hospedarse en un hotel en el cantón Pastaza después dela crisis sanitaria? *

- [ ] Normas de bio seguridad
- [ ] Ubicación
- [ ] Equipamiento
- [ ] Categoría del hotel
- [ ] Precios

13. ¿Cuáles son los motivos por los que visitaría el cantón Pastaza? *

- ○ Turismo de Naturaleza
- ○ Turismo de Aventura
- ○ Aviturismo
- ○ Turismo comunitario
- ○ Turismo Cultural
- ○ Turismo de Investigación
- ○ Ocio
- ○ Otro:

14. ¿Cuáles serían las motivaciones para hospedarse en el cantón Pastaza? *

- ○ Calidad de servicio
- ○ Recomendaciones
- ○ Instalaciones
- ○ Seguridad

15. ¿Cómo calificaría la atención al cliente en el cantón Pastaza? *

- ○ Muy buena
- ○ Buena
- ○ Regular
- ○ Mala
- ○ Muy mala

16. ¿Cómo calificaría los siguientes elementos de un hotel en el cantón Pastaza? *

	Muy satisfactorio	Satisfactorio	Regular	Poco satisfactorio	Nada satisfactorio
Instalaciones	○	○	○	○	○
Servicio a la habitación	○	○	○	○	○
Imagen del personal del hotel	○	○	○	○	○
Limpieza de la habitación	○	○	○	○	○
Alimentos del restaurante	○	○	○	○	○

17. ¿Considera que los precios de los hoteles en el cantón Pastaza van de acuerdo a la calidad del servicio? *

- ○ Si
- ○ No

18. ¿Cuál sería el servicio adicional que le gustaría que tenga el hotel en el que se va a hospedar en el cantón Pastaza? *

Escriba su respuesta

19. ¿Cuál fue el medio por el que usted se entero sobre el cantón Pastaza? *

- ☐ Facebook
- ☐ Whatsapp
- ☐ Instagram
- ☐ TV
- ☐ Radio
- ☐ Paginas web
- ☐ Otro:

20. ¿Cuál sería su recomendación para la reactivación turística del cantón Pastaza? *

Escriba su respuesta