

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración Hotelera

**Guía de estrategias para la reactivación económica de los hostales tres (3) estrellas
del sector La Mariscal, cantón Quito, provincia de Pichincha, en tiempos de
COVID-19**

Autor:

Alexandra Michelle Almache Tipán

Director:

MBA. Marcelo Nieto

Quito, Ecuador

Febrero – 2021

Carta del Director de Trabajo de Titulación

Magister

Diana Constante

Directora de la Escuela de Administración de Empresas Hoteleras

Presente.

Yo Marcelo Nieto, Director del Trabajo de Titulación realizado por Alexandra Michelle Almache Tipán, estudiante de la carrera de Administración Hotelera, informo haber revisado el presente documento titulado “Guía de estrategias para la reactivación económica de los hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal, cantón Quito, provincia de Pichincha, en tiempos de COVID-19”, el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de Titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E de Quito, y el Manual de Estilo institucional; por tanto, autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente,



Marcelo Nieto, Mgst.

Director Del Trabajo de Titulación

Carta de Autoría del Trabajo

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación “Guía de estrategias para la reactivación económica de los hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal, cantón Quito, provincia de Pichincha, en tiempos de COVID-19”, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.



Alexandra Michelle Almache Tipán

C.I. 1723964902.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios y de igual manera a mis padres Patricio y Esthela quienes con su amor, sacrificio y su apoyo incondicional me han ayudado a cumplir mis sueños y metas, el camino no ha sido sencillo, pero con sus palabras de aliento me han ayudado a seguir adelante.

Además, agradezco a mi tutor Marcelo Nieto por su sabiduría, y guía para culminar el presente trabajo, sin olvidar su apoyo incondicional, a la Universidad Iberoamericana y sus profesores con el fin de forjar profesionales.

Alexandra Almache

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de titulación a mi hija Puleth Monthserrat, ya que ha sido el pilar fundamental para la realización de mi trabajo de titulación.

Asimismo, dedico el presente trabajo a mis padres Patricio y Esthela, ya que con su esfuerzo y sacrificio he podido salir adelante siendo ellos uno de mis pilares fundamentales, sin olvidar a mami Bertha que me guía desde el cielo y esté orgullosa que soy toda una profesional, a mi abuelita María por brindarme palabras de aliento y apoyo, a mi tía Deysi por ser una amiga más en este trayecto y a mi hermano Patricio Jr por estar en los momentos difíciles y ser para él un ejemplo a seguir.

Alexandra Almache

ÍNDICE

Carta del Director de Trabajo de Titulación	II
Carta de Autoría del Trabajo	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DEDICATORIA.....	V
RESUMEN	XIII
ABSTRACT	XIV
CAPÍTULO 1	15
INTRODUCCIÓN	15
1.1 Presentación del Problema que aborda el TT	16
1.2. Justificación.....	20
1.3 Objetivos de la Investigación.....	21
1.3.1 Objetivo General	21
1.3.2 Objetivos Específicos	21
CAPÍTULO 2	23
MARCO TEÓRICO	23
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	23
2.2 Bases Teóricas.....	25
2.2.1 Establecimientos de alojamiento	25
2.2.2 Categorización de alojamientos turísticos	26
2.2.3 Planificación	27
2.2.4 Estrategia	27
2.2.5 Reactivación de sectores comerciales	29
2.2.6 Bioseguridad	30
2.3 Bases Legales.....	30
2.4 Operacionalización de las Variables	31
CAPÍTULO 3	33
METODOLOGÍA EMPLEADA	33
3.1. Enfoque de la investigación.....	33
3.2 Alcance de la investigación	34

3.3 Tipo de investigación.....	34
3.4 Diseño de la investigación.....	35
3.5 Población o universo de estudio.....	35
3.6 Muestra	35
3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
3.8 Validez.....	37
3.8.1 Resultados de Validación por parte de los expertos	37
3.9 Confiabilidad.....	38
3.10 Procedimiento para el análisis e interpretación de los datos.....	39
CAPÍTULO 4	41
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN	41
4.1. Impacto económico causado por el COVID-19 en los hostales 3 estrellas del sector La Mariscal.	41
4.1.1 Resultados de la investigación	41
4.2. Estrategias aplicadas por los hostales 3 estrellas del sector La Mariscal para la reactivación económica de sus negocios	48
4.2.1 Estrategia de promoción.....	48
4.2.2 Estrategia de Incremento en la oferta de nuevos productos o servicios	49
4.2.3 Estrategia cambio de giro de negocio	50
4.2.4 Estrategia reducción de costos y gastos	50
4.3. Resultados obtenidos por las estrategias aplicadas en los hostales 3 estrellas del sector La Mariscal para la reactivación económica de sus negocios.	51
4.3.1 Estrategia de promoción.....	52
4.3.2 Estrategia de Incremento en la oferta de nuevos productos o servicios	53
4.3.3 Estrategia cambio de giro de negocio	54
4.3.4 Estrategia reducción de costos y gastos	55
4.4. Guía de estrategias para la reactivación económica de los hostales 3 estrellas del sector La Mariscal, en tiempos de COVID-19.....	56
CAPÍTULO 5	72
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
5.1 CONCLUSIONES.....	72
5.2 RECOMENDACIONES	74
GLOSARIO.....	76
BIBLIOGRAFÍA	78

ANEXOS 82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Operacionalización de las variables.	31
Tabla No. 2 Datos de los propietarios de los hostales 3 estrellas.....	36
Tabla No. 3 . Validación del Instrumento por parte de los Expertos.	38
Tabla No. 4. Diagnóstico del promedio de huéspedes ..	42
Tabla No. 5. Diagnóstico del promedio de ingresos	43
Tabla No. 6. Promedio de egresos.	44
Tabla No. 7. Promedio del presupuesto en infraestructura.....	46
Tabla No. 8. Promedio del personal fijo	47
Tabla No. 9. Estrategias de promoción.....	52
Tabla No. 10. Estrategias de incremento en la oferta de nuevos productos o servicios.	53
Tabla No. 11. Estrategias de cambio de giro de negocio.	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1. Diagnóstico del promedio de huéspedes.	43
Gráfico No. 2. Diagnóstico del promedio de ingresos.	44
Gráfico No. 3. Diagnóstico del promedio de egresos	45
Gráfico No. 4. Diagnóstico promedio del presupuesto en infraestructura	46
Gráfico No. 5. Diagnóstico promedio del personal fijo	48
Gráfico No. 6. Estrategias de promoción	52
Gráfico No. 7. Estrategias de incremento en la oferta de nuevos productos o servicios.	53
Gráfico No. 8. Estrategias de cambio de giro de negocio	55

ÍNDICE DE IMAGEN

Imagen No. 1. Guía de estrategias de reactivación económica - Portada.....	57
Imagen No. 2. Guía de estrategias de reactivación económica – Página 1 y 2...	58
Imagen No. 3. Guía de estrategias de reactivación económica-Área de recepción	59
Imagen No. 4. Guía de estrategias de reactivación económica – Área de Recepción	60
Imagen No. 5. Guía de estrategias de reactivación económica – Llegada del huésped,	61
Imagen No. 6. Guía de estrategias de reactivación económica – Llegada del huésped y Mantenimiento.	62
Imagen No. 7. Guía de estrategias de reactivación económica – Habitaciones Bioseguras.	63
Imagen No. 8. Guía de estrategias de reactivación económica – Medidas de desinfección de ambientes.....	64
Imagen No. 9. Guía de estrategias de reactivación económica – Medidas de desinfección de ambientes.....	65
Imagen No. 10. Guía de estrategias de reactivación económica – Manejo de desechos.....	66
Imagen No. 11. Guía de estrategias de reactivación económica – Segunda estrategia para la reactivación económica, Restaurante.....	67
Imagen No. 12. Guía de estrategias de reactivación económica – Recepción y almacenamiento de alimentos.....	68
Imagen No. 13. Guía de estrategias de reactivación económica – Manipulación de alimentos.....	69
Imagen No. 14 Guía de estrategias de reactivación económica – Delivery Bioseguro	70
Imagen No. 15. Guía de estrategias de reactivación económica – Convenio con plataformas digitales.	71

ÍNDICE DE ANEXO

Anexo No. 1 Encuesta.....	83
---------------------------	----

RESUMEN

El presente trabajo de titulación se centró en la elaboración de una guía de estrategias para la reactivación económica de los hostales 3 estrellas del sector La Mariscal, cantón Quito, provincia de Pichincha, en tiempos de COVID-19. Para ello, en primer lugar se determinó el impacto económico en los hostales durante el estado de excepción decretado por el Gobierno Nacional entre los meses de marzo a septiembre del 2020, posteriormente se identificaron las estrategias aplicadas por los propietarios de los hostales del sector para la reactivación económica de sus negocios, luego se comparó los resultados obtenidos realizando tablas, los mismos que se pudo evidenciar la estrategia que le dio mayor resultado, y finalmente se elaboró una guía de estrategias para la reactivación económica de los hostales. El estudio se desarrolló enmarcando un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo, diseño no experimental y tipo de investigación de campo. La población y muestra estuvo conformada por los 12 propietarios de los hostales que se encuentran en la referida zona, a quienes se les aplicó una encuesta, utilizando un cuestionario de 9 preguntas los cuales se enfocaban en información fundamental para desarrollar los objetivos específicos. La validez y confiabilidad se determinó por el juicio de tres (3) expertos de la Universidad Iberoamericana del Ecuador en el área de hotelería e investigación. Se pudo determinar que los propietarios de los hostales no tienen conocimiento de estrategias para la reactivación económica, sin embargo, en su gran mayoría optó por realizarlo empíricamente, debido a que no existe un estudio previo para implementar estrategias de reactivación en hostales enfocándose a la nueva realidad, por lo tanto, se determinaron parámetros de estrategias, como promociones, cambio de giro de negocios, incremento en la oferta de nuevos productos o servicios, reducción de costos y gastos; concluyéndose que las estrategias más efectivas para la reactivación de los hostales 3 estrellas del sector la mariscal fueron la generación de un hostel bioseguro y el cambio de giro de negocio las cuales lograron dar estabilidad a los hostales que la aplicaron. Por tal motivo la guía producto del presente trabajo de titulación se basa en estas dos estrategias.

Palabras clave: Reactivación Económica, Hostales Tres (3) estrellas, Estrategias, Propietarios, Covid-19.

ABSTRACT

The present work focused on the elaboration of a guide of strategies for the economic reactivation of 3-star hostels in the La Mariscal sector, Quito country, Pichincha province, in times of COVID-19. To this end, first the economic impact on the hostels during the state of exception decreed by the National Government between March and September 2020 was determined, then the strategies applied by the owners of the sector's hostels for the economic reactivation of their businesses were identified, then the results obtained were compared by making tables, which showed the strategy that gave the best results, and finally a guide of strategies for the economic reactivation of the hostels was elaborated. The study was developed within the framework of a quantitative approach, descriptive scope, non-experimental design and field research type. The population and sample consisted of the 12 owners of the inns located in the area, to whom a survey was applied, using a questionnaire of 9 questions which focused on fundamental information to develop the specific objectives. Validity and reliability were determined by the judgment of three (3) experts from Universidad Iberoamericana del Ecuador in the area of hotel management and research. It was determined that the owners of the hostels have no knowledge of strategies for economic reactivation, however, most of them chose to do it empirically, because there is no previous study to implement reactivation strategies in hostels focusing on the new reality, therefore, parameters of strategies were determined, such as promotions, change of business turn, increase in the supply of new products or services, reduction of costs and expenses; It was concluded that the most effective strategies for the reactivation of the 3-star hostels in the La Mariscal were the creation of a biosecurity hostel and the change of business turn, which were able to give stability to the hostels that applied them. For this reason, the guide product of this degree work is based on these two strategies.

Key words: Economic Reactivation, Three (3) star hostels, Strategies, Owners, Covid-19.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los principales motores de la economía local. Así pues, en Ecuador existen 30.000 establecimientos relacionados con el turismo: 5.000 hoteles, 20.000 empresas de alimentos y bebidas, 3.000 intermediarios turísticos, 400 empresas de recreación y 600 de transporte turístico (Diario El Universo, 2020).

Adicionalmente, el turismo también es una pieza fundamental para dinamizar otros sectores de la economía, como el sector de la construcción, el cual genera un aporte fundamental al desarrollo inmobiliario y de innovación en la industria del alojamiento, principalmente en la edificación de hoteles siguiendo las nuevas tendencias de sostenibilidad y bioseguridad (Horng, 2017).

Sin embargo, a finales del año 2019 el descubrimiento de una nueva sepa de coronavirus empezó una pandemia que registro su pico más alto de contagios a nivel mundial en el primer semestre del 2020. De tal forma que, los gobiernos de la mayoría de naciones, en aras de luchar contra esta nueva enfermedad, impulsaron en sus estados diferentes niveles de cuarentena con el denominador universal del distanciamiento social y la prohibición de movilización. Tal es así, que el nuevo virus denominado COVID-19, y las medidas tomadas por los gobiernos locales, generaron una fuerte crisis económica a nivel mundial devenida por el cierre de millones de negocios (HSMAl, 2020).

En este contexto, una de las industrias más afectadas es precisamente la del alojamiento. Por lo que se puede decir, que el sector hotelero se enfrenta a la peor crisis financiera, operacional y comercial desde la Segunda Guerra Mundial (Thams, Zech, Rempel y Ayia-Koi, 2020). Esto lo confirma la OMT, la cual afirma se está enfrentando una emergencia sanitaria, social y económica sin precedentes (HSMAl, 2020).

En este sentido, desde finales del mes de marzo la población mundial se ha visto restringida su libertad de movimientos desde la menor a mayor medida. Además,

con las graves consecuencias económicas a nivel global. Ante esta situación a principios de 2020, ya se han tomado decisiones sobre los implementos de protocolos de bioseguridad para las personas, como también medidas de prevención ante el COVID-19 (Management Solutions,2020).

En este sentido, Ecuador no es ajeno a la realidad mundial que está viviendo la industria del turismo y el alojamiento. Varios establecimientos hoteleros locales se han visto forzados a cerrar sus puertas definitivamente, mientras otros se encuentran luchando todavía gracias a una serie de estrategias innovadoras implantadas desde su gerencia.

El presente trabajo de investigación se enfoca en desarrollar una guía de estrategias de reactivación en el sector Hotelero de La Mariscal en la ciudad de Quito provincia de Pichincha, con base a las experiencias obtenidas por los hostales 3 estrellas que tuvieron éxito en su ejecución durante el estado de excepción dictada por el Gobierno Nacional.

Asimismo, esta investigación se estructura en cinco capítulos, los cuales están subdivididos de la siguiente forma:

El capítulo 1, Introducción, aborda la presentación del problema de la investigación, la justificación y los objetivos. En el capítulo 2, Marco Teórico, se topan los antecedentes, las bases teóricas y las bases legales relacionadas con el Trabajo de Titulación. En el capítulo 3, Marco Metodológico, se trata la metodología empleada durante la investigación. En el capítulo 4, Resultados, se presentan los resultados e interpretación de los mismos y finalmente, el capítulo 5 describe las conclusiones y recomendaciones obtenidas del estudio realizado.

1.1 Presentación del Problema que aborda el TT

En el mundo entero se ha podido apreciar una emergencia sanitaria causada por el nuevo virus del siglo XXI, el coronavirus. El cual, está conformado por una amplia familia de virus que pueden generar diversas afecciones, desde el resfriado común hasta enfermedades más graves, como ocurre con el coronavirus causante del

síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS-CoV) y el que ocasiona el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS-CoV), lo que causa esta infección es generar fiebre y síntomas respiratorios (tos y disnea o dificultad para respirar). En consecuencia, los casos más graves, pueden causar neumonía, síndrome respiratorio agudo severo, insuficiencia renal e, incluso, la muerte. (OMS, 2020).

De tal forma que, el 27 de diciembre del 2019 en la provincia China de Wuhan aparece el primer caso de un paciente afectado por el Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) y a partir de aquí esta enfermedad se fue convirtiendo en el transcurso de tres meses en una de las pandemias más devastadoras del nuevo siglo y con una afectación en la economía mundial (Diario El Comercio, 2020).

En este sentido, se presentó una primera alerta para todos los países de América Latina, que se fue extendiendo extraordinariamente en pocos días con casos de contagio muy altos, en su mayoría originarios de países como Italia y España, donde el nivel de contagio había alcanzado cifras preocupantes. Esto provocó inmediatamente el cierre de fronteras internacionales y nacionales, ya que era alarmante el vertiginoso incremento del número de contagios (Diario El Comercio, 2020).

De manera consecuente con esta situación, Ecuador entra desde el 16 de marzo a un estado de excepción decretado por el Gobierno Nacional y el Centro de Operaciones de Emergencia (COE), el mismo que finalizó el 12 de septiembre de 2020 (Diario El Comercio, 2020).

Por otro lado, en lo concerniente al turismo, la OMT a finales de enero del 2020 empezó a realizar una serie de llamamientos a las autoridades mundiales para alertar sobre los daños que puede provocar esta epidemia al sistema turístico mundial y la necesidad de adoptar medidas urgentes de contención y choque. Este organismo previó entonces una caída de entre un 20% y un 30% en las llegadas internacionales, lo que podría traducirse en un declive de los ingresos por turismo internacional (exportaciones) de entre 300.000 y 450.000 millones de dólares americanos, es decir, casi un tercio del billón y medio de dólares alcanzado en 2019.

Estas cifras, sin duda, derrumbaban todas las proyecciones mundiales de crecimiento (OMT, 2020).

En este contexto, Ecuador estimó pérdidas hasta mediados de año 2020 en las empresas relacionadas al turismo por alrededor de 800 millones de dólares, las cuales se vieron reflejadas en recorte de personal, cierres temporales e incluso cierres definitivos de establecimientos que son parte del sector (Diario El Comercio, 2020).

Por tal motivo, durante todo el 2020, el presidente de la Federación de Cámaras de Turismo del Ecuador, Holbach Muñetón, convocó a diversas reuniones de emergencia a todos los integrantes de la industria del turismo local (aerolíneas, operadores turísticos y hoteles) para analizar las medidas a tomar frente al COVID-19 (Diario El Comercio, 2020).

Efectivamente, en la industria del turismo uno de los subsectores de actividad más afectados por las situaciones de crisis es, sin duda, el de los alojamientos hoteleros, presentando problemas de vulnerabilidad multifacéticos ya que la realidad de la afectación se visualiza en el bajos porcentaje de reservación que han obtenido los mismos por la pandemia del COVID-19 (Brown, Rovins, Feldmann, Jensen, Orchiston y Johnston, 2017).

Tal es así que, en varios estudios de caso analizados se ha determinado principalmente que el interés de los dueños de los establecimientos hoteleros se basa en entender los procesos de recuperación de los destinos turísticos, como también la mejora continua e implementación de bioseguridad en los hoteles (Ivkov, 2019).

Un ejemplo claro de esto, es que la ocupación en los hoteles del país bordeaba un 50% en la semana del 21 de marzo de 2020 y a partir de esta fecha esa ocupación ha decaído hasta prácticamente cero (Diario El Comercio, 2020).

En el Distrito Metropolitano de Quito, el alcalde Jorge Yunda, informó a la ciudadanía que el Municipio evalúa constantemente el comportamiento del virus

para aplicar diferentes estrategias de reactivación económica para los establecimientos turísticos afectados por la pandemia (Diario La Hora, 2020).

En este sentido, antes de la pandemia del COVID-19 La Mariscal era conocida como en uno de los mayores puntos de encuentro de Quito, en cuanto al ocio y actividades recreativas, mientras que hoy las calles lucen vacías y los negocios se encuentran cerrados o algunos con carteles de “se vende”, estadísticamente según Quito Turismo al menos el 13% de los establecimientos como: alojamiento, alimentos y bebidas, tour operación, agencias de viajes, organización de eventos, congresos y convenciones, entre otras han cerrado; teniendo como resultado de aproximadamente pérdidas de \$499 millones de dólares en turismo interno, emisor y receptor de la capital (Diario La Hora, 2020).

En este contexto, los hostales 3 estrellas del sector La Mariscal como: Hostal Posada Real, Casa Foch, Jhomana, Zentrum, San Javier, La Casa Sol, San Juan Bautista, Quito Antiguo, La Rábida, La Coupole, Villa de Sant, Los Andes Center; durante el primer trimestre de la pandemia del COVID-19 se han enfrentado a altos costos, como: impuestos, nómina, servicios básicos, créditos, gastos varios, entre otros; los cuales han tomado la dura decisión de trabajar con un porcentaje mínimo de trabajadores en el mes de marzo, como también la necesidad de bajar hasta el 50% del alquiler de habitaciones, y en alguno de los casos armar paquetes por 1 mes o 15 días para que los extranjeros y vuelos repatriados, mientras habilitaban la apertura del aeropuerto, puedan hospedarse a un bajo precio.

En coherencia con el análisis anterior expuesto, se puede plantear la siguiente pregunta de investigación:

¿Qué elementos se debe elaborar para la reactivación económica de los hostales 3 estrellas del sector la Mariscal, cantón Quito, provincia de Pichincha, en tiempos de COVID-19?

1.2. Justificación

Esta investigación se justifica debido a que, la guía de estrategias será base para que los establecimientos hoteleros puedan superar los percances percibidos del COVID-19, se enfoca principalmente en ayudar a los propietarios de los establecimientos de alojamiento en el sector de la Mariscal, Quito, debido a que un estudio previo indica que existe un sin número de falencias y desconocimiento en cuanto a estrategias de promoción, giro de negocio, protocolos de bioseguridad, cambio de giro de negocios entre otros.

Es por esto que, la elaboración de la guía es fundamental para que los propietarios de los hostales tres (3) estrellas puedan reabrir sus puertas, sin embargo, también ayudará al incremento de turistas, beneficiando también a emprendedores de pequeños negocios en el sector.

De igual manera, el estudio genera un aporte económico, el cual ayuda a que los propietarios de los hostales generen ingresos, implementando estrategias para llamar de nuevo a los turistas los cuales puedan visitar el establecimiento con la seguridad de que no corren el riesgo de contagiarse del nuevo virus.

Por lo tanto, en el ámbito social, se beneficia a la comunidad del sector de La Mariscal para que puedan empezar de nuevo con sus negocios como hoteles, hostales, casa de huéspedes, departamentos de alquiler, entre otros. Tomando en cuenta la seguridad del cliente ya que es uno de los pilares fundamentales que a raíz de la pandemia los mismos han tomado medidas más exigentes para cada establecimiento hotelero.

En cuanto al previo despido del personal, con el implemento de la guía mencionada, beneficiará a que las plazas de empleo aumenten en el sector y se pueda reactivar, sin olvidar a los pequeños negocios del como: tiendas, bares, restaurantes, cafeterías, pizzería, entre otros.

Además, otros establecimientos hoteleros que estén a punto de cerrar podrán tomar como referente el desarrollo de las estrategias planteadas en el presente trabajo de

titulación, estas ayudarán a que tomen fuerza y luchan por mantener sus puertas abiertas a los turistas.

Así mismo, se evidencia que el aporte académico, se genera desde un proyecto de investigación, lo cual permitirá a futuros estudiantes, que realicen investigaciones que tenga relación con el COVID-19 y la afectación que tuvo a la hotelería.

Finalmente, puede decirse que la investigación es viable, ya que se cuenta con el apoyo del vicepresidente de la Asociación de Hostales de La Mariscal, el licenciado Nicolas Cervantes, la Administración Zonal La Mariscal y los propietarios de cada uno de los establecimientos, lo cual facilita el acceso a la información pertinente de la investigación.

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Elaborar una guía de estrategias para la reactivación económica de los hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal, cantón Quito, provincia de Pichincha, en tiempos de COVID-19.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar el impacto económico causado por el COVID-19 en los hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal, durante el estado de excepción decretado por el Gobierno Nacional entre los meses de marzo a septiembre del 2020.
- Identificar las estrategias aplicadas por los hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal para la reactivación económica de sus negocios durante el estado de excepción decretado por el Gobierno Nacional a causa del COVID-19.
- Comparar los resultados obtenidos por las estrategias aplicadas por los hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal para la reactivación económica de sus negocios durante el estado de excepción decretado por el Gobierno Nacional a causa del COVID-19

- Elaborar una guía de estrategias para la reactivación económica de los hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal, en tiempos de COVID-19.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo, se describen los antecedentes los cuales están conformados por la revisión de previas investigaciones, que de manera directa o indirecta van acorde al tema de investigación, es una de las partes que permite comprender, interpretar y explicar el problema desde un plano teórico que sustenta la investigación y las bases legales que avalan la confiabilidad y credibilidad de la misma. (Anckerman & Cheesman, 2010).

2.1 Antecedentes de la Investigación

El problema que enfrenta el sector turístico frente a la pandemia del COVID-19 ha sido de mayor relevancia, en este punto nos enfocamos en el sector hotelero desarrollando de manera más profunda la importancia que tiene la implementación de estrategias. A continuación, se presentan los estudios que son fundamento para el desarrollo de la presente investigación.

En primer lugar, la OMS (2020), realizó una investigación titulada “Gestión del COVID-19 en hoteles y otras entidades del sector alojamiento”, el objetivo de este estudio fue “Desarrollar un plan de acción dirigidas a hoteles y otros establecimientos de alojamiento de todos los tamaños, incluidos los campings, que están en funcionamiento durante la pandemia del COVID-19”. La investigación fue desarrollada a través de un enfoque positivista cuantitativo de alcance descriptivo, donde su principal herramienta para la recolección de datos fue el análisis bibliográfico de documentos tales como: normativas, protocolos, manuales de procedimientos; enfocados en el sector hotelero frente a la pandemia del COVID-19, los mismos que se basaron en varias investigaciones realizadas por la OMS (2020). El resultado obtenido fue la estandarización de protocolos de bioseguridad a seguir las áreas del hotel, clientes y empleados.

En este contexto, el aporte del artículo servirá como apoyo para el desarrollo de estrategia de reactivación ya que cuenta con un plan de acción, distribución de recursos, supervisión, medidas de bioseguridad para el personal y cliente como también con los procesos correctos al momento de realizar la limpieza en las áreas en general de los hoteles.

En segundo lugar, Mendoza y García (2020), publican su artículo, sobre “Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta- Ecuador”, cuyo objetivo es “Desarrollar un diagnóstico turístico que contribuyan a una correcta toma de decisiones por parte de los organismos turísticos competentes”. La investigación fue desarrollada bajo un enfoque cuantitativo con alcance descriptivo de tipo de campo no experimental, para la recolección de datos se realizó un cuestionario online a los empresarios y gestores turísticos de Manta a través de la plataforma *Google Forms*. Dicho estudio tuvo como resultado el planteamiento de posibles estrategias para la reactivación del sector.

En este sentido, el artículo aporta como un referente para el desarrollo del instrumento de la presente investigación.

En tercer lugar, Ortega y Pacheco (2020), realizan una investigación titulada “Análisis de las preferencias de uso de tecnología durante el alojamiento por parte de los huéspedes de hoteles de primera categoría en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas”, el objetivo del estudio es “Diseñar estrategias que faciliten la adopción del uso de herramientas tecnológicas en hoteles de primera categoría”. La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo utilizando la técnica de la encuesta para la recolección de datos y servirán de guía para la realización de las mismas, el diseño de estrategias del uso de herramientas tecnológicas aporta en el desarrollo de la guía de estrategias de reactivación económica.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Establecimientos de alojamiento

Son aquellos establecimientos cuya actividad principal es ofrecer alojamiento a personas, mediante un precio determinado, de forma habitual y profesional, con o sin otros servicios complementarios, mediante una denominación de hotel (AENOR,2019).

Acorde al reglamento de alojamiento turístico vigente, los establecimientos que prestan este servicio se clasifican en: hotel, hostel, hostería, hacienda turística, lodge, resorts, refugio, campamento turístico, casa de huéspedes.

Por otra parte, los establecimientos de alojamiento que se desempeñan dentro del perímetro urbano son:

a) Hotel. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016).

b) Hostel. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016).

2.2.2 Categorización de alojamientos turísticos

Es una competencia privativa de la Autoridad Nacional de Turismo establecer a nivel nacional las categorías oficiales según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico y sus requisitos. Las categorías de los establecimientos de alojamiento turístico según su clasificación son:

- Hotel 2 estrellas a 5 estrellas
- Hostal 1 estrella a 3 estrellas
- Hostería - Hacienda Turística 3 estrellas a 5 estrellas
- Lodge Resort 4 estrellas a 5 estrellas
- Refugio - Categoría única
- Campamento turístico - Categoría única
- Casa de huéspedes - Categoría única.

Acorde a lo requerido en esta investigación los hostales de categoría 3 estrellas deben contar con los siguientes servicios:

a) De recepción, permanente atendido por personal capacitado. El recepcionista, además de conocer el idioma español, tendrá conocimientos básicos de inglés. Los botones y mensajeros dependerán de la recepción.

b) De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones, su limpieza y preparación. Estará a cargo de camareras cuyo número guardará relación con la capacidad del establecimiento, a razón de una camarera por cada dieciséis habitaciones, debiendo contar por lo menos con una camarera, cuando la capacidad sea inferior a ese número de habitaciones.

c) De comedor, El menú deberá permitir al cliente la elección entre tres o más especialidades dentro de cada grupo de platos.

d) Telefónico, a través de una central atendida permanentemente, pudiendo ocuparse de este servicio el personal de recepción.

e) De lavandería y planchado, que podrá ser propio del establecimiento o contratado.

f) Botiquín de primeros auxilios.

(Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016).

2.2.3 Planificación

Es un método que permite ejecutar planes de forma directa, los cuales serán realizados y supervisados en función del planeamiento. Trabaja en una misma línea desde el comienzo de un proyecto, ya que se requieren múltiples acciones cuando se organiza cada uno de los proyectos (Pérez y Gardey, 2008).

Planificación a largo plazo

La planificación a largo plazo tiene el objeto de incrementar el horizonte de planificación y a su vez la planificación a largo plazo que implica la utilización de técnicas de previsión y análisis del entorno más complejas, en este año mismo cuando los cambios del entorno comenzaron a poner en evidencia la utilización de las técnicas de extrapolación utilizadas en la planificación a largo plazo, por lo que surgen los sistemas de dirección por anticipación al cambio (García y Medina, 1998).

2.2.4 Estrategia

Es la acción y la disciplina de coordinar los esfuerzos y administrar los recursos, a través de la toma de decisiones óptimas en el proceso. En el mundo empresarial se habla de estrategia para referirse a la conducción de la empresa y organización para administrar los recursos y coordinar los esfuerzos, frente a un escenario específico o ante un rival determinado (Raffino, 2020).

Niveles de Estrategia

a) Estrategia de Nivel Corporativo

Es formulada por la alta dirección para vigilar los intereses y las operaciones de organizaciones que están compuestas por más de una línea de negocios. En este nivel las preguntas básicas son: ¿En qué tipo de negocios se debe comprometer la

compañía ?, ¿Cuáles son las metas y las expectativas para cada negocio? y ¿Cómo deben alcanzar los recursos para alcanzar estas metas? (Stoner, Freeman y Gilbert, 2006).

b) Estrategia de la Unidad de Negocio

Se refiere a la administración de los intereses y las operaciones de una línea particular de negocios. Pretende determinar qué posición desea adoptar el negocio ante su mercado y cómo debe actuar, dados sus recursos y las condiciones del mercado (Stoner et al, 2006).

c) Estrategia a Nivel Funcional

Crean un marco para los gerentes que están a cargo de cada función, por ejemplo: mercadotecnia, para que pongan en práctica las estrategias de la unidad de negocios y las de las empresas. Así, las estrategias de nivel funcional completan la jerarquía de las estrategias (Stoner et al, 2006).

Planificación Estratégica

Es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así, como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro.

Consiste con los siguientes componentes fundamentales, los estrategas, el direccionamiento, el diagnóstico, la formulación estratégica y la auditoría estratégica (Amaya, 2005).

Formulación Estratégica

Las opciones estratégicas, deberán convertirse en planes de acción concretos, con definición de responsables. Para ello, es indispensable proyectar en el tiempo cada uno de los proyectos estratégicos, definir los objetivos y las estrategias de cada área

funcional dentro de estos proyectos, así como diseñar planes de acción concretos (Amaya, 2005).

Alianzas Estratégicas

Liga facetas específicas de los negocios de dos o más empresas. En esencia, es una sociedad que potencia la efectividad de las estrategias competitivas de las empresas participantes a través del intercambio de tecnología, habilidades o productos basados en ellas.

Por lo tanto, en el sector turístico son una medida para solucionar la estacionalidad es decir en temporadas alta y baja. Estas uniones no sólo son una opción para vender en las temporadas, sino también durante todo el año (Del Prado, 2005).

2.2.5 Reactivación de sectores comerciales

La reactivación de sectores comerciales se deriva a las estrategias de selección en industrias principales, secundarias y terciarias, en donde predomina su competitividad, pues existen sectores que son más estratégicos implementados por innovación y recreación en cada sector comercial, ya que generan producto y empleo.

a) Reactivación Económica

La reactivación económica se basa en ser un proceso mediante el cual se busca lograr que la economía de un país o de un lugar determinado tome buenos rumbos después de haberse sumergido en una crisis que afecta a la mayoría de la población (Subgerencia Cultural del Banco de la Republica, 2016).

b) Reactivación Transversal

Los recursos disponibles como: humanos, tecnológicos y materiales; sean suficientes para cumplir la estrategia de reactivación, debe de tener una comunicación fluida tanto interna como externa, que permite una adecuada difusión de las actuaciones (Management Solutions, 2020).

c) Proceso de Cambio

Existe muchas fuerzas que llevan a las organizaciones a cambiar de negocio, es importante reconocer que existen fuerzas encontradas que actúan para mantener a la organización en un estado de equilibrio. A su vez, en algunos casos estas fuerzas contrarias sostienen la estabilidad de mantener sus negocios (Stoner et al, 2006).

2.2.6 Bioseguridad

Es un conjunto de normas y medidas para proteger la salud de las personas, frente a riesgos biológicos, físicos y químicos a los que se encuentran expuestos dependiendo el desempeño de sus funciones, medio ambiente; se relaciona con el conjunto de normas, medidas y protocolos para contrarrestar el riesgo (OMS, 2020).

2.3 Bases Legales

El presente trabajo de investigación se basa en los lineamientos propuestos por:

- Constitución de la República del Ecuador
- Ley de Seguridad Pública y del Estado
- Ley Orgánica de Salud
- Manual del Comité de Operaciones de Emergencias – COE
- Acuerdo N° 00126-2020-Declaratoria de Estado de Emergencia Sanitaria
- Decreto Ejecutivo 2393 Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo.
- Resolución No. ARCSA-DE-067-2015-GGG
- Normativa Técnica Sanitaria para Alimentos Procesados
- Lista N: Productos con declaraciones de patógenos virales emergentes y coronavirus humano para usar contra SARS-CoV-2 EPA

Todas las entidades mencionadas, han desarrollado un documento llamado "Protocolo general para el uso de Equipos de Bioseguridad y Medidas Sanitarias para Establecimientos de Alojamiento, al momento de su reapertura, en el contexto

de la Emergencia Sanitaria post COVID-19” el cual servirá de guía para el presente trabajo de investigación ya que se podrá definir las estrategias adecuadas para los hostales tres (3) estrellas, tomando en cuenta los protocolos de bioseguridad para el cliente, trabajador y las áreas del Hotel.

2.4 Operacionalización de las Variables

Según Arias (2016), las variables se caracterizan por que engloban el trabajo de investigación, determina las dimensiones que permiten comprender el proceso de la operacionalización, así como, se emplea en una investigación científica para denominar al proceso mediante el cual se transforma la variable de conceptos abstractos a términos observables, concretos, medibles los cuales son las dimensiones e indicadores

La operacionalización de la variable va acorde al instrumento de investigación que se persigue en todo el capítulo cuatro (4).

A continuación, en la Tabla No.1 se muestra las variables orientadas a las interrogantes que se presentarán en la encuesta con el fin de obtener los datos necesarios para su posterior análisis.

Tabla No. 1 Operacionalización de las variables. **Fuente:** A. Almache, 2020.

Variable	Definición	Dimensión	Indicador	Items	Instrumento
Impacto económico	Se analizan las cuestiones económicas actuales y futuras que influyen en la ejecución de la estrategia que pueden ser: los ciclos económicos de nuestro país u otros países que son de potencial de interés, políticas económicas del gobierno, la inflación y niveles de renta, segmentación en las clases económicas de la población y sus posibles cambios, factores	Ventas	Ventas realizadas en el periodo de estudio comparado con el mismo periodo del año anterior	1	Encuesta
		Ingresos	Ingresos generados en el periodo de estudio comparado con el mismo periodo del año anterior	2	
		Egresos	Egresos generados en el periodo de estudio comparado con el mismo periodo del año anterior	3	
		Inversión en infraestructura	Inversión en infraestructura realizada en el periodo de estudio comparado con el	4	

	macroeconómicos de cada país, tasa de desempleo.		mismo periodo del año anterior		
		Empleo	Empleos generados en el periodo de estudio comparado con el mismo periodo del año anterior	5	

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA EMPLEADA

En el presente capítulo se describe la metodología empleada para desarrollar los objetivos planteados en la investigación, la técnica de recolección de datos y de análisis estadísticos pertinentes, de igual manera la correcta interpretación de los resultados (Hernández, Fernández y Baptista, 2018); con la finalidad de lograr la propuesta de estrategias para la reactivación de los Hostales tres (3) estrellas ubicados en el sector La Mariscal de la ciudad de Quito, en tiempos de COVID-19.

3.1. Enfoque de la investigación

La investigación cuantitativa es apropiada para estimar magnitudes u ocurrencias de los fenómenos se derivan de la literatura y están asociados a un rango amplio de propósitos de investigación como: explorar y describir fenómenos, variables, hechos, entre otros. Representa un conjunto de procesos desarrollados en un orden riguroso. La recopilación de la información es un modelo estructurado y estadístico, el mismo que permite vincular y analizar los datos recolectados (Hernández y Mendoza, 2018).

Según Sampieri, Collado y Baptista (2015), el enfoque cuantitativo es el más usado en las ciencias exactas o naturales, ya que se utiliza la recolección de datos, a base de la medición numérica y el análisis estadístico, estableciendo patrones de comportamiento determinados.

En este sentido, la presente investigación se enmarcó en el enfoque cuantitativo, debido a que se buscó describir las estrategias empleadas por los hostales que se mantuvieron activos durante la pandemia, a partir de la recopilación de datos de manera rigurosa y ordenada, para posteriormente procesar los mismos objetivamente, a través de la medición numérica y el análisis estadístico.

3.2 Alcance de la investigación

El alcance descriptivo es definido como aquel que pretende especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

En el mismo contexto, miden o recolectan datos y reportan información sobre diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema a investigar (Hernández y Mendoza, 2018).

Por su parte, Arias (2016) refiere que la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Por lo tanto, los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

Así pues, esta investigación fue de carácter descriptiva, ya que se relataron las estrategias empleadas por los hostales del sector La Mariscal para mantenerse activos durante la pandemia, describiéndose cada uno de los aspectos mencionados por la población involucrada, con la finalidad de poder establecer las estrategias que servirán a los hostales que se encuentran en riesgo de cierre para su reactivación.

3.3 Tipo de investigación

Según, Arias (2016) afirma que la investigación de campo consiste en recolectar los datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad, es decir el investigador obtiene la información, pero no altera ninguna condición existente.

Así pues, a partir de un trabajo de campo, se recolectaron los datos inherentes a las estrategias que aplicaron los hostales tres estrellas del sector La Mariscal para mantenerse abiertos durante la realidad que se ha vivido en la pandemia.

3.4 Diseño de la investigación

La investigación no experimental es en la que no existe manipulación de las variables independientes (Hernández y Mendoza, 2018), mientras que, los diseños transeccionales o transversales refieren la recolección de datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito se basa en describir variables en un grupo de casos, es decir, muestra o población, como también se refiere a determinar cuál es el nivel o modalidad de las variables en un momento dado. Evalúa la situación, comunidad, evento, fenómeno o contexto en un punto del tiempo y analiza la incidencia de determinadas variables, así como su interrelación en un momento, periodo o lapso (Hernández y Mendoza, 2018).

En la presente investigación se enmarca dentro del diseño no experimental transversal, ya que no existe manipulación de las variables, solamente será mediante la observación respecto a ellas y los fenómenos que estos han podido causar en el desempeño normal de los hostales tres (3) estrellas, del mismo modo, es una investigación transversal ya que la recolección de datos se realiza en un solo momento el cual se toma en cuenta la finalización del estado de excepción decretado por el Gobierno Nacional de marzo a septiembre del 2020.

3.5 Población o universo de estudio

Según Arias (2016), define una población finita es aquella que cuyos elementos en su totalidad son identificables por el investigador, por lo menos desde el punto de vista del conocimiento que se tiene sobre su cantidad total.

Es por ello que, la población de la presente investigación estuvo conformada por los 12 propietarios de los Hostales tres (3) estrellas, ubicados en el sector La Mariscal.

3.6 Muestra

Según Hernández y Mendoza (2018), la muestra es un subgrupo de la población o universo, sobre el cual se recopilan datos pertinentes y debe de ser representativa por la población, de esta manera probabilística se genera resultado encontrados de la muestra a la población.

Mientras que, Arias (2016) define que la muestra se utiliza para la selección de cada elemento que la integre, así conociendo su probabilidad.

La muestra tomada para la presente investigación es la totalidad de la población, esto se debe a su limitado número, lo cual permite profundizar más en el estudio realizado. Es decir, la muestra consiste en los 12 hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal representados sus respectivos propietarios.

Tabla No. 2 Datos de los propietarios de los hostales 3 estrellas en el sector La Mariscal, Cantón Quito. **Fuente:** Catastro del Distrito Metropolitano de Quito, 2020.

Hostal 3 estrellas	Propietarios
Hostal Posada real	Galo Guillermo Gutiérrez Navas
Casa Foch	Juan Miguel Espinoza Granja
Jhomana	Natalia Cristina Duran Kifisaca
Zentrum	Hans Richard Jacobsen Gerd
San Javier	Luis Alberto Illescas Ronquillo
La Casa Sol	María Lucia Cajas Ruiz
San Juan Bautista	Wilfrido Patricio Cruz Valverde
Quito Antiguo	Miguel Leonardo Gallardo Chantry
La Rábida	Oscar Renan Escobar Narváez
La Couple	Miles William Russnaik Sklaruk
Villa de sant	Diego Rubén Endara Echeverría
Los Andes Center	Sandra Jaqueline Guijarro Rendón

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según, Arias (2016), el instrumento de recolección de datos puede ser cualquier recurso, formato o dispositivo digital o en papel, que se utiliza para almacenar, obtener y/o registrar información. Toda investigación requiere de instrumentos y

técnicas que permitan la adecuada recolección de datos, los mismos que el investigador debe determinar según su conveniencia.

Según, Pimienta y De la Orden (2017), dicen que es una técnica que consiste en la elaboración de un cuestionario compuesto por un conjunto de palabras estandarizadas, es decir, ajustadas a un modelo o norma común, para conocer la opinión de un grupo amplio de personas.

La técnica seleccionada para la presente investigación es la encuesta, empleando como instrumento el cuestionario para la recolección de información con preguntas determinadas las mismas que aportaran para el desarrollo de las estrategias de reactivación, son de mayor importancia ya que nos encontraremos con la realidad de la situación que paso cada uno de los propietarios de los hostales tres (3) estrellas frente a la pandemia del COVID-19.

3.8 Validez

Según, Arias (2016) define que la validez es comprobar si el instrumento mide lo que se pretende medir, además cotejar su pertinencia o correspondencia con los objetivos específicos y variables de la investigación, realizando este procedimiento a través del juicio de expertos.

De esta forma, el instrumento de recolección de datos, fue validado por parte de tres (3) expertos, conformados por los docentes de la Universidad Iberoamericana del Ecuador expertos en Investigación, Hotelería y Turismo. Observar Anexo No 3.

3.8.1 Resultados de Validación por parte de los expertos

La validación realizada por parte de los expertos, en la cual se describe dejar, modificar o eliminar los ítems necesarios para la constitución del instrumento con el fin de que la información a obtener sea adecuada para la investigación. A continuación, se presenta los resultados obtenidos.

Tabla No. 3 . Validación del Instrumento por parte de los Expertos. **Fuente:** A. Almache, 2020.

Ítem	Experto No.1 PhD. Jesús Gómez	Experto No.2 Mgst. Alirio Mejía	Experto No.3 Mgst. Paola López	Validación
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
3	1	1	1	1
4	1	1	1	1
5	1	1	1	1
6	1	1	1	1
7	1	1	1	1
8	1	1	1	1
9	1	1	1	1

Valor de cada ítem.

Tres expertos de acuerdo:1

Dos expertos de acuerdo:

Tres expertos desacuerdo:

Dos expertos desacuerdo:

$$9/9=1 \quad 1 \times 100=100\%$$

Debido a los resultados obtenidos determino que el cuestionario se considera apropiado para su posterior aplicación.

3.9 Confiabilidad

Según, Hernández y Mendoza (2018) dicen que la confiabilidad se refiere a la aplicación repetida de un instrumento de medición que se realiza a los mismos individuos o casos en un tiempo específico, los mismos que produce resultados iguales.

La fórmula que se utilizará para determinar la confiabilidad es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

En donde:

K: El número de ítems

S_i^2 : Sumatoria de Varianzas de los Ítems

S_T^2 : Varianza de la suma de los Ítems

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Por lo tanto, la encuesta se llevará a cabo debido a que el resultado de confiabilidad que se obtuvo fue de 0,92% el cual se encuentra en un rango de aceptabilidad ya que, la norma de aprobación está entre 0-1 expresando ser un coeficiente alto y a la vez comprobando la viabilidad del instrumento.

3.10 Procedimiento para el análisis e interpretación de los datos

El procedimiento para el análisis se realizó a través de una encuesta, para la recolección de información con preguntas determinadas, las mismas que aportan para el desarrollo de las estrategias de reactivación, se realizó a cada uno de los propietarios de los hostales tres (3) estrellas frente a la pandemia del COVID-19.

Los datos obtenidos a través de las encuestas fueron procesados en tres (3) grupos de preguntas, los cuales el primer grupo eran las preguntas uno (1), dos (2), tres (3), cuatro (4) y cinco (5), referentes al objetivo específico número uno (1) las mismas que fueron tabuladas y posteriormente graficadas para obtener una referencia a comparación entre los años 2019 y 2020, sobre los ingresos, egresos, gastos, infraestructura, personal que tenían los hostales en ese momento.

La pregunta número seis (6) se relacionaba con el objetivo específico número dos (2) y esta se realizó un breve análisis de las respuestas más comunes que se pudieron encontrar entre los diferentes propietarios de los hostales, estos resultados fueron reflejados a través de párrafos explicativos, donde se detalla cada una de las estrategias empleadas por los antes mencionados, para mitigar el impacto económico que tuvieron frente a la pandemia del COVID-19.

Las preguntas número siete (7), ocho (8) y nueve (9) se relacionan con el objetivo específico tres (3) y se aplicó de la misma forma de procesamiento que del objetivo específico número uno (1), a través de un análisis de las respuestas obtenidas, las cuales fueron tabuladas y posteriormente graficadas en la presente investigación, por otra parte, los datos obtenidos de la pregunta seis (6), fueron de mayor importancia para elaborar la guía de estrategias que es el objetivo principal del presente trabajo de investigación.

Para el procesamiento y análisis de los datos, se desarrolló la estadística descriptiva la cual (Rustom, 2015) define como la estadística que recolecta, analiza y caracteriza un conjunto de datos de la población. Representando los resultados a través de graficas de barras, siendo una forma de resumir un conjunto de datos por categorías (López, 2015).

Finalmente, a partir de los resultados se propusieron un conjunto de estrategias del presente trabajo de titulación.

CAPÍTULO 4

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

En el presente capítulo se muestran los resultados obtenidos, a partir de la aplicación del instrumento formulado en el capítulo tres (3) a través de encuestas y previamente tabulados los resultados, los cuales fueron analizados e interpretados para desarrollar los objetivos propuestos en la investigación (Ramírez, González y Vázquez, 2012).

4.1. Impacto económico causado por el COVID-19 en los hostales 3 estrellas del sector La Mariscal.

Los resultados obtenidos fueron tabulados a partir de nueve (9) establecimientos, ya que de los 12 hostales que constan en el Catastro del Distrito Metropolitano de Quito, los tres (3) restantes registraron las siguientes novedades:

El Hostal San Juan Bautista permaneció cerrado durante la pandemia del COVID-19 debido a la poca afluencia de huéspedes, los mismos que no podían cubrir los costos básicos.

El Hostal Posada Real antes de la pandemia del COVID-19 dio un giro de negocio el cual se enfoca en brindar servicios de pole dance, áreas húmedas, entre otros lo cual la encargada tomo esta acción debido a que no veía ganancias en la hotelería.

El Hostal Zentrum cuenta con un propietario de la tercera edad, que prefirió cerrar su establecimiento, debido al desconocimiento de protocolos de bioseguridad.

4.1.1 Resultados de la investigación

Cómo se puede observar en la Tabla No.4 en el año 2019 en los meses de marzo, abril, mayo y junio se encuentran en un rango de 91 a 130 huéspedes mensuales, mientras que en los meses de julio, agosto y septiembre han bajado las ventas de habitaciones debido a que en esta temporada de vacaciones para la sierra en su gran mayoría optaban por ir a un turismo de sol y playa, por lo tanto, se encontraban

en el rango de 51 a 90 huéspedes mensuales. En cambio, en el año 2020 con la afectación del COVID-19 la situación de los hostales ha dado un giro total ya que en el mes de marzo se encontraban en el rango de 51 a 90, y de tal forma que en el mes de abril y julio se encuentran en el rango menor a 10 huéspedes, mientras que, en el mes de mayo, junio, agosto y septiembre de 11 a 50 huéspedes ya que se recibieron turistas de vuelos humanitarios, estos se han mantenido con escasa acogida. Cabe destacar el caso de uno de los hostales que a través de la implementación de la etiqueta "Hostal Bioseguro" ha sido el que ha tenido mayor afluencia de huéspedes durante toda la pandemia.

Tabla No. 4. Promedio de huéspedes que recibían los hostales en los años 2019- 2020. **Fuente:** A, Almache,2020.

Mes	2019	2020
Marzo	95	65
Abril	105	10
Mayo	125	25
Junio	110	20
Julio	75	10
Agosto	45	12
Septiembre	70	14

En el Grafico No1. se ilustra de mejor manera la diferencia existente entre el año 2019 y 2020 dando una imagen mensual de la realidad que afrontaron los establecimientos de alojamiento durante el tiempo que duro el estado de excepción.

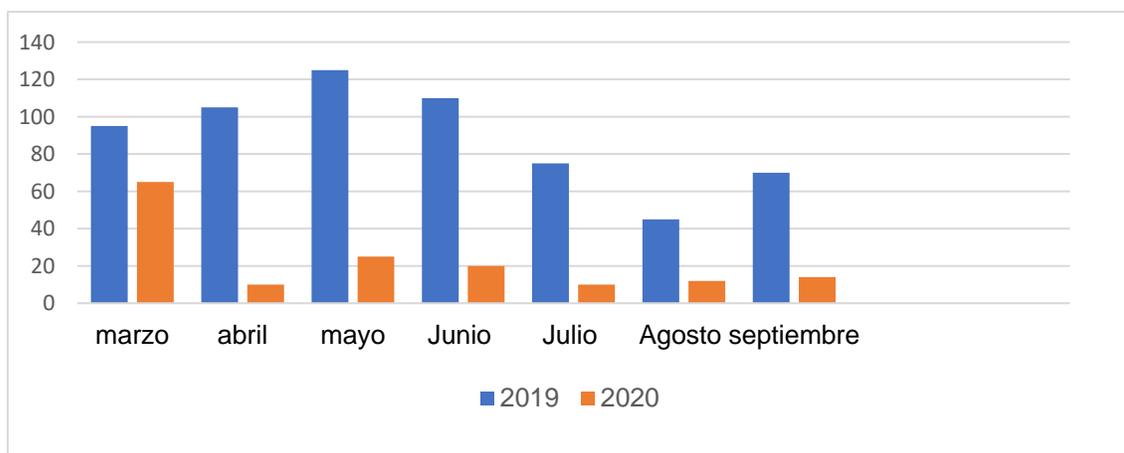


Gráfico No. 1. Diagnóstico del promedio de huéspedes que recibían los hostales en los años 2019- 2020. **Fuente:** A, Almache,2020.

En cuanto al promedio de ingresos que recibieron los hostales 3 estrellas del sector La Mariscal se puede observar en la Tabla No. 5, en el año 2019 en los meses de marzo a septiembre se mantuvieron en un rango de U\$D 1.001 a U\$D 5.000, sin embargo en el año 2020 frente a la pandemia del COVID-19 en el mes de marzo se puede visualizar que se tiene acogida por parte de huéspedes quedando en un rango de U\$D 1.001 a U\$D 5.000, mientras que en los meses de abril, mayo, junio, julio, agosto y septiembre se observa ingresos bajos ya que se encuentran en el rango menor a U\$D 1.000.

Tabla No. 5. Diagnóstico del promedio de ingresos que recibían los hostales en los años 2019- 2020. **Fuente:** A, Almache,2020.

Mes	Año 2019	Año 2020
Marzo	2850	1950
Abril	3150	305
Mayo	3750	790
Junio	3300	686
Julio	2250	413
Agosto	1350	528
Septiembre	2100	658

En el Gráfico No.2, el diagnóstico del promedio de ingresos que recibían los hostales en los años 2019 y 2020 se observa total desventaja para el año 2020 ya que básicamente solo se podía cubrir los gastos más básicos del establecimiento.

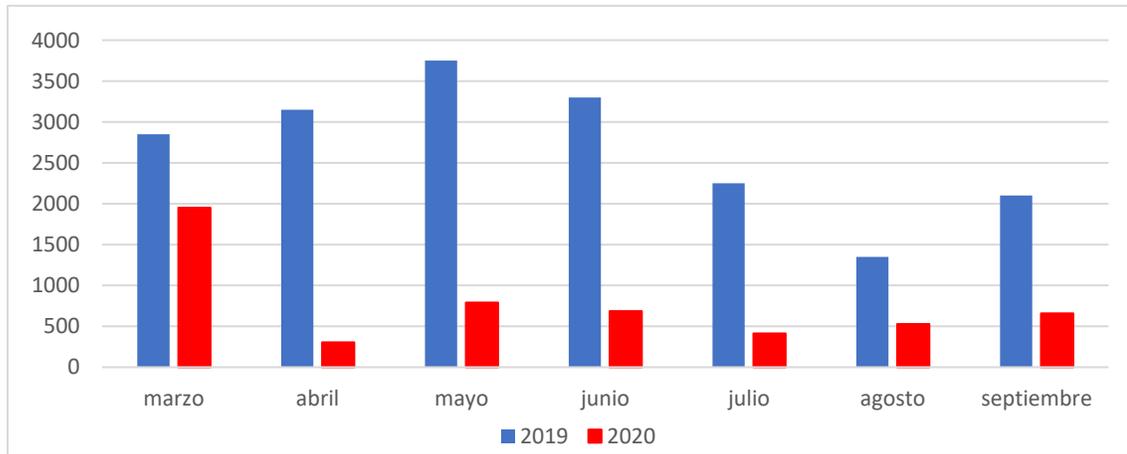


Gráfico No. 2. Diagnóstico del promedio de ingresos que recibían los hostales en los años 2019-2020. **Fuente:** A, Almache,2020.

En cuanto al promedio de egresos en la Tabla No.6 se puede observar que, en el año 2019, en los meses de marzo a septiembre, los egresos fueron entre, U\$D 1.001 a U\$D 5.000 debido a la acogida por parte de los huéspedes, lo cual en algunos meses varia ya que la disminución de huéspedes registrada es directamente proporcional con la disminución de los costos variables y gastos.

Por otro lado, en el año 2020, en el mes de marzo se mantiene entre U\$D 1.001 a U\$D 5.000 ya que se mantenían con huéspedes los establecimientos debido a la pandemia del COVID-19, mientras de en los meses de abril a septiembre el rango de egresos se encuentra igualmente en el nivel inferior por los motivos vistos con anterioridad.

Tabla No. 6. Promedio de egresos que tuvieron los hostales en los años 2019- 2020. **Fuente:** A, Almache,2020.

Mes	Año 2019	Año 2020
Marzo	2255	1985
Abril	2345	292

Mayo	2525	437
Junio	2390	406
Julio	2075	324
Agosto	1805	358
Septiembre	2030	397

Se observa en el Gráfico No. 3, el promedio de egresos que tuvieron los hostales en los años 2019 y 2020 fue de mayor impacto en el año 2020 ya que a partir del mes de abril los egresos bajaron debido a la disminución de costos variables y gastos, ya que la afluencia de huéspedes era muy escasa.

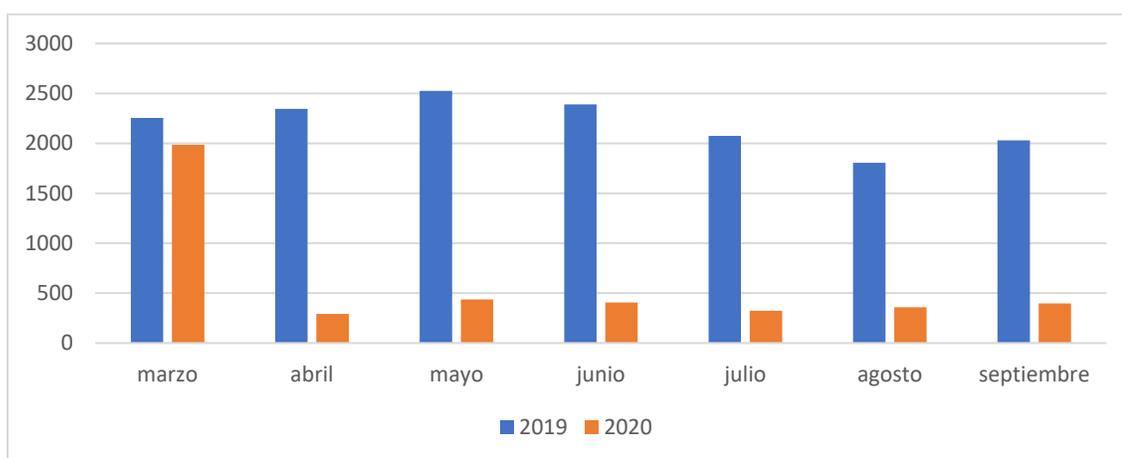


Gráfico No. 3. Diagnóstico del promedio de egresos que tuvieron los hostales en los años 2019-2020. **Fuente:** A, Almache,2020.

En la Tabla No.7 se puede observar el presupuesto promedio destinado para inversión en infraestructura. Se evidencia a que en el año 2019 en los meses de marzo a septiembre tuvieron una inversión en infraestructura menor a U\$D 500. Esta inversión se destinaba a mantenimiento y en muy pocos hostales en remodelación de las habitaciones.

Dadas las condiciones de la pandemia el presupuesto destinado a infraestructura, mantenimiento de los establecimientos, fueron suspendidas, por ende, estas actividades no contaron con presupuesto.

Tabla No. 7. Promedio del presupuesto en infraestructura que tuvieron los hostales en los años 2019- 2020. **Fuente:** A, Almache,2020.

Mes	Año 2019	Año 2020
Marzo	100	0
Abril	100	0
Mayo	100	0
Junio	100	0
Julio	100	0
Agosto	100	0
Septiembre	100	0

En el Gráfico No. 4, se evidencia que el presupuesto en infraestructura solo se ha destinado para el año 2019, ya que en la pandemia del COVID 19 en el año 2020, se veían impactados en cuanto a la falta de ingresos, por lo tanto, para este año no se obtuvo un mínimo presupuesto para la infraestructura.

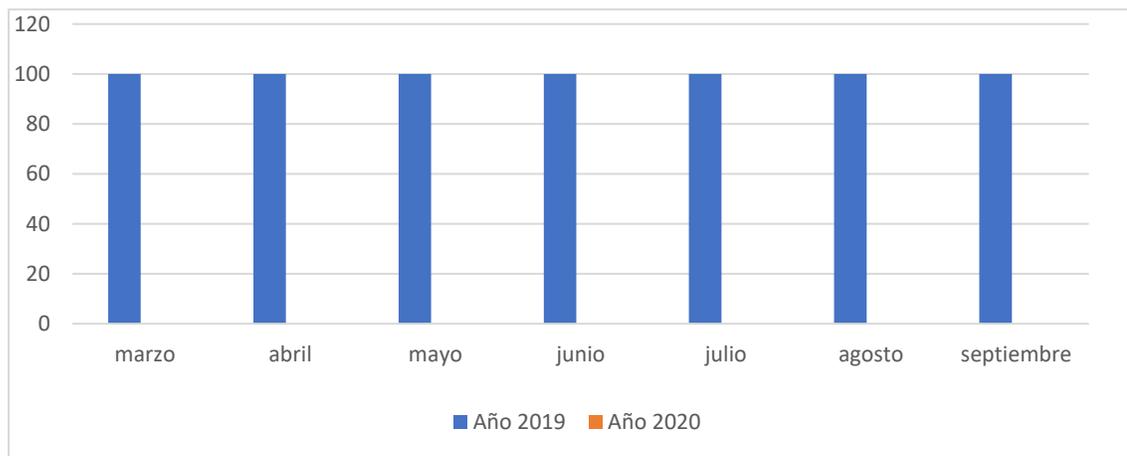


Gráfico No. 4. Diagnóstico promedio del presupuesto en infraestructura que tuvieron los hostales en los años 2019- 2020. **Fuente:** A, Almache,2020.

En cuanto al personal fijo podemos observar en la Tabla No 8. en el año 2019 contaban con personal fijo de 1 a 3 personas en promedio, se solía contratar mayor

número de empleados de forma eventual en fechas especiales que se tenía mayor afluencia de huéspedes.

Mientras que, en el año 2020, hasta finales del mes de marzo contaban con personal fijo en el rango de 1 a 3 empleados, pero, a partir del abril los empleados fijos fueron despedidos y las únicas personas que se encuentran atendiendo son los propietarios.

Tabla No. 8. Promedio del personal fijo que tuvieron los hostales en los años 2019- 2020. **Fuente:** A, Almache,2020

Mes	Año 2019	Año 2020
Marzo	3	3
Abril	3	0
Mayo	3	0
Junio	3	0
Julio	3	0
Agosto	3	0
Septiembre	3	0

En el Gráfico No. 5, se observa que el promedio del personal fijo en los hostales se mantuvo en el año 2019, pero para el año 2020 a partir del mes de abril mantenían cada uno de los propietarios el hostel abierto sin personal, ya que los ingresos eran bajos por lo tanto despidieron a su personal de apoyo, es por esto que en este año los propietarios se encargaban de todas las actividades que se realiza en los hostales.

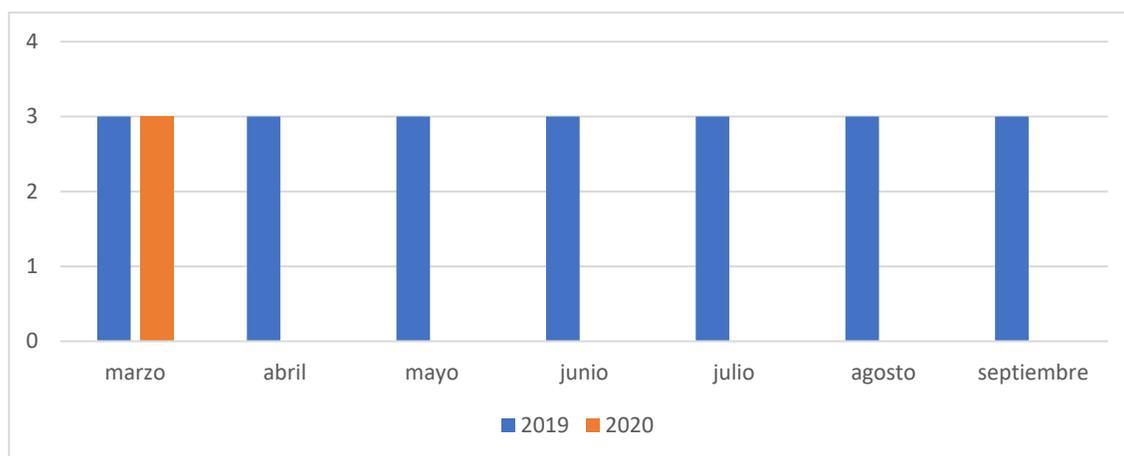


Gráfico No. 5. Diagnóstico promedio del personal fijo que tuvieron los hostales en los años 2019-2020. **Fuente:** A, Almache,2020.

4.2. Estrategias aplicadas por los hostales 3 estrellas del sector La Mariscal para la reactivación económica de sus negocios

Por motivos de investigación se clasificaron las estrategias aplicadas bajo los siguientes parámetros:

4.2.1 Estrategia de promoción

Para empezar, los hostales buscaron promocionarse a través de los portales web como Booking, Expedia y TripAdvisor. Durante los primeros meses de la pandemia esta estrategia no tuvo mucho efecto debido a las limitaciones de viaje existente, por ende, los ingresos mensuales promedios generados en los meses de marzo, abril, mayo y junio alrededor de U\$D 45. Durante los meses de julio, agosto y septiembre se pudo percibir una ligera mejora a través de esta estrategia, pero de todas formas los ingresos recibidos por este medio promediaron los U\$D 95.

Por otro lado, algunos hostales optaron por ofrecer gratuidades de alimentación los fines de semana. Esta estrategia no logro atraer a gran cantidad de público, limitando sus ingresos promedio durante todo el periodo estudiado a U\$D 85 mensuales.

Para finalizar esta sección, se pudo observar que algunos hostales redujeron su tarifa hasta un 50% en la segunda y tercera noche. Los resultados obtenidos por esta estrategia fueron prácticamente nulos obteniendo ingresos mensuales promedio durante todo el periodo alrededor de U\$D 20.

4.2.2 Estrategia de Incremento en la oferta de nuevos productos o servicios

En primer lugar, el propietario de un Hostal tres (3) estrellas, se ha enfocado en la implementación de la bioseguridad en el establecimiento, tomando en cuenta que ahora es una base fundamental y exigencia que pide el cliente, este hostal ha disminuido las ventas, pero no ha dejado de tener huéspedes en el periodo del estado de excepción dictada por el Gobierno Nacional, el cual en los meses de abril, mayo, junio, julio, agosto y septiembre ha tenido un promedio de ingresos brutos mensuales de U\$D 1600 para el establecimiento.

Por otro lado, algunos de los hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal participaron en el programa de alquiler de habitaciones para las personas que llegaban al país a través de vuelos humanitarios, generando así ingresos que estuvieron alrededor de U\$D 2420 mensuales. Esta estrategia pudo ser utilizada durante los meses de abril, mayo y junio, desde julio hasta septiembre no hubo más vuelos con estas características, por lo que esta estrategia dejó de utilizarse.

Adicionalmente, algunos hostales incrementaron a sus servicios cotidianos ofertas relacionadas a la alimentación. Por ejemplo, hostales donde solo ofrecía el servicio de alojamiento, se implementó el servicio de alimentación (desayuno, almuerzo y cena) debido a las necesidades de los huéspedes. Esto genero ingresos promedio de U\$D 45 mensuales en el periodo de abril a junio y U\$D 220 mensuales de julio a septiembre.

Finalmente, la mayoría de los hostales investigados implementaron el alquiler de habitaciones por horas, el cual fue dirigido al cliente nacional, este servicio tuvo efectos relativamente positivos durante todo el periodo del estado de excepción ya que generaron ingresos promedio al establecimiento de U\$D 170 mensuales.

4.2.3 Estrategia cambio de giro de negocio

Durante la investigación realizada se pudo evidenciar que unos pocos hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal optaron por dar un giro a su modelo de negocios. Estos establecimientos, que usualmente solían ofrecer el servicio de alimentos y bebidas solo como un complemento al alojamiento, optaron por transformar sus instalaciones para que el servicio de restauración sea ahora su principal fuente de ingresos.

Esta transformación de sus negocios les permitió a los hostales ofrecer almuerzos a los residentes y trabajadores actuales del sector La Mariscal, así como también ofrecer platos a la carta a personas de barrios aledaños a este sector, enviados a domicilio, a través de las aplicaciones como Uber eats, Globo, Rappi, entre otros.

Mediante esta estrategia, los hostales que la utilizaron obtuvieron ingresos mensuales promedio por alrededor de U\$D 1000.

4.2.4 Estrategia reducción de costos y gastos

En este punto, la mayoría de los establecimientos coinciden en las estrategias tomadas, las cuales están enfocadas en la reducción al máximo de los costos y los gastos.

En primer lugar, casi la totalidad de los hostales negociaron con sus empleados licencias de trabajo indefinidas sin remuneración. Inclusive en algunos casos se despidió al personal que tenía menos de un año de antigüedad. Por consiguiente, los hostales quedaron siendo operados en la mayoría de los casos, por sus propietarios.

Por otro lado, se eliminó el presupuesto que se tenía destinado para mejoras y remodelación, dejando solamente lo estrictamente necesario para posibles gastos de mantenimiento de emergencia que se debían realizar.

Adicionalmente, algunos propietarios que tenían su lugar de residencia en otros sectores de la ciudad, decidieron mudarse a vivir al hostel para de esta forma ahorrar arriendos y pagos de servicios básicos en su domicilio.

Así también, se puede observar, que varios propietarios dejaron de pagar deudas que el hostel mantenía con bancos e instituciones públicas. Igualmente, no se renovaron los permisos de operación a la espera de un plan emergente por parte de las autoridades locales y nacionales.

4.3. Resultados obtenidos por las estrategias aplicadas en los hostales 3 estrellas del sector La Mariscal para la reactivación económica de sus negocios.

Como se pudo evidenciar en el punto anterior, existieron varias estrategias implementadas por los propietarios de los hostales tres estrellas del sector la Mariscal, los cuales estuvieron enfocadas en mitigar los impactos económicos causados por la pandemia que está atravesando el país.

Sin embargo, no todas las estrategias implementadas tuvieron el éxito que los propietarios hubieran deseado. Tal es así, que la gran mayoría de las estrategias tradicionales enfocadas en la reducción del precio de venta al público o la promoción a través de medios convencionales no tuvieron un mayor efecto en los objetivos deseados.

Por otro lado, las estrategias que involucraban un cambio del paradigma habitual de los negocios de alojamiento, o una mejora significativa en su propuesta de valor, fueron los que mayor impacto positivo generaron en los clientes potenciales y por ende en los ingresos del establecimiento.

A continuación, se analizará cuantitativamente los resultados obtenidos por cada uno de las estrategias aplicadas, teniendo en cuenta los parámetros previamente establecidos.

4.3.1 Estrategia de promoción

Los resultados obtenidos por las estrategias de promoción aplicadas por los propietarios de los hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal, se pueden observar en la Tabla No. 9 y Grafico No.6.

Tabla No. 9. Estrategias de promoción que implementaron los hostales en el año 2020. **Fuente:** A, Almache,2020.

Mes	Portales Web	Gratuidad desayuno	Descuentos 50%
Marzo	30	0	0
Abril	30	0	0
Mayo	60	0	0
Junio	60	60	0
Julio	90	120	30
Agosto	120	180	60
Septiembre	180	240	60

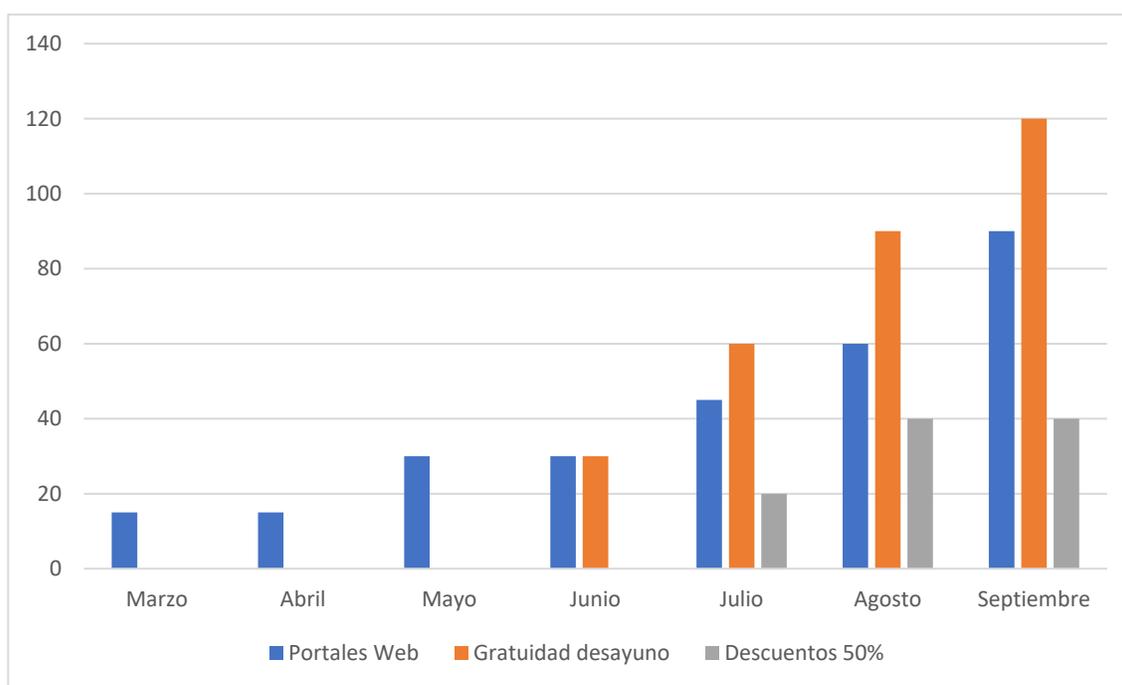


Gráfico No. 6. Estrategias de promoción aplicadas por los hostales, para la reactivación económica. **Fuente:** A, Almache,2020.

4.3.2 Estrategia de Incremento en la oferta de nuevos productos o servicios

En la Tabla No.10 y Gráfico No.7 se puede observar los ingresos generados por los hostales tres (3) estrellas del sector la Mariscal en cuanto a las estrategias relacionadas con el incremento en la oferta de nuevos productos o servicios.

Tabla No. 10. Estrategias de incremento en la oferta de nuevos productos o servicios que implementaron los hostales en el año 2020. **Fuente:** A, Almache,2020.

Mes	Hostal Bioseguro	Vuelos Humanitarios	Alimentación	Alquiler por horas
Marzo				45
Abril	1350	1050	45	90
Mayo	1710	3600	55	90
Junio	1890	2610	75	180
Julio	2010	0	120	180
Agosto	2220	0	210	270
Septiembre	2550	0	340	360

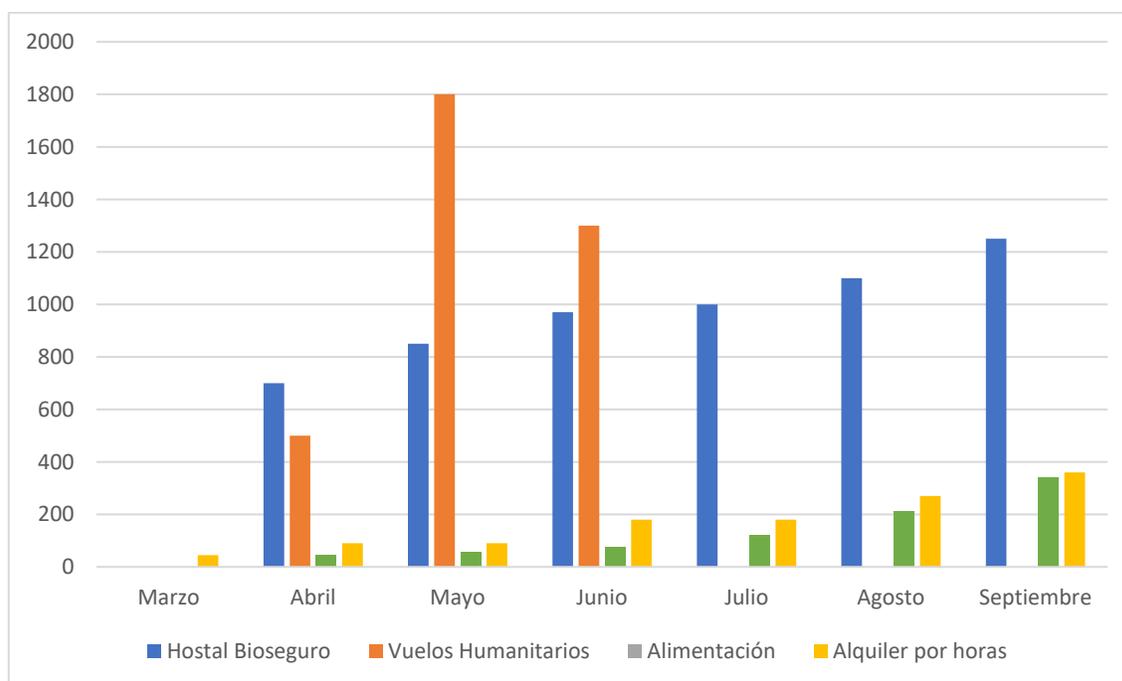


Gráfico No. 7. Estrategias de incremento en la oferta de nuevos productos o servicios aplicadas por los hostales, para la reactivación económica. **Fuente:** A, Almache,2020.

Por lo tanto, en relación al análisis expuesto se puede evidenciar que una de las estrategias de mayor impacto, que ha tenido acogida positiva generando ingresos económicos del Hostal Bioseguro, debido a que los huéspedes se han sentido cómodos sin temor al contagio, los mismo que han recomendado el establecimiento hotelero, teniendo ingresos de huéspedes mes a mes.

4.3.3 Estrategia cambio de giro de negocio

Los resultados obtenidos en el cambio de giro de negocio hacia restaurantes se pueden evidenciar en la Tabla No.11 y en el Gráfico No. 8.

Tabla No. 11. Estrategias de cambio de giro de negocio, que implementaron los hostales en el año 2020. **Fuente:** A, Almache,2020.

Mes	Alimentación
Marzo	0
Abril	0
Mayo	300
Junio	700
Julio	900
Agosto	1300
Septiembre	1800

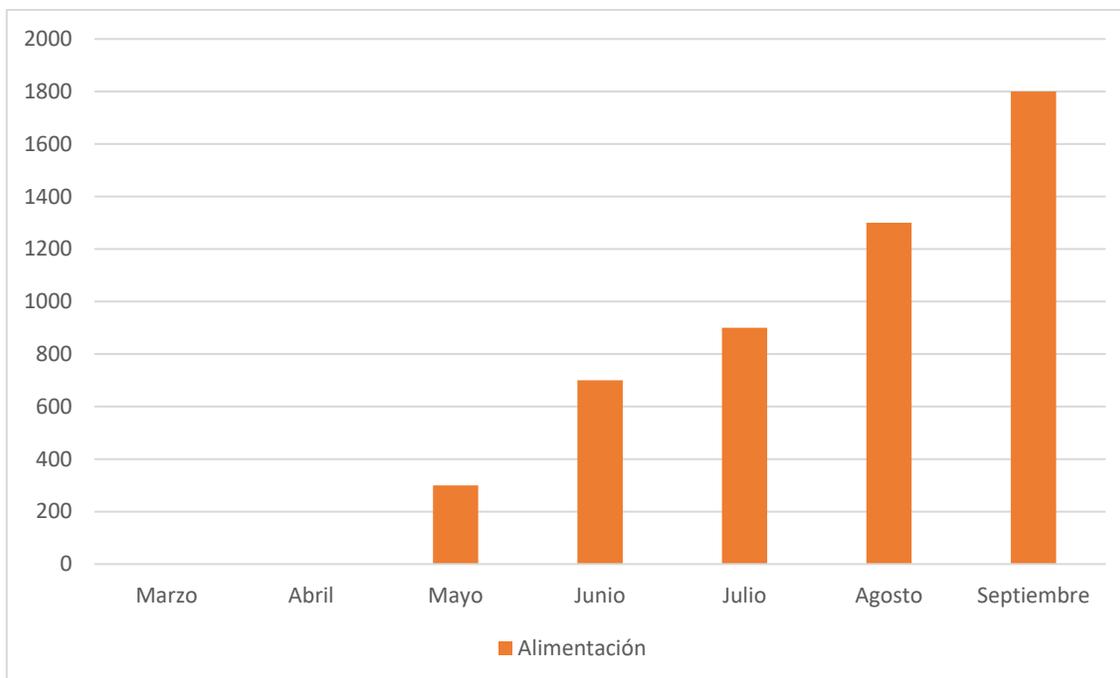


Gráfico No. 8. Estrategias de cambio de giro de negocio, aplicadas por los hostales para la reactivación económica. **Fuente:** A, Almache, 2020.

Finalmente, en este parámetro la estrategia del cambio de giro de negocio ha sido una de las más efectivas hasta el mes de septiembre para los establecimientos de alojamiento, ya que ocuparon las ventajas que tenían como las instalaciones, marca, mobiliario y ubicación; pudiendo así extenderse hacia la parte de alimentos y bebidas.

4.3.4 Estrategia reducción de costos y gastos

Todas las estrategias antes mencionadas con respecto a la reducción de costos y gastos son factibles de aplicar, debido a la falta de ingresos que se tiene y la esperanza de una condonación de deudas por parte de las autoridades. Son estrategias arriesgadas, pero la mayoría de establecimientos se han visto obligados a tomarlas.

Adicionalmente, estas estrategias no permiten una cuantificación precisa de los ahorros generados, ya que los propietarios de los hostales tres (3) estrellas no

mantenían regularizadas a la mayoría de sus empleados, y por lo tanto, son muy reservados al momento de dar información en los sueldos que estos percibían.

4.4. Guía de estrategias para la reactivación económica de los hostales 3 estrellas del sector La Mariscal, en tiempos de COVID-19.

La presente Guía de reactivación económica para los Hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal en tiempos de COVID-19, se desarrolló en base a las estrategias que han tenido mayor relevancia en el estudio realizado.

La guía se piensa presentar de forma de cuadernillo de un tercio de tamaño A4, es decir, cada página tendrá una dimensión de 21 centímetros de largo por 10 centímetros de ancho, la impresión se realizará a doble página sobre papel couché a full color.

A continuación, se presenta el contenido que tendrá la guía mencionada:

Imagen No. 1. Guía de estrategias de reactivación económica - Portada. **Fuente:** A, Almache 2020.



Imagen No. 2. Guía de estrategias de reactivación económica – Página 1 y 2. **Fuente:** A, Almache 2020.



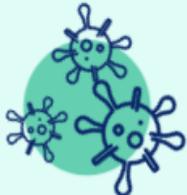
EN LA PRESENTE GUÍA SE RECOMIENDA:

" SER UN HOSTAL BIOSEGURO "

El establecimiento se enfoca en prevenir, controlar y disminuir el riesgo de contagio de Covid-19 en las instalaciones, otorgando máxima prioridad a la salud de los huéspedes y colaboradores prestando servicios con altos estándares de calidad, bioseguridad e higiene.



A CONTINUACION SE DETALLA LOS PROCEDIMIENTOS PARA LLEGAR A SER UN HOSTAL BIOSEGURO EN LAS DISTINTAS ÁREAS DEL ESTABLECIMIENTO



SEGUIR CADA UNO DE LOS PASOS DESCRITOS EN LAS DISTINTAS ÁREA DEL HOSTAL

Imagen No. 3. Guía de estrategias de reactivación económica-Área de recepción, página 3 y 4

Fuente: A, Almache 2020

ÁREA DE RECEPCIÓN

1.- Correcto uso de equipos de protección personal.



2.- Informar al huésped y colocar información en un lugar visible de zonas comunes del establecimiento sobre las medidas de protección básicas y propagación del COVID-19.



3.- Quitar temporalmente periódicos y revistas del lobby, ya que estos implementos representan un vehículo de contagio del virus.



4.- Colocar alcohol gel en las manos del huésped; así como colocar dispensadores de alcohol gel en lugares estratégicos para uso del personal y huéspedes.



5.- Desinfectar el mostrador de forma frecuente, obligatoriamente antes de atender a un huésped y después de hacerlo.



6.- Colocar cubos de basura con tapa accionada con pedal.



Imagen No. 4. Guía de estrategias de reactivación económica – Área de Recepción, página 5.

Fuente: A, Almache 2020.

7.- Evitar acceso a personas externas que no se encuentren registradas en el establecimiento



8.- Las llaves de habitaciones se entregarán desinfectadas y se desinfectarán al recibirlas.



9.- Para las transacciones monetarias, al realizar pago con tarjeta de crédito, el cliente realizará el procedimiento, evitando el intercambio de pertenencias del personal a cliente, en el caso de pagos en efectivo se utiliza al recibir el dinero y desinfectar mediante cajas ultravioleta, de no ser posible desinfectar el dinero con alcohol.



Imagen No. 5. Guía de estrategias de reactivación económica – Llegada del huésped, página 6 y 7. **Fuente:** A, Almache 2020.

LLEGADA DEL HUÉSPED

- 1.- Verificar el ingreso con mascarilla de todos los huéspedes.

- 2.- Implementar un área de desinfección, los cuales se les tomara la temperatura y medida con el oxímetro al huésped.

- 3.- Luego desinfectar en su totalidad al huésped.

- 4.- Implementar dispensador de alcohol en gel, previo a que el huésped utilice.
 

- 5.- Colocar información en un lugar visible de zonas comunes del establecimiento sobre las medidas de protección básicas y propagación del COVID-19 e informar al huésped.
 
- 6.- Colocar el cuestionario de sintomatología para que el huésped responda.

- 7.- En caso de existir una o más respuestas afirmativas al cuestionario o temperatura mayor a 38°C, para que una persona del lobby atienda al huésped en un área aislada para estos efectos.

- 8.- Se recomienda utilizar señalética para el distanciamiento en el piso del establecimiento de alojamiento
 

Imagen No. 6. Guía de estrategias de reactivación económica – Llegada del huésped, página 8 y Mantenimiento página 9. **Fuente:** A, Almache 2020.

9.- Desinfectar las bolsas, equipaje y equipos electrónicos de los huéspedes.



10.- Llevar un registro de toda persona que ingrese al establecimiento de alojamiento, preferiblemente realizar un registro digital, en el cual incluya: nombre completo, número de teléfono y correo electrónico.



MANTENIMIENTO

1.- Revisar al menos dos veces al día el funcionamiento y abastecimiento de los dispensadores de jabón, gel desinfectante, papel desechable, etc.; procediendo a reparar o sustituir aquellos equipos que presenten averías, llevar un registro de estas acciones mediante actas de control.



2.- Verificar el funcionamiento y la limpieza de sanitarios, lavamanos y manijas de puertas y grifos de aseos comunes; cada día y según la frecuencia del uso, se deberá llevar el registro diario de limpieza y desinfección.



Imagen No. 7. Guía de estrategias de reactivación económica – Habitaciones Bioseguras páginas 10 y 11. **Fuente:** A, Almache 2020.

Habitaciones Bioseguras

- 1.- Debe de contar cada habitación con máquinas de ozono

- 2.- Implementación de dispensador de alcohol en gel en cada habitación.

- 3.- Desinfectar todo el lugar con ozonizadores.

- 4.- Colocar información sobre las medidas de protección básicas y propagación del COVID-19.


BAÑO

- 1.- Toallas estrictamente empaquetadas al vacío y ozonizadas

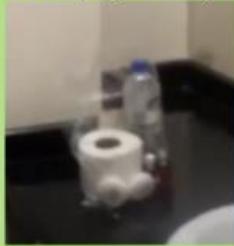
- 2.- Amenities empaquetados y ozonizados

- 3.- Implementar dos tachos de basura: uno (1) de desechos comunes y uno (1) de residuos peligrosos


Imagen No. 8. Guía de estrategias de reactivación económica – Medidas de desinfección de ambientes, páginas 12 y 13. **Fuente:** A, Almache 2020

MEDIDAS DE DESINFECCIÓN DE AMBIENTES

1.- Ozonificadores en lugares estratégicos del establecimiento.



2.- Aplicación de ozonificadores en todo el establecimiento y desinfección constante de superficies que entren en contacto con la mano.



3.- Si es necesario acceder a habitaciones que precisen de reparaciones, el personal deberá llevar el equipo de protección personal como visor, traje antifluído, mascarilla; el cual se desechará a la salida de la habitación y mantener las normas de higiene personal.



4.- Los paños utilizados para realizar la limpieza y desinfección deben ser lavados con abundante agua y jabón para asegurar su limpieza, los mismos deben estar limpios y desinfectados cada vez que se utilicen. Se podrá utilizar también material desechable para realizar la limpieza.



5.- Promover el uso de toallas de papel desechable para secarse las manos. De no haberlas, se utilizará toallas de telas limpias, que se deberán cambiar cuando estén húmedas.



6.- Realizar limpieza y desinfección de superficies, máquinas dispensadoras, manijas de puertas, etc., y en general, cualquier superficie que esté expuesta a los clientes y empleados.



Imagen No. 9. Guía de estrategias de reactivación económica – Medidas de desinfección de ambientes, páginas 14 y 15. **Fuente:** A, Almache 2020.

7.- El personal de limpieza debe lavar sus manos antes y después de realizar las tareas de limpieza y desinfección y seguir las recomendaciones del fabricante de los insumos a utilizar.



8.- Todos los artículos y equipos utilizados por los huéspedes, incluyendo llaves, casilleros, perchas, etc., deben limpiarse y desinfectarse dos veces al día.



9.- Ropa de cama y toallas deben lavarse por separado de manera constantemente con agua y jabón, o a máquina a 60'90 °C con detergente, secar la ropa en secadora y planchar usando una configuración caliente o plancha de vapor.



10.- Incorporar un instructivo de lavado de prendas en una zona visible al personal.



11.- Establezcan horarios de limpieza y desinfección tanto del establecimiento, como del baño, cocina, etc.



Imagen No. 10. Guía de estrategias de reactivación económica – Manejo de desechos, paginas 16 y 17. **Fuente:** A, Almache 2020.

MANEJO DE DESECHOS

1.- Los desechos que se generen como pañuelos, mascarillas, se deben eliminar en una funda de plástico (funda 1) en un tacho de basura (preferiblemente con tapa y pedal de apertura) dispuesto en el lugar; estos desechos no deben considerarse para actividades de recuperación, reúso o reciclaje.



2.- La funda 1 debe ser introducida en una segunda funda (2) de plástico y posteriormente esta se cerrará fuertemente con doble nudo, evitando que la funda 1 interfiera con el cierre de la funda 2.



3.- No se debe realizar la disposición de la funda 2 fuera de los horarios y frecuencias de recolección.



4.- Después de que el encargado de sacar la funda 2, para su posterior recolección por parte del Emaseo (Empresa Pública Metropolitana de Aseo de Quito), realizará una completa higiene de manos, con agua y jabón, al menos 40-60 segundos.



Imagen No. 11. Guía de estrategias de reactivación económica – Segunda estrategia para la reactivación económica, Restaurante páginas 18 y 19. **Fuente:** A, Almache 2020.



**SEGUNDA ESTRATEGIA
PARA LA REACTIVACIÓN
ECONÓMICA ES:**

**CAMBIO DE GIRO DE
NEGOCIO**

**" DE HOSTAL A
RESTAURANT"**



**A CONTINUACION SE
DETALLA LOS
PROCEDIMIENTOS PARA EL
CAMBIO DE GIRO DE
NEGOCIO
"DE HOSTAL A
RESTAURANTE"**

**SEGUIR CADA UNO DE LOS PASOS
DESCRITOS**



Imagen No. 12. Guía de estrategias de reactivación económica – Recepción y almacenamiento de alimentos páginas, 20 y 21. **Fuente:** A, Almache 2020.

RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE ALIMENTOS

1.- Limitar el ingreso de proveedores dos (2) metros atrás de la puerta de recepción de productos.



2.- Se recomienda señalar en el piso las distancias.



3.- Asegurar el uso de equipos de protección personal de los proveedores.



4.- Se recomienda realizar compras de aquellos proveedores que tengan una política y procedimientos de prevención de contagio COVID-19.



5.- Se recomienda realizar una desinfección en el área de recepción de productos, sobre toda la mercadería.



Imagen No. 13. Guía de estrategias de reactivación económica – Manipulación de alimentos
páginas 22 y 23. **Fuente:** A, Almache 2020

MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS

1.- Asegurar el uso de equipos de protección del personal.



2.- Colocar información en un lugar visible de zonas comunes y dentro de cocina sobre las medidas de protección básicas, para evitar el contagio del COVID-19.



3.- Asegurar informativos en áreas correspondientes sobre el correcto lavado de manos y uso de mascarilla



4.- Al inicio de operaciones del día y cada dos (2) horas, se debe realizar una desinfección total del ambiente



5.-Desinfectar utensilios y superficies de preparación antes y después de manipular alimentos



6.- Prohibido el ingreso de personas externas a cocina, en casos estrictamente necesarios deben ingresar con las medidas de bioseguridad (mascarilla, visor, alcohol)



Imagen No. 14 Guía de estrategias de reactivación económica – Delivery Bioseguro, páginas 24 y 25. **Fuente:** A, Almache 2020.

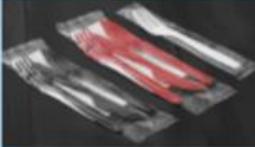
DELIVERY BIOSEGURO



1.-Comida y postre empaquetado, posterior cerrar con cinta de seguridad y sello de bioseguridad.



2.-Empaquetar y sellar con etiqueta de Bioseguro los cubiertos



3.- Empaquetar la comida y cubiertos en una bolsa de cartón previamente sellada con etiqueta de Bioseguro



4.- Enfundar con una bolsa de plástico la misma que deberá ser ozonificada; la misma que deberá ser sacada antes de ingresar el cliente a su domicilio para evitar contagios.



Imagen No. 15. Guía de estrategias de reactivación económica – Convenio con plataformas digitales, página 26. **Fuente:** A, Almache 2020.

CONVENIO CON PLATAFORMAS DIGITALES 

Suscribirse a cada una de las plataformas virtuales de comida como:

- Uber eats 
- Rappi 
- Globo 

Las cuales ayudaran a la entrega a domicilio con un índice de popularidad alto en el sector de Quito

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo se describe el cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos que componen el presente trabajo de titulación, el cual es la elaboración de una guía de reactivación económica de los hostales 3 estrellas en el sector La Mariscal. Por lo tanto, se especifica las conclusiones que se obtuvieron durante el proceso de investigación en base a los resultados obtenidos y también para las recomendaciones para su ejecución.

5.1 CONCLUSIONES

Las conclusiones que se lograron obtener a través de la investigación realizada en el presente trabajo de titulación se basan en los objetivos específicos propuestos al principio de la investigación.

En lo que concierne al primer objetivo específico, que menciona determinar el impacto económico causado por el COVID-19 en los hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal, durante el estado de excepción decretado por el Gobierno Nacional entre los meses de marzo a septiembre del 2020, se concluye que: los hostales del sector La Mariscal se encuentran en una precaria situación, ya que los ingresos, así como el número de visitantes, cayo drásticamente durante los meses que duro el estado de excepción decretado por el Gobierno Nacional. Lo cual ha llevado a que muchos de los hostales permanezcan prácticamente cerrados atendiendo solo eventualmente cuando huéspedes específicos los requieran.

En lo que concierne al segundo objetivo específico, que se refiere a identificar las estrategias aplicadas por los hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal para la reactivación económica de sus negocios durante el estado de excepción decretado por el Gobierno Nacional a causa del COVID-19 se concluye que: existen hostales que buscaron la forma de sobrevivir pese a las situaciones adversas que el entorno ha presentado. Así pues, se constató que una minoría de los establecimientos de alojamiento lograron perseverar durante la situación actual,

generando estrategias que permitieron dar una propuesta de valor diferente para sus consumidores. La información brindada por los propietarios de los hostales permitió conocer que durante los primeros dos meses de pandemia mantuvieron una ligera esperanza de que esta situación no durara más allá de unas pocas semanas. Por este motivo sus planes de acción inicial fueron netamente enfocados a los canales de distribución habituales y estrategias tradicionales, todas ellas sin mayores éxitos. Sin embargo, al verse desbordados por el tiempo de duración de las medidas de aislamiento decretado por el Gobierno Nacional, una minoría de los hostales generaron estrategias diferenciadoras y efectivas, mientras que la gran mayoría solo optó por cerrar sus puertas y esperar tiempos mejores.

En lo que concierne al tercer objetivo específico, que apunta a comparar los resultados obtenidos por las estrategias aplicadas por los hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal para la reactivación económica de sus negocios durante el estado de excepción decretado por el Gobierno Nacional a causa del COVID-19, se concluye que: existieron dos (2) estrategias que generaron ingresos para los dos hostales que las aplicaron, los cuales fueron: el Hostal Bioseguro y el cambio de giro de negocio a restaurante. Estas estrategias permitieron a los hostales que las implementaron generar ingresos y un flujo efectivo suficiente para tener a flote sus negocios, sin que esto signifique que tuvieron grandes ganancias durante su ejecución.

En lo que concierne al cuarto objetivo específico, el cual menciona elaborar una guía de estrategias para la reactivación económica de los hostales tres (3) estrellas del sector La Mariscal, en tiempos de COVID-19, se concluye que: la implementación de la guía de estrategias fruto del presente trabajo de titulación será de gran ayuda para los propietarios y administradores de los hostales tres estrellas del Distrito Metropolitano de Quito, ya que este documento recoge experiencias exitosas de otros establecimientos de alojamiento con las mismas características, además de basarse en una serie de documentos bibliográficos especializados en el tema.

5.2 RECOMENDACIONES

Para finalizar este trabajo de titulación, se presentan recomendaciones aplicables a los establecimientos de alojamiento del sector La Mariscal, a los próximos investigadores que aborden este tema y a las instituciones públicas que brindan apoyo al sector turístico en general.

En primer lugar, se recomienda a los propietarios y administradores de hostales 3 estrellas del Distrito metropolitano de Quito aplicar la guía presentada como producto del presente trabajo de investigación.

En segundo lugar, se recomienda a los propietarios de los hostales tres (3) estrellas buscar la forma de reactivar su economía a través de propuestas innovadoras, que aportan al cliente un valor agregado diferencial, sin que este se encuentre necesariamente ligado al alojamiento.

Por otro lado, se recomienda a futuros investigadores y estudiantes universitarios en etapa de titulación ampliar la investigación aquí realizada hacia otros tipos de alojamiento y otras locaciones, ya que, a pesar de que el impacto recibido por el turismo ha sido devastador para todos los sectores relacionados con este, los tipos de estrategia que se pueden aplicar para mitigar la situación varían acorde a la realidad de cada tipo de establecimiento y su ubicación.

Adicionalmente, se recomienda incentivar a los estudiantes de la carrera a desarrollar proyectos de carácter estratégico que aporten al desarrollo administrativo, financiero y comercial del sector hotelero. Estas acciones impulsadas desde la academia ayudarán en la reactivación de un elemento importante del turismo.

Finalmente, se recomienda a las instituciones públicas encargadas de apoyar al sector turístico generar programas y proyectos integrales que ayuden a los empresarios hoteleros a superar la crisis en la que actualmente se encuentran. Este apoyo integral podría empezar con la condonación de deudas que mantienen la mayoría de los empresarios hoteleros con el sector público, al igual que, una excepción impositiva de por los menos 3 años para toda la industria. De no darse el

apoyo incondicional de los gobiernos locales, seccionales, y nacionales, cerca del 90% de las empresas relacionadas con el turismo y la hotelería podrían desaparecer en el transcurso del año 2021.

GLOSARIO

COVID-19

Es una extensa familia de virus que pueden causar enfermedades tanto en animales como en humanos. En los humanos, se sabe que varios coronavirus causan infecciones respiratorias que pueden ir desde el resfriado común hasta enfermedades más graves como el síndrome respiratorio de Oriente Medio y el síndrome respiratorio agudo severo (OMS,2020).

Guía

Documento que incluye los principios o procedimientos para encauzar una cosa o el listado con informaciones que se refieren a un asunto específico (Pérez, J y Merino, M, 2012).

Estrategia

Proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro utiliza, es decir que se refiere al plan ideado para dirigir un asunto y para designar al conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento (Pérez, J y Merino, M, 2012).

Plan de negocio

Es una guía para el emprendedor o empresario. Se refiere a un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, si se trata de un producto se basa tanto para la promoción como para la fabricación (Pérez, J y Merino, M, 2012).

Alianzas Estratégicas

Liga facetas específicas de los negocios de dos o más empresas. En esencia, es una sociedad que potencia la efectividad de las estrategias competitivas de las

empresas participantes a través del intercambio de tecnología, habilidades o productos basados en ellas. Estas uniones no sólo son una opción para vender en las temporadas, sino también durante todo el año (Del Prado, 2005).

Plan estratégico

Se relaciona con los responsables de una organización o empresa estipulan cuál será la estrategia que seguirán en el medio plazo. Por lo general, este tipo de planes tienen una vigencia de entre uno y cinco años (Pérez, J y Merino, M, 2012).

BIBLIOGRAFÍA

Textos y documentos publicados de manera impresa.

- Amaya, J. (2005). Planeación y estrategia. En: https://books.google.es/books?id=8Flzg6f8dOsC&dq=niveles+de+estrategia+administracion&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s. Fecha de consulta: 26 de septiembre de 2020.
- Arias, F. (2016). El Proyecto de Investigación. Editorial Episteme, C.A. Caracas - República Bolivariana de Venezuela. 146pp. En: https://kupdf.net/download/el-proyecto-de-investigacion-fidias-arias-7ma-edic-2016pdf_5a1b4afde2b6f5e526da642c_pdf. Fecha de consulta: 08 octubre 2020. Fecha de consulta: 26 de octubre de 2020.
- Ballarín, E. (13 de abril de 2020). Excelencias Gourmet. Recuperado el 19 de Maayo de 2020, de Hostelería y Coronavirus: oportunidades ante nuevos escenarios: <https://www.excelenciasgourmet.com/es/opinion/hosteleria-y-coronavirus-opportunidades-ante-nuevos-escenarios>. Fecha de consulta: 15 de noviembre de 2020.
- Del Prado, L. (2005). Alianzas estratégicas. En: <http://200.16.86.50/digital/economia/blse/prado2-2.pdf>. Fecha de consulta: 29 de octubre de 2020.
- García, J. Medina, D. (1998). El proceso de formulación de estrategias deliberadas de cadenas hoteleras españolas: una evaluación empírica. Obtenido de https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/80838.pdf. Fecha de consulta: 19 de septiembre de 2020.
- Gonzales, T. (2020). ¿En qué centrarán su estrategia post coronavirus los hoteles? HostelTour, 20. Fecha de consulta: 29 de octubre de 2020.
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2018). T. Metodología de la investigación. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hornig, J. (2017). From innovation to sustainability: Sustainability innovations of eco-friendly hotels in Taiwan. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 44-52. doi: 10.1016/j.ijhm.2017.02.005. Recuperado de: <https://www.stockholmresilience.org/download/18.aeea46911a31274279800>

065096/MHF+Uppsats+Nord+CSR+Hotel+070201+fs.pdf. Fecha de consulta: 13 de noviembre de 2020.

Lu, W., Ye, M., Flanagan, R., y Ye, K. (2016). Corporate social responsibility disclosures in international construction business: trends and prospects. *Journal of Construction Engineering and Management*, 142(1).doi: 10.1061/(ASCE)CO.1943-7862.0001034. Fecha de consulta: 26 de noviembre de 2020.

REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO. (2016). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>. Fecha de consulta: 14 de septiembre de 2020..

Stoner, J.Freeman, E. Gilbert, D (2006). Administración. En: https://books.google.es/books?id=eWOvsi2iY-8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false. Fecha de consulta: 19 de noviembre de 2020.

Documentos publicados en internet

Anckerman, D. S., & Cheesman, D. (2020). UNIDAD DIDACTICA INVESTIGACION I. UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, Facultad de Ciencias Medicas. Guatemala: UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA: <https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/marco-e-hipotesis-investigacion.pdf>

Diario El Universo, (2020). Impacto del COVID-19. En: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/03/nota/7894014/hotelaria-turismo-impacto-covid-19-desempleo-iliuidez-cierre>. Fecha de consulta: 17 de septiembre de 2020.

EL COMERCIO, (2020). Medidas en el sector turístico frente al COVID-19. En: <https://www.elcomercio.com/tendencias/sector-turismo-medidas-covid19-ecuador.html>. Fecha de consulta: 15 de octubre de 2020.

García, N.Mendoza A, (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino de Manta-Ecuador En: <https://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/riturem/article/view/12743/11675> . Fecha de consulta: 30 de septiembre de 2020.

López, M. (2015). Obtenido de <https://www.ugr.es/~batanero/documentos/agraficos.pdf>.

MANAGEMENT SOLUTIONS, (2020). Plan de reactivación. En: <https://www.managementsolutions.com/sites/default/files/publicaciones/esp/covid-reactivacion.pdf> Fecha de consulta: 23 diciembre de 2020.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD, (2020). Informe del COVID-19. En: https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses?gclid=CjwKCAjww5r8BRB6EiwArcckC-tlUG0AkZxYiKEvmIhPEQQbndc3nvOtBK4dtsldhkWnoGtVKxYBoCKpEQAvD_Bwe. Fecha de consulta: 15 de septiembre de 2020.

Pérez, J. Merino M, (2008). Definición de estrategia, estrategia y plan de negocio En: <https://definicion.de/estrategia/>. Fecha de consulta: 30 de diciembre de 2020.

Pérez, J. Merino M, (2008). Definición de plan de negocio En: <https://definicion.de/plan-de-negocios/>. Fecha de consulta: 01 de enero de 2021.

Pérez, J. Gardey, A, (2018). Definición de planificación En: <https://definicion.de/planificacion/>. Fecha de consulta: 20 de octubre de 2020.

Ramírez, Gonzales, & Vázquez. (2012). Caracterización y diseño de los resultados científicos como aporte de la investigación educativa. Cuba: Universidad pedagógica Feliz Varela. Obtenido de <http://files.especializacion-2012.webnode.com.co/20000015280d3f81ccc/CARACTERIZACION%20Y%20DISENO%20DE%20LOS%20RESULTADOS%20CIENTIFICOS%20COMO%20APORTES%20DE%20LA%20INVESTIGACION%20EDUCATIVA..pdf>

Subgerencia Cultural del Banco de la Republica, (2016). Reactivación económica.

En:

https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Reactivaci%C3%B3n_econ%C3%B3mica#:~:text=Se%20denomina%20reactivaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica%20al,la%20mayor%20ADA%20de%20la%20poblaci%C3%B3n. Fecha de consulta: 18 de septiembre de 2020.

Revista Lideres, (2020). Promociones de reactivación hotelera. En:

<https://www.revistalideres.ec/lideres/estrategias-promocionales-reactivar-area-hoteler.html>. Fecha de consulta: 20 de octubre de 2020.

Rustom, (2015). Obtenido de

<https://ecotec.edu.ec/content/uploads/mcientificas2018/5tecnologias-informacion-comunicacion/004.pdf>.

ANEXOS

Anexo No. 1

Encuesta.

ENCUESTA CON FINES ACADÉMICOS PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DE LOS HOSTALES 3 ESTRELLAS DEL SECTOR LA MARISCAL

- Nombre:
- Establecimiento al que representa:
- Cargo:
- Edad:
- Educación:
- El local en donde funciona el hostel es:

Propio	
Arrendado	

1. ¿Cuál fue el promedio de huéspedes que recibió el hostel en el periodo de marzo a septiembre del año 2019 y 2020?

Periodo Marzo - Septiembre 2019						
	Menos de 10	11 – 50	51 - 90	91 - 130	131 - 170	Más de 170
Marzo						
Abril						
Mayo						
Junio						
Julio						
Agosto						
Septiembre						
Periodo Marzo - Septiembre 2020						
Marzo						
Abril						
Mayo						
Junio						
Julio						
Agosto						
Septiembre						

2. ¿Cuál fue el promedio de ingresos que recibió el hostel en el periodo de marzo a septiembre del año 2019 y 2020?

Periodo Marzo - Septiembre 2019						
	Menos de 1.000\$	1.001\$ – 5.000\$	5.001\$ - 9.000\$	9.001\$ - 13.000\$	13.001\$ - 17.000\$	Más de 17.000\$
Marzo						
Abril						
Mayo						
Junio						
Julio						
Agosto						
Septiembre						
Periodo Marzo - Septiembre 2020						
Marzo						
Abril						
Mayo						
Junio						
Julio						
Agosto						
Septiembre						

3. ¿Cuál fue el promedio de egresos (sumatoria de costos fijos, costos variables y gastos) que tuvo el hostel en el periodo de marzo a septiembre del año 2019 y 2020?

Periodo Marzo - Septiembre 2019						
	Menos de 1.000\$	1.001\$ – 5.000\$	5.001\$ - 9.000\$	9.001\$ - 13.000\$	13.001\$ - 17.000\$	Más de 17.000\$
Marzo						
Abril						
Mayo						
Junio						
Julio						
Agosto						
Septiembre						
Periodo Marzo - Septiembre 2020						
Marzo						
Abril						
Mayo						
Junio						
Julio						
Agosto						
Septiembre						

4. ¿Cuál fue el presupuesto promedio destinado para inversión en infraestructura en el periodo de marzo a septiembre del año 2019 y 2020?

Periodo Marzo - Septiembre 2019						
	Menos de 500\$	5001\$ – 1.000\$	1.001\$ - 1.500\$	1.501\$ - 2.000\$	2.001\$ - 2.500\$	Más de 2.500\$
Marzo						
Abril						
Mayo						
Junio						
Julio						
Agosto						
Septiembre						
Periodo Marzo - Septiembre 2020						
Marzo						
Abril						
Mayo						
Junio						
Julio						
Agosto						
Septiembre						

5. ¿Cuánto personal fijo tuvo el hostel en el periodo de marzo a septiembre del año 2019 y 2020?

Periodo Marzo - Septiembre 2019						
	Ningún empleado	1 - 3	4 - 6	7 – 9	10 - 12	Más de 12
Marzo						
Abril						
Mayo						
Junio						
Julio						
Agosto						
Septiembre						
Periodo Marzo - Septiembre 2020						
Marzo						
Abril						
Mayo						
Junio						
Julio						
Agosto						
Septiembre						

6. ¿Qué estrategias se aplicaron por el hostel para su reactivación económica en el periodo de marzo a septiembre del año 2020?

- a. Promociones
 Especifique:
 •
 •
 •
 •
- b. Incremento en la oferta de nuevos productos o servicios
 Especifique:
 •
 •
 •
 •
- c. Cambio de giro del negocio
 Especifique:
 •
 •
 •
 •
- d. Reducción de costos y gastos
 Especifique:
 •
 •
 •
 •
- e. Otra
 Especifique:
 •
 •
 •
 •

7. ¿Cuáles de las estrategias aplicadas para la reactivación económica del hostel generaron mejores resultados en el periodo de marzo a septiembre del año 2020?

- a. Promociones
 Especifique:
 •
 •
 •
 •

b. Incremento en la oferta de nuevos productos o servicios

Especifique:

-
-
-
-

c. Cambio de giro del negocio

Especifique:

-
-
-
-

d. Reducción de costos y gastos

Especifique:

-
-
-
-

e. Otra

Especifique:

-
-
-
-

8. El conjunto de estrategias aplicadas en este periodo le permitieron:

Cubrir los costos básicos del establecimiento	<input type="checkbox"/>
Cubrir los costos básicos del establecimiento y obtener una mínima ganancia	<input type="checkbox"/>
Cubrir los costos básicos del establecimiento y obtener una ganancia aceptable	<input type="checkbox"/>
Cubrir los costos básicos del establecimiento, obtener una ganancia aceptable y generar plazas de empleo	<input type="checkbox"/>

9. Si la situación del turismo no mejora durante los próximos 6 meses. ¿Qué tan probable es que el hostel cierre definitivamente?

Nada probable	
Poco probable	
Algo probable	
Muy probable	