



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Tema: “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de los pueblos mágicos de San Gabriel y Cotacachi y la demanda de los servicios turísticos.”

Trabajo de Integración Curricular previa la obtención del
título de Licenciados en Turismo

AUTORES: Jarrín Chamorro Raquel Erika

Peñaherrera Narváez David Ihsahn

TUTOR: Ing. Guevara Rosero Jairo Mauricio MSc.

Tulcán, 2022

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que los estudiantes Raquel Erika Jarrín Chamorro y David Ihsahn Peñaherrera Narváez con número de cédula 1004186423 y 0401942446 respectivamente, han elaborado bajo mi dirección el TIC titulado: “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de los pueblos mágicos de San Gabriel y Cotacachi y la demanda de los servicios turísticos”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación, por lo tanto, autorizo la sustentación de la presentación para la calificación respectiva.

f.....

Guevara Rosero Jairo Mauricio, MSc.

Tulcán, julio de 2022

AUTORÍA DE TRABAJO

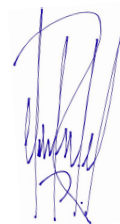
El presente TIC constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciados en la Carrera de Turismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales.

Nosotros, Raquel Erika Jarrín Chamorro y David Ihsahn Peñaherrera Narváez con cédula de identidad número 1004186423 y 0401942446 respectivamente, declaramos: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



f.....

Jarrín Chamorro Raquel Erika
AUTORA



f.....

Peñaherrera Narváez David Ihsahn
AUTOR

Tulcán, julio de 2022

ACTA DE SESIÓN DE DERECHOS DEL TIC

Nosotros, Raquel Erika Jarrín Chamorro y David Ihsahn Peñaherrera Narváez, declaramos ser autores de los criterios emitidos en el TIC: “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de los pueblos mágicos de San Gabriel y Cotacachi y la demanda de los servicios turísticos” y se exime expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Jarrín Chamorro Raquel Erika

AUTORA



f.....

Peñaherrera Narváez David Ihsahn

AUTOR

Tulcán, julio de 2022

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por concederme la vida, guiar mis pasos, por darme entendimiento y la oportunidad de aprender las enseñanzas que me han impartido mis maestros a lo largo de mi vida estudiantil y ahora alcanzar una meta más en mi carrera profesional.

A mi familia por el amor, el apoyo y la guía incondicional para cada día ser mejor persona y para poder cumplir con todo lo que me he propuesto a lo largo de mi vida.

También quiero agradecer a mi compañero David Peñaherrera, quien con paciencia me ha acompañado y ha sido un pilar fundamental en este proceso educativo para lograr culminar esta etapa.

A nuestro tutor Msc. Jairo Guevara quien nos guió en cada paso de nuestro proyecto. Y a todos los docentes que día a día nos compartieron sus conocimientos impulsándonos a ser buenos profesionales.

Jarrín Chamorro Raquel Erika

Quiero agradecer a los 2 pilares fundamentales en mi proceso, tanto como profesional y como persona, que son mis padres, Susana Narváez y Juan Pablo Peñaherrera, quienes siempre me brindaron su apoyo en este camino, con su amor incondicional hacia mí.

De igual manera agradecer a nuestro tutor, el Msc. Jairo Guevara, quien con sus conocimientos impartidos a lo largo de este proceso supo guiarnos por el camino correcto, y de modo general a todos los docentes de esta importante casona, quienes contribuyeron a mi formación profesional.

Por último, quiero agradecer a mi novia y compañera de tesis, Raquel, por ser una persona importante para mí durante este proceso y siempre brindarme su cariño y apoyo sincero.

Peñaherrera Narváez David Ihsahn

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mi abuelita Olga Vaca y a mi madre Rocío Chamorro quienes con su apoyo, sacrificio y consejos me impulsan y motivan para esforzarme en mis estudios y para alcanzar mis metas, mis objetivos y mis sueños.

A mi padre Edmundo Jarrín quien siempre con cariño y calidez me anima a continuar.

A mi tío Ing. Rubén Chamorro, a mi hermano René y a mi bisabuelita Blanca que siempre me acompañan y ayudan a seguir hacia adelante.

A mi madrina Ing. Anita Carranco por su apoyo incondicional, quien es mi ejemplo a seguir.

Gracias a todos por ayudarme y enseñarme a volar lejos con la visión de cumplir mis ideales y mis metas.

Jarrín Chamorro Raquel Erika

Este trabajo, que representa la culminación de una importante etapa de mi vida, es dedicado a mis padres y mi hermano, quienes tanto se esmeraron y depositaron su amor y confianza en mí para poder lograrlo.

De igual forma, quiero dedicarlo de manera especial a mi madrina Marcela Peñaherrera, quien no está conmigo más de manera física, sin embargo, fue y sigue siendo una persona que me quiso muchísimo tanto como yo a ella, y siempre quiso verme triunfar. Esto también es para usted tía Marce, le amo mucho.

Peñaherrera Narváez David Ihsahn

ÍNDICE

RESUMEN	14
ABSTRACT	16
INTRODUCCIÓN	17
I PROBLEMA	19
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.3 JUSTIFICACIÓN	19
1.4 OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	20
1.4.1 Objetivo General	20
1.4.2 Objetivos Específicos.....	20
1.4.3 Preguntas de investigación.....	20
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	21
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	22
2.2. MARCO TEÓRICO	23
III. METODOLOGÍA.....	43
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	43
3.1.1 Enfoque	43
3.1.2 Tipo de investigación	43
3.2 HIPÓTESIS	44
3.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	45
3.4 MÉTODOS A UTILIZAR.....	47
3.4.1 Métodos.....	47
3.4.2 Técnicas e instrumentos de investigación	47
3.5 ANÁLISIS ESTADÍSTICO	47
3.5.1 Población y Muestra.....	48
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	42
4.1.RESULTADOS	42
4.2 DISCUSIÓN	122
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	130
5.1 CONCLUSIONES	131
5.2 RECOMENDACIONES.....	132
VI REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	133
VII. ANEXOS	136

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de la variable dependiente.....	45
Tabla 2. Operacionalización de la variable independiente	46
Tabla 3. Población y muestra Cotacachi	48
Tabla 4. Población y muestra San Gabriel	49
Tabla 5. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 1.....	50
Tabla 6. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 2.....	51
Tabla 7. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 3.....	52
Tabla 8. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 4.....	53
Tabla 9. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 5.....	54
Tabla 10. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 6.....	55
Tabla 11. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 7.....	56
Tabla 12. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 8.....	57
Tabla 13. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 9.....	58
Tabla 14. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 10.....	59
Tabla 15. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 11.....	60
Tabla 16. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 12.....	61
Tabla 17. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 13.....	62
Tabla 18. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 14.....	63
Tabla 19. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 15.....	64
Tabla 20. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 16.....	65
Tabla 21. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 17.....	66
Tabla 22. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 18.....	67
Tabla 23. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 19.....	68
Tabla 24. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 20.....	69
Tabla 25. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 21.....	70
Tabla 26. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 22.....	71
Tabla 27. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 23.....	72
Tabla 28. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 24.....	73
Tabla 29. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 25.....	74
Tabla 30. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 26.....	75

Tabla 31. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 27	76
Tabla 32. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 28	77
Tabla 33. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 29	78
Tabla 34. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 30	79
Tabla 35. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 31	80
Tabla 36. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 32	81
Tabla 37. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 33	82
Tabla 38. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 34	83
Tabla 39. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 35	84
Tabla 40. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 36	85
Tabla 41. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 37	86
Tabla 42. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 38	87
Tabla 43. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 39	88
Tabla 44. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 40	89
Tabla 45. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 41	90
Tabla 46. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 42	91
Tabla 47. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 43	92
Tabla 48. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 44	93
Tabla 49. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 45	94
Tabla 50. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 46	95
Tabla 51. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 47	96
Tabla 52. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 48	97
Tabla 53. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 49	98
Tabla 54. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 50	99
Tabla 55. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 51	100
Tabla 56. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 52	101
Tabla 57. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 53	102
Tabla 58. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 54	103
Tabla 59. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 55	104
Tabla 60. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 56	105
Tabla 61. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 57	106
Tabla 62. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 58	107
Tabla 63. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 59	108

Tabla 64. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 60.....	109
Tabla 65. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 61.....	110
Tabla 66. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 62.....	111
Tabla 67. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 63.....	112
Tabla 68. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 64.....	113
Tabla 69. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 65.....	114
Tabla 70. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 66.....	115
Tabla 71. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 67.....	116
Tabla 72. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 68.....	117
Tabla 73. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 69.....	118
Tabla 74. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 70.....	119
Tabla 75. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 71.....	120
Tabla 76. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 72.....	121
Tabla 77. Interpretación de la prueba estadística	122
Tabla 78. Interpretación de la prueba estadística	123
Tabla 79. Interpretación de la prueba estadística	123
Tabla 80. Interpretación de la prueba estadística	124
Tabla 81. Interpretación de la prueba estadística	124
Tabla 82. Interpretación de la prueba estadística	125
Tabla 83. Interpretación de la prueba estadística	126
Tabla 84. Interpretación de la prueba estadística	126
Tabla 85. Media aritmética de las correlaciones de San Gabriel y Cotacachi	127

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Afectación de la pandemia a los ingresos económicos	50
Figura 2. Dificultad al adquirir servicios turísticos	51
Figura 3. Seguridad al adquirir un servicio de alojamiento en pandemia	52
Figura 4. Seguridad al adquirir un servicio de alimentación en pandemia.....	53
Figura 5. Seguridad al adquirir el servicio de agencias de viajes en pandemia	54
Figura 6. Seguridad al adquirir un servicio de transporte turístico en pandemia	55
Figura 7. Cumplimiento de medidas de bioseguridad en los servicios de alojamiento.....	56
Figura 8. Cumplimiento de medidas de bioseguridad en los servicios de alimentación.....	57
Figura 9. Cumplimiento de medidas de bioseguridad en agencias de viajes	58
Figura 10. Cumplimiento de medidas de bioseguridad en servicios de transporte turístico ...	59
Figura 11. Tiempo de estancia en el sitio	60
Figura 12. Demanda del servicio de alojamiento	61
Figura 13. Demanda del servicio de alimentación	62
Figura 14. Demanda del servicio de agencias de viajes	63
Figura 15. Demanda del servicio de transporte turístico	64
Figura 16. Calidad del servicio de alojamiento	65
Figura 17. Calidad del servicio de alimentación	66
Figura 18. Calidad del servicio de agencias de viajes	67
Figura 19. Calidad del servicio de transporte turístico.....	68
Figura 20. Importancia para requerir el servicio de alojamiento.....	69
Figura 21. Importancia para requerir el servicio de alimentación.....	70
Figura 22. Importancia para requerir el servicio de agencias de viajes.....	71
Figura 23. Importancia para requerir el servicio de transporte turístico.	72
Figura 24. Importancia de las medidas de bioseguridad del servicio	73
Figura 25. Importancia del precio del servicio	74
Figura 26. Importancia de la calidad del servicio.....	75
Figura 27. Importancia de la ubicación del servicio.....	76
Figura 28. Ingresos destinados en servicios de alojamiento.....	77
Figura 29. Ingresos destinados en servicios de alimentación.....	78
Figura 30. Ingresos destinados en servicios de agencias de viajes.....	79
Figura 31. Ingresos destinados en servicios de transporte turístico	74
Figura 32. Establecimientos de alojamiento conocidos	81

Figura 33. Establecimientos de alimentación conocidos	82
Figura 34. Agencias de viajes conocidas	83
Figura 35. Servicios de transporte turístico conocidos	84
Figura 36. Recomendación de los servicios brindados en el sitio	85
Figura 37. Afectación de la pandemia a los ingresos económicos.....	86
Figura 38. Dificultad al adquirir servicios turísticos.....	87
Figura 39. Seguridad al adquirir un servicio de alojamiento en pandemia.....	88
Figura 40. Seguridad al adquirir un servicio de alimentación en pandemia	89
Figura 41. Seguridad al adquirir el servicio de agencias de viajes en pandemia	90
Figura 42. Seguridad al adquirir el servicio de transporte turístico en pandemia.....	91
Figura 43. Cumplimiento de las medidas de bioseguridad en los servicios de alojamiento....	92
Figura 44. Cumplimiento de las medidas de bioseguridad en las agencias de viajes	94
Figura 45. Cumplimiento de medidas de bioseguridad en servicios de transporte turístico ...	95
Figura 46. Tiempo de estancia en el sitio.....	96
Figura 47. Demanda del servicio de alojamiento.....	97
Figura 48. Demanda del servicio de alimentación	98
Figura 49. Demanda del servicio de agencias de viajes.....	99
Figura 50. Demanda del servicio de transporte turístico	100
Figura 51. Calidad del servicio de alojamiento	101
Figura 52. Calidad del servicio de alimentación	102
Figura 53. Calidad del servicio de agencias de viajes.....	103
Figura 54. Calidad del servicio del transporte turístico	104
Figura 55. Importancia para requerir el servicio de alojamiento.	105
Figura 56. Importancia para requerir el servicio de alimentación.	106
Figura 57. Importancia para requerir el servicio de agencias de viajes.	107
Figura 58. Importancia para requerir el servicio de transporte turístico.....	108
Figura 59. Importancia de las medidas de bioseguridad del servicio	109
Figura 60. Importancia del precio del servicio	110
Figura 61. Importancia de la calidad del servicio	111
Figura 62. Importancia de la ubicación del servicio	112
Figura 63. Ingresos destinados en servicios de alojamiento	113
Figura 64. Ingresos destinados en servicios de alimentación	114
Figura 65. Ingresos destinados en servicios de agencias de viajes	115

Figura 66. Ingresos destinados en servicios de transporte turístico	116
Figura 67. Establecimientos de alojamiento conocidos en el sitio	117
Figura 68. Establecimientos de alimentación conocidos en el sitio	118
Figura 69. Agencias de viajes conocidas en el sitio	119
Figura 70. Servicios de transporte turístico conocidos en el sitio	120
Figura 71. Recomendación de los servicios brindados en el sitio	121
Figura 72. Aplicación de encuestas	137
Figura 73. Aplicación de encuestas	137

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Acta de la sustentación de pre-defensa del TIC	136
Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas	137
Anexo 3: Encuesta aplicada variable independiente	138
Anexo 4: Encuesta aplicada variable dependiente	140

RESUMEN

La presente investigación se realiza con la finalidad de analizar como la pandemia por COVID-19 en el sector turístico de San Gabriel y Cotacachi afecta a la demanda de los servicios turísticos de estos dos lugares. El propósito del estudio es comparar la incidencia de la pandemia por COVID-19 en la demanda de los servicios turísticos de San Gabriel y Cotacachi para la identificación de su afectación en los dos pueblos mágicos. Para el desarrollo de la investigación se aplicó una metodología con enfoque cuantitativo, desarrollando una investigación exploratoria y correlacional, aplicando el método no experimental y una prueba no paramétrica correlacional. Tanto para la obtención de datos de la variable dependiente como independiente se aplicaron encuestas conformadas por cuestionarios, todo ello dirigido a turistas de San Gabriel y Cotacachi. Los resultados obtenidos en la investigación indican una mayor frecuencia de demanda de servicios turísticos en Cotacachi, en comparación con San Gabriel, con un crecimiento del 26,5% de su demanda turística. De igual forma, al aplicar la prueba no paramétrica correlacional de Tau b – de Kendall, se obtiene como resultado que la demanda de servicios turísticos de Cotacachi se vio más afectada a causa de la pandemia en comparación con San Gabriel, obteniendo una diferencia de 0,181 en el valor de Tau b – de Kendall calculado, lo que permite obtener una moderada correlación en San Gabriel, frente a una buena correlación en Cotacachi. A la par de todos los resultados obtenidos, todo deriva en la aceptación de la hipótesis alternativa de investigación, afirmando así que la Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de San Gabriel y Cotacachi incide en la demanda de sus servicios turísticos.

Palabras clave: Demanda turística, pandemia, Covid – 19, correlación

ABSTRACT

This research is carried out with the purpose of analyzing how the COVID-19 pandemic in the tourism sector of San Gabriel and Cotacachi can affect the demand for tourism services in these two places. The purpose of the study is to compare the incidence of the COVID-19 pandemic on the demand for tourist services in San Gabriel and Cotacachi to identify its impact on the two magical towns. For the development of the research, a methodology with a quantitative approach was applied, an exploratory and correlational research was developed, applying the non-experimental method and a non-parametric correlational test. Both to obtain data on the dependent and independent variables, surveys made up of questionnaires will be applied, all of which are aimed at tourists from San Gabriel and Cotacachi. The results obtained in the investigation indicate a higher frequency of demand for tourist services in Cotacachi, compared to San Gabriel, with a growth of 26.5% of its tourist demand. Similarly, when applying the non-parametric correlational Tau b - Kendall test, the result is that the demand for tourist services in Cotacachi was more affected by the pandemic compared to San Gabriel, obtaining a difference of 0.181 in the calculated value of Tau b – de Kendall, which allows obtaining a moderate influence in San Gabriel, compared to a good influence in Cotacachi. Along with all the results obtained, everything leads to the acceptance of the alternative research hypothesis, thus affirming that the COVID-19 Pandemic in the tourism sector of San Gabriel and Cotacachi affects the demand for their tourism services.

Keywords: Tourist demand, pandemic, Covid – 19, correlation

INTRODUCCIÓN

La pandemia por COVID –19 tuvo inicio en el año 2019 en la ciudad de Wuhan china y rápidamente se fue expandiendo por el mundo, llegando así a Ecuador en el primer trimestre del año 2020, causando estragos de todo tipo y propagándose rápidamente, esto produjo que el gobierno declarara estado de emergencia en el país, llevando al COE nacional a implementar medidas para detener la circulación del virus, las restricciones que implementaron fueron: toque de queda, restricción vehicular, tuvieron que implementar aforo en hoteles, centros comerciales, restaurantes, centros turísticos, etc.

Tomando en cuenta lo anteriormente mencionado, el tema de la presente investigación es “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de los pueblos mágicos de San Gabriel y Cotacachi y la demanda de los servicios turísticos. ”Con la limitación para realizar turismo, este fue afectado a gran escala ya que las personas no podían visitar diferentes destinos con normalidad. La presente investigación busca comparar la demanda de los servicios turísticos de los pueblos mágicos de San Gabriel y Cotacachi, para así determinar cómo afecto esta pandemia por COVID –19 en estos pueblos mágicos.

El primer capítulo se encuentra conformado por el problema de investigación, se identifica las variables, en nuestro caso se tomaron dos estas son: demanda de servicios turísticos y La pandemia por Covid-19 en el sector turístico, también se encuentran los objetivos que se irán cumpliendo mediante el desarrollo de la investigación y la justificación, donde se argumentarán los motivos para llevar a cabo el presente trabajo, y se dará a conocer quiénes serán los beneficiados directos e indirectos del mismo.

Dentro del segundo capítulo se pueden encontrar antecedentes investigativos, los cuales han sido de gran utilidad para poder construir un modelo adecuado de investigación en el aspecto metodológico que permita desarrollar el trabajo de la manera adecuada. Por otro lado, está la fundamentación teórica de las variables de estudio conforman la investigación, donde se conceptualiza y fundamentan varias temáticas que son necesarias para la investigación.

En el tercer capítulo que contiene la metodología de la investigación, se encuentra el enfoque a aplicar, el cual es cuantitativo, contiene la hipótesis que se ha planteado para la realización del trabajo y la operacionalización de las variables, donde se definirá como se observará y se medirán las variables de investigación, además de los métodos utilizados. De igual manera en este capítulo se da a conocer la prueba estadística a ser aplicada, que en este caso es la prueba correlacional no paramétrica Tau b de Kendall.

El Cuarto capítulo contiene los resultados que proporciona la investigación gracias a los datos que proyectaron las encuestas, cada resultado es presentado con una tabla y figura respectivamente, además de una interpretación del mismo. De igual se encuentra la discusión, conclusiones y recomendaciones de la investigación, y al final se puede observar las referencias bibliográficas y anexos que respaldan los datos.

I PROBLEMA

1.1 Planteamiento Del Problema

La pandemia por Covid – 19, ha representado un fuerte impacto social, económico, y de salud sin precedente a nivel mundial. Uno de los sectores más afectados por la pandemia fue el turístico. Millones de desempleados, son la fiel representación del declive que han vivido miles de hoteles, restaurantes y demás servicios turísticos alrededor de todo el mundo, representando aproximadamente pérdidas de 1,6 billones de dólares. El Ecuador no ha sido la excepción, teniendo un decrecimiento del 60% de ingresos en el ámbito turístico, representado en 38404 plazas de empleo perdidas, producto de la pandemia. El turismo aporta el 2,2% del Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador, de unos 110.000 millones de dólares. En 2019, este sector registró ingresos por 2.200 millones de dólares (Prado, 2020). Cabe destacar que todas estas pérdidas ya mencionadas, han sido producto de las restricciones y medidas de bioseguridad, aplicadas con el fin de preservar la salud de las personas, razón por la cual ha sido muy complejo y en casos imposible laborar con normalidad, paralizando viajes, reservas a hoteles, salidas a restaurantes, tours, cruceros, y toda actividad relacionada con el turismo. San Gabriel y Cotacachi son dos localidades denominadas pueblos mágicos, los cuales surgen a partir de un proyecto que es originalmente ejecutado en México, donde se da esta declaratoria a lugares, (sean cantones o ciudades) que se caracterizan por ser considerados potenciales turísticamente. Este par de pueblos mágicos de igual manera han sufrido las consecuencias de las medidas adoptadas por la pandemia, teniendo complicaciones en el ámbito turístico. La presente investigación se centrará en cómo ha sido afectada la demanda de los servicios turísticos de estos sectores por la pandemia del Covid – 19 y cuáles han sido sus repercusiones.

1.2 Formulación Del Problema

La pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de los pueblos mágicos de San Gabriel y Cotacachi provoca un bajo desarrollo turístico en los mismos, lo que genera una escasa demanda de sus servicios turísticos durante la pandemia.

1.3 Justificación

La presente investigación se realiza con el fin de profundizar acerca de esta problemática tan importante como son los efectos de la pandemia por Covid – 19 en la demanda de los servicios turísticos de dos pueblos mágicos del país, en este caso San Gabriel y Cotacachi. En estos lugares, al ser pueblos mágicos, la actividad turística debería ser considerada un pilar

de mucha importancia para su desarrollo, por lo que la situación actual debe afectar de sobremanera. Según el Ministerio de Turismo (2020) “El Programa Pueblos Mágicos Ecuador busca diversificar la oferta turística a nivel nacional, mediante la puesta en valor de las localidades que cuentan con las condiciones necesarias para implementar procesos de fortalecimiento de la actividad turística”. Este programa ha sido ejecutado alrededor de 4 ejes como son el desarrollo de productos, identidad gastronómica, revalorización del patrimonio y promoción. Esta investigación puede ser favorable para poder realizar la comparativa y estar al tanto de que pueblo mágico ha sido más afligido turísticamente por la pandemia e identificar qué servicios turísticos han sido más afectados, con el fin de exteriorizarlo hacia las autoridades competentes y se tomen en cuenta planes de reactivación. Los beneficiarios directos de esta investigación serán los propietarios y funcionarios de los servicios turísticos de San Gabriel y Cotacachi, ya que, realizando un estudio en este ámbito, se tendrá oportunidad de presentar su problemática a entidades competentes y así se podrán indagar soluciones a su problemática en relación a la pandemia causada por el Covid – 19. Los beneficiarios indirectos de esta investigación serán los demandantes de los servicios turísticos de las dos localidades.

1.4 Objetivos Y Preguntas De Investigación

1.4.1 Objetivo General

- Comparar la incidencia de la pandemia por COVID-19 en la demanda de los servicios turísticos de San Gabriel y Cotacachi para la identificación de su afectación.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las variables de investigación.
- Identificar los efectos provocados por la pandemia en el sector turístico de cada uno de los pueblos mágicos para el análisis de posibles soluciones.
- Determinar la demanda efectiva y no efectiva de los servicios turísticos de los pueblos mágicos de San Gabriel y Cotacachi para la identificación de su situación actual.
- Analizar la correlación existente entre las variables de investigación en San Gabriel y Cotacachi para la determinación de la diferencia de incidencia entre los dos lugares investigados.

1.4.3 Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los fundamentos bibliográficos acerca de la pandemia por COVID – 19 y los servicios turísticos?
- ¿Cuáles han sido los efectos provocados por la pandemia en el sector turístico de San Gabriel y Cotacachi?

- ¿Cuál es la situación actual de la demanda turística en los pueblos mágicos de San Gabriel y Cotacachi?
- ¿Cuál es la correlación existente entre las variables de investigación en San Gabriel y Cotacachi?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Antecedentes Investigativos

Un primer trabajo corresponde a Félix y García (2020), quienes realizaron un “Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador.”, publicado en la Revista Internacional De Turismo, Empresa Y Territorio. Esta investigación se realizó con el propósito de realizar un diagnóstico de las pérdidas ocasionadas al sector empresarial turístico durante los meses de marzo, abril y mayo motivado por el estado de emergencia sanitaria (COVID-19). Para la ejecución del proyecto se utilizó un cuestionario como técnica de recolección de datos, teniendo en cuenta varios aspectos dentro de la problemática como pérdidas económicas originadas por la pandemia, la tasa de desempleo a raíz del confinamiento y las posibles estrategias de reactivación. La información obtenida fue procesada mediante el estadístico SPSS y se analizó mediante los métodos estadísticos univariantes y bivariantes. Los resultados mostraron una pérdida tanto en ingresos mensuales, clientes como en talento humano a nivel general, siendo los sectores más afectados el de restaurantes y centros recreacionales con una media de pérdida de 866 PAX mensuales. El aporte de esta investigación para nuestro proyecto es que nos muestra una metodología eficiente para la recolección de datos y muestra de resultados que nos lleva a la conclusión de que se debe ejecutar un plan de reactivación turística en el lugar de estudio.

Una segunda investigación concierne a Mooney y Zegarra (2020), titulada “COVID-19: shock sin precedentes sobre el turismo en América Latina y el Caribe”. Este trabajo tiene como objetivo exponer las secuelas que ha traído la pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de los países de América Latina y El Caribe, mostrando un gran golpe en el aspecto social, económico y productivo. Esta investigación aporta a nuestro trabajo de manera positiva en el aspecto de que ejecuta el tipo de investigación documental, para obtener los datos y cifras obtenidos, la misma que nos servirá para obtener los datos necesarios de nuestra variable independiente investigativa.

Una tercera investigación corresponde a Velva (2020), cuyo tema es “El Covid – 19 en los destinos turísticos”, elaborado en la Universidad Técnica de Ambato, que tiene como propósito analizar los efectos causados por el COVID – 19, en los destinos turísticos de Baños de Agua Santa. Para la ejecución del proyecto se utilizaron instrumentos como encuestas y entrevistas. Para su análisis estadístico se utilizó la prueba de Tau b de Kendall, el cual contribuyó a aceptar

la hipótesis alterna y llegar a la conclusión de que El COVID – 19 sí influye en los destinos turísticos de Baños de Agua Santa. Esta investigación aporta a nuestro trabajo en conocer que estadístico podemos aplicar para conocer la incidencia entre dos variables, que en este caso son muy similares a las que investigamos en nuestro proyecto, y así tener una guía de cómo aplicar la metodología de la manera correcta.

2.2. Marco Teórico

Variable independiente: La Pandemia en el sector turístico

Pandemia por Covid-19

Según la OMS, (2019):

La COVID-19 es la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2. La mayoría de las personas infectadas por el virus de la COVID-19 presentan cuadros respiratorios de leves a moderados y se recuperan sin tratamiento especial. Las personas mayores y las que padecen afecciones médicas subyacentes, como enfermedades cardiovasculares, diabetes, enfermedades respiratorias crónicas o cáncer, tienen más probabilidades de presentar un cuadro grave.

La pandemia en el sector turístico

La emergencia por la pandemia de Covid-19 hizo necesario que todas las empresas cierren sus labores diarias, con excepción de locales que expenden productos de primera necesidad.

El sector turístico es frágil, ya que depende de que las personas puedan viajar a realizar turismo, este servicio, fue el más perjudicado con esta situación, con la disminución de la cantidad de turistas que podían adquirir los servicios turísticos, se puede suponer que el consumo de estos servicios fue bajo ya que los gobiernos obligaron a realizar cuarentena, las personas no podían salir de sus casas, esto con la finalidad de evitar contagios.

Una realidad es que muchas empresas tuvieron que cerrar sus locales y cesar sus funciones, ocasionando el despido de muchos trabajadores, el sector del turismo las empresas que lograron sobrevivir a este momento, también deben sufrir el hecho de que la demanda para adquirir sus servicios se ve reducida, con el tiempo lo que se espera es recuperar la confianza de los clientes de que adquirir servicios turísticos es seguro, y con esto ir volviendo a la normalidad

Según Félix y García (2020):

Las pandemias tienen una fuerte incidencia en el comportamiento turístico mundial debido a que una de las principales fuentes de contagio está relacionada con el tráfico internacional de pasajeros. Por ende, una de las principales acciones promovidas por las organizaciones a nivel mundial y de los Estados es el cierre de las fronteras (terrestres, marítimas o aéreas) como una forma de contener los contagios. Por otra parte, el temor al contagio por parte de los posibles viajeros, junto a las restricciones de movilización, provocan una seria restricción de la movilidad a iniciativa de los gobiernos para contrarrestar las infecciones. Esto ha provocado como nunca una práctica paralización de la actividad turística mundial sin precedente alguno como consecuencia de la pandemia del COVID-19.

Las pandemias han tenido un impacto dramático en el comportamiento de los viajes a nivel mundial, siendo una de las principales fuentes de contagios asociadas con los viajes internacionales. Por eso, una de las principales actividades que impulsan organizaciones de todo el mundo y países es cerrar fronteras (terrestres, marítimas o aéreas) como forma de prevenir contagios. Por otro lado, el miedo al contagio por parte de los posibles viajeros, sumado a la movilidad limitada, provoca severas restricciones de movimiento, iniciadas por los gobiernos para combatir la propagación del virus. Esto ha resultado en una parálisis sin precedentes de los viajes globales debido a la pandemia de COVID-19.

Castello (2020), afirma que:

A primeros rasgos, parece que en la gestión y ejecución de la oferta y demanda turística se pueden producir algunos de los siguientes cambios: En cuanto a la gestión de la oferta turística por parte de actores estatales y/o privados, el potencial radica en su diversificación, que se apoya en una sola actividad. Para evitar el mercado. Existen esfuerzos por promover el turístico interno y hacer que los viajes dentro de este país y región sean más competitivos, pero regulados. Centrarse en los cambios que se producen en la demanda -entendida como las preferencias del consumidor post-crisis-, turismo entre zonas desfavorecidas y personas más o más diversificadas respetando la cultura y la identidad Implementar el programa de desarrollo. Una ciudad o punto de interés que limita o restringe el número de visitantes diarios.

Hay algunos cambios, especialmente en términos de turistas y la forma en que viajan. Reservar cruceros y hoteles más pequeños garantiza una menor concentración de personas. Servicio de comedor a la carta o servicio de buffet limitado para evitar la contaminación de los alimentos. Un estricto protocolo de limpieza para garantizar la confianza de los huéspedes en los servicios durante su estancia o en movimiento. Aeronaves con menos pasajeros, ya sea por una menor demanda o por la capacidad de acomodar un mayor espacio entre los asientos ocupados. Los cambios relacionados con la conexión entre los viajeros y las agencias de viajes experimentan un resurgimiento de sus actividades debido a las demandas de cancelaciones, demoras y falta de atención personalizada para resolver los problemas ocasionados por una adecuada atención médica. Existe la posibilidad de que exista una relación, ya que en el momento de la crisis se estaba generando el uso de .com.

Becerra, (2020) afirma que:

En la mayoría de los casos, la industria turística necesita adaptarse a la situación y necesidades sociales. Los servicios generalmente enfrentan situaciones que requieren la implementación de herramientas virtuales y técnicas como parte de una estrategia de organización, producción, promoción o venta, y además de poseer un segmento de mercado sectorial, se agrega la incertidumbre de la fecha en la que se pueda retomar la actividad afectada dentro de la industria del turismo, donde es necesario determinar la erradicación del virus y el tiempo de recuperación del sector social afectado. También está sujeto a restricciones, ya que las autoridades deciden qué actividades de producción deben funcionar en tiempos de crisis y colocan a la mayoría de la población mundial en condiciones de vida volátiles.

Existen actividades productivas dentro del sector turístico que se ven perjudicadas, como pueden ser: el transporte, la hotelería, las agencias, etc., desde la transmisión continente a continente y el hacinamiento bajo cualquier excusa, y estas son las propiedades que tienen estas actividades por su capacidad de generar las circunstancias que conectan multitudes y grandes refugiados convierten el aislamiento y la distancia social en un medio de interrupción abrumadora de la actividad turística.

Según Mooney y Segarra, (2020):

El impacto más grave y devastador de esta crisis es el impacto en la salud y el bienestar de las personas. Los costos asociados con este aspecto de la ocurrencia de COVID-19 son inconmensurables. Además de la pérdida de vidas y productividad de las personas infectadas, las precauciones (incluidos los cierres fronterizos y económicos), especialmente en las fronteras, son obvias, pero en la producción, los ingresos del gobierno, el empleo y la productividad tienen un gran impacto. El impacto en el turismo de casa y del exterior se está implementando, contribuyendo a impactar el turismo.

El impacto en los flujos financieros, comerciales y físicos transfronterizos fue significativo e históricamente sin precedentes. Los impactos en los sectores de manufactura, demanda de materias primas, viajes y turismo fueron generalizados paulatinamente. Para el turismo internacional, el impacto fue casi total: incluso si las restricciones de viaje pudieran levantarse de manera segura, es muy probable que el impacto de la crisis en las ganancias continúe pesando sobre la demanda turística durante algún tiempo.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020), afirma que:

En términos de factores temporales, el primer impacto de esta pandemia es similar a un shock de oferta por el cierre forzoso de fronteras e instalaciones turísticas, y luego dicho shock de oferta se siente cuando se apertura la frontera. Unido a la caída de la actividad económica del país emisor y al factor miedo. Por lo tanto, se espera que disminuya el flujo de turistas y disminuya el gasto por turista. Todos estos factores se describen en la siguiente sección. En primer lugar, existen factores regulatorios relacionados con la apertura y confinamiento de fronteras (shock de oferta inicial). En segundo lugar, teniendo en cuenta la contracción de la economía global, especialmente en el país de origen de los turistas, se espera que una disminución en los ingresos reduzca el flujo de visitantes extranjeros como en la recesión anterior, incluso si los otros dos factores no son efectivos, restringir los viajes y aumentar la conciencia de los riesgos de los turistas son suficientes para reducir significativamente la demanda turística. En el caso particular de la pandemia por coronavirus o COVID-19, la percepción de mayor importancia no solo concierne al destino turístico en sí, sino también particularmente

a los medios de transporte. Finalmente, el cuarto factor está relacionado con un menor de gasto por visitante. Esto puede deberse a una variedad de razones, incluida la intensificación de la competencia de precios en su destino.

Según Sánchez (2021):

La pandemia de COVID-19 ha tenido un gran impacto en el desarrollo económico en todo el mundo. Una demanda más baja conduce a precios de equilibrio más bajos y cantidades más bajas ofrecidas en el mercado. Además, la suspensión de los viajes al extranjero hizo que reaparecieran las barreras geográficas entre países, lo que llevó a un proceso de "término del fenómeno de la globalización" temporal prácticamente llevando todo a nueva normalidad de la pandemia. Uno de los cambios más urgentes y necesarios es, entre otros, la desinfección de manos con geles de alcohol acuoso, la limitación del aforo interior, el establecimiento de distancias de seguridad entre clientes, la ampliación de los horarios de las comidas, la implantación de protocolos sanitarios que exigen restricciones. Sobre todo, la capacidad del restaurante, como parte de eso, las ofertas turísticas deben revisar sus políticas de precios como resultado de la disminución de la demanda, la actividad turística predecible fuera de temporada en los próximos meses y los consiguientes límites de capacidad. Muchas infraestructuras se ven afectadas y las políticas de precios deben ser mucho más dinámicas para adaptarse a la demanda de forma casi inmediata.

Desde la perspectiva de la demanda, el COVID-19 ha cambiado el comportamiento de los turistas, determinado por la combinación de interacciones entre factores internos como la motivación, las actitudes y creencias y factores externos como el entorno económico. Seguridad, entorno sociocultural, etc. Sin embargo, la conciencia del riesgo juega un papel principal en este proceso y en el proceso de toma de decisiones para elegir un destino de viaje en particular. Los turistas tienden a cambiar su comportamiento. Más viajes por carretera, más reservas de última hora, más preocupación por los aspectos sanitarios del destino, evitan el contacto estrecho con otras personas y desarrollan más actividades al aire libre.

Chelby y Said (2020), a partir de la aplicación de encuesta de carácter no probabilístico aplicada a 308 turistas, exterioriza varias características que definen cambios de actitud de los turistas. Entre los cambios revelados en la mencionada investigación se pueden citar los siguientes:

- Elección de destinos turísticos menos conocidos: la mayor frecuencia de los turistas estudiados mantiene que su preferencia para próximos viajes serán destinos menos concurridos, buscando con esta decisión el prevenir cualquier posibilidad de contagios esto debido a la gran concurrencia de turistas en los destinos turísticos más demandados.
- Renuncia a viajar en grupo: los largos aislamientos de los cuales fueron partícipes muchos turistas durante meses, han forjado en ellos el deseo de autonomía, de sentir la necesidad de tomar sus propias decisiones. Ante este escenario particular, los viajes en grupo dejan de ser la primera opción para los turistas.
- Incremento de los seguros de viaje: a raíz de la pandemia, se ha convertido en algo de muchísimo interés para los turistas el conseguir información verídica y confiable acerca de la seguridad del destino que será visitado y de contratar seguros de viaje frente a varios escenarios, como pueden ser cancelaciones de vuelos y otros factores.
- Reducción de los gastos de viaje: los turistas, por necesidad y convicción, ajustarán su interés de viajes en destinos turísticos más próximos a su lugar de residencia, lo que signifique una reducción en el presupuesto, tanto de movilidad, como de estancia en el sitio.
- Mayor concienciación ambiental: la recuperación tanto ecológica como ambiental que vivieron muchos destinos turísticos durante el periodo de aislamiento ha despertado un interés por cuidar la naturaleza por parte del turista, naciendo así un interés ecológico por parte del sector turístico.
- Creciente búsqueda de información: debido a la problemática actual, los turistas se ven obligados a conocer las condiciones de bioseguridad de un determinado destino, lo cual se traduce en una demanda creciente de información que brinde confianza al turista acerca de un destino que desee visitar.
- Mayor tendencia a viajar en temporada baja: la demanda turística en destinos durante temporada baja, se verá en crecimiento, esto debido a que el turista buscará la manera de no coincidir con temporadas donde la aglomeración sea exagerada, todo por precautelar su salud y de igual manera optar por una reducción en los gastos de viaje destinados.

Pandemia en el sector Turístico del Ecuador

La pandemia del COVID-19 empezó en el año 2019, y fue identificada por primera vez el 1 de diciembre de 2019 en la ciudad de Wuhan, capital de la provincia de Hubei, en China, cuando se reportó a un grupo de personas con neumonía de causa desconocida. La Organización Mundial de la Salud OMS la reconoció como una pandemia global el 11 de marzo de 2020. En el caso de Ecuador, ese mismo día, la ministra de Salud, declaró el Estado de Emergencia Sanitaria en el Sistema Nacional de Salud del país. El presidente del Ecuador, el 16 de marzo de 2020, declaró el Estado de Excepción en el país donde se iniciaron varias restricciones para las personas y los negocios. Desde el 17 de marzo además rige un Toque de Queda. (Municipio de Quito, 2020, p2)

El Servicio de Rentas Internas (citado en Becerra, Ruiz, & Orellana, 2021) Afirma que la disminución de las ventas de las actividades del sector turístico redujo paralelamente la recaudación tributaria en un total de 50,3%; en alimentación se redujo un 38,3%, en alojamiento un 59,1%, en operaciones de intermediación un 58,3% y en transporte un 67,3%, como se muestra en la Fig. 8, valor obtenido del total de la recaudación tributaria del 2019 y del 2020; afectando a la economía del país de manera directa puesto que su impacto se ve reflejado en el Presupuesto General del Estado.

Según Guerra (2020):

El turismo internacional se contrae un 22% en el primer trimestre y si bien se estimaba que decaería entre un 60 a 80% en el conjunto en el año, la pérdida resultó ser mucho mayor, para el tercer trimestre del presente año, se calculan de “850 millones a 1100 millones de pérdidas en llegadas de turistas internacionales y de 910 mil millones a 1200 millones de pérdidas económicas, así también se estimó que alrededor de 100 millones de tasas de empleo se encontraban en riesgo”

Resoluciones del COE Nacional

El COE Nacional, (2020) resolvió:

Una vez cumplida la primera etapa de aislamiento que inició tras la declaratoria de emergencia sanitaria por COVID-19 y el estado de excepción mediante Decreto

Ejecutivo Nro. 1017 de 16 de marzo de 2020, a partir del 4 de mayo de 2020 inicia la etapa del “Distanciamiento Social” misma que se basará en una semaforización del territorio nacional.

Restricciones según el color de semáforo:

1. Rojo

- Respetar las normas obligatorias a nivel nacional.
- Autorización de actividades comerciales mediante pedidos por vía telefónica o en línea entrega a domicilio.
- amplía el horario de entrega a domicilio de productos de 07h00 a 22h00.
- Se autoriza el servicio de taxis entre las 05h00 a las 22h00, conforme la restricción según número de placa. Aplica un 30% de descuento al personal de salud, PN, FFAA, ACT, AMC, CTE, ASP, ECU911 y Seguridad Privada.
- Se mantiene la suspensión de la jornada laboral, excepto en sectores esenciales como ha funcionado hasta ahora.
- Según último número de placa: un día de circulación de automóvil por semana (prohibición fines de semana), como ha funcionado hasta ahora.
- Toque de queda se mantiene entre las 14h00 a 05h00.
- Autorización laboral adicional sólo en proyectos pilotos autorizados por COE Nacional.

2. Amarillo

- Respetar las normas obligatorias nivel nacional.
- Instituciones Públicas: la máxima autoridad de cada institución regula la actividad laboral: teletrabajo como prioridad. Pueden retomar trabajo presencial con un máximo de 50% de su personal a la vez. Se faculta la organización de turnos para evitar aglomeraciones.
- Empresas privadas: todos los sectores no esenciales deciden el momento de retorno a sus actividades. Teletrabajo como prioridad. Pueden retomar trabajo presencial hasta con un 50% de su personal a la vez. Se faculta la organización de turno para evitar aglomeraciones.
- Todas las actividades deben contar con protocolos y mecanismos de supervisión de síntomas para sus empleados y / o clientes.
- Se autoriza la atención de consulta externa de todas las especialidades médicas.
- reduce el toque de queda de 18h00 a 05h00.

3. Verde

- Respetar las normas obligatorias a nivel nacional.
- Instituciones Públicas: la máxima autoridad de cada institución regula la actividad laboral: teletrabajo como prioridad. Pueden retomar trabajo presencial con un máximo de 70 % de su personal a la vez. Se faculta la organización de turnos para evitar aglomeraciones.
- Empresas privadas: todos los sectores no esenciales deciden el momento de retorno a sus actividades. Teletrabajo como prioridad. Pueden retomar trabajo presencial hasta con un 70 % de su personal a la vez. Se faculta la organización de turnos para evitar aglomeraciones. Circulación vehicular según placas pares o impares.
- Toque de queda de 21h00 a 05h00.
- Se autoriza la atención de consulta externa de todas las especialidades médicas y las profesiones liberales. autoriza el funcionamiento de comercios con aforo máximo del 50%.
- Se autoriza el transporte urbano, Inter parroquial

Variable Dependiente: La demanda de servicios turísticos

Demanda Turística.

Socateli, (2013) afirma que:

Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar.

La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que, influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos.

La demanda está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus ocupaciones profesionales,

cuando se trata de viajes de negocios. Ésta se ve afectada, positiva y negativamente, por factores tales como: las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc.

Según Morillo (2010):

El sistema de demanda turística corresponde a las características propias del individuo que practica el turismo, tales como su situación financiera, posesión o acceso al equipamiento, factores cognitivos (percepción, conocimientos y aprendizaje), determinantes del comportamiento (emociones, necesidades, motivaciones, actitudes e imágenes) y otras características personales como compromiso, riesgo percibido o valores. Trauer, le confiere a las percepciones y experiencias del turista un papel relevante y por ello considera que el concepto del SIT comprende dos indicadores, el primero que trata sobre el interés especial del turista, desde la perspectiva de éste en un perfil psico-sociológico, en el contexto del ocio; y el segundo, apunta a la comercialización del ocio, al ámbito económico o pragmático.

Según Gonzáles y Conde (2011):

La demanda turística se clasifica en tres grandes grupos:

La demanda efectiva o actual: el número de personas que actualmente realizan turismo, es decir, que realmente viajan. Este es el grupo más fácil de medir y se refleja en las estadísticas en el mundo. Uno de los indicadores más útiles de la demanda efectiva es la preferencia a viajar, que tiene en cuenta el nivel de actividad turística de un determinado grupo de población.

La demanda no efectiva: Esta es la parte de la población que no viaja por alguna razón. En este grupo se incluyen: necesidades potenciales, relativas a personas que viajarán en el futuro cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más disponibilidad, mejores ingresos, etc.); y demanda acumulada, es decir, demanda que no se puede transitar por cuestiones ambientales o de abastecimiento (actividad de peligro en el sitio, falta de vivienda, etc.). En este grupo no debe olvidarse la población que no puede viajar, por el alto costo del lujo, no sólo en los países en vías de desarrollo sino también en los países desarrollados.

El tercer grupo lo configura la no demanda, conformada por personas que están en contra de los viajes, aquellos que simplemente no desean viajar

Determinantes de la demanda turística

Los componentes concluyentes que tienen atribución en la decisión de viajar influyen en la demanda turística y estos están clasificados en:

- Económicos
- Relativos a las unidades demandantes
- Sistema de comercialización
- Satisfacción del cliente

Factores económicos

- Nivel de renta disponible

Este factor se relaciona con la cantidad de dinero que un consumidor puede gastar en bienes recreativos, como viajes, después de haber pagado las necesidades básicas. En otras palabras, se refiere al límite presupuestario al que está sujeta la demanda. La relación entre la demanda turística y el nivel de ingresos es positiva

- Precios del destino

El impacto del precio en la demanda turística está estrechamente relacionado. La variedad de bienes y servicios que gastan los turistas se puede dividir en puramente turísticos: transporte y alojamiento, y no turísticos: alimentación. El incremento de los precios significa una depreciación de la demanda de los mismos, pero no una disminución de la demanda individual de viajes, ya que puede ser desviada hacia destinos diferentes.

Relativos a las unidades demandantes

- Gustos y preferencias del turista

El uso de servicios específicos por parte de los turistas puede explicarse por determinantes económicos de la demanda, pero hay un conjunto de variables que influyen en la demanda más que variables puramente económicas. Estos son

factores motivacionales, sociológicos, psicológicos, estilo de vida y estilo de vida, tiempo de ocio, nivel cultural, costumbres, creencias y creencias entre otros.

- Tiempo de ocio

El tiempo dedicado al ocio puede determinar la oportunidad de viajar, porque cuanto más tiempo libre, mayor es la oportunidad de viajar. Además, hay factores como vacaciones, vacaciones, puentes, etc. tienen un efecto positivo en la curva de demanda.

- Factores geográficos

“Varios factores como la proximidad, el clima o las ventajas de este lugar favorecen a quienes deciden viajar. La proximidad es un factor que promueve el turismo local o nacional.”

Sistema de comercialización

- Publicidad

La publicidad es lo que un destino emprende para dar a conocer ese destino en ciudades, sectores o países donde se puedan encontrar clientes potenciales para convencerlos. Los destinos turísticos esperan que la inversión en publicidad y promoción turística desempeñe un papel importante y positivo en la demanda turística. Esta variable rara vez aparece en los modelos de demanda turística, pero después de algunas investigaciones, se ha dado magnitud a su importancia.

- Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es la valoración relativa que hace una persona en base a las características obtenidas de un producto o servicio frente a sus expectativas. Si el servicio o el producto turístico prestado en el destino, cumple o despunta las expectativas de los turistas, estos quedarán muy satisfechos o encantados, si ocurre lo contrario y si el resultado es negativo, el cliente no quedará satisfecho. La satisfacción del cliente se produce cuando los servicios ofrecidos son de alta calidad. La calidad es un fenómeno complejo y conformado por varios factores en el que existen varias características o aspectos que pueden definirla.

Servicio Turístico

“Los servicios turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos.” (Acle et al., 2017, p190)

El servicio Turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística.

Este va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.

El servicio turístico comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. Constituye política de entidades turísticas en relación con la oferta y la demanda, preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades de un segmento determinado de consumidores. El servicio turístico está directamente mandado a satisfacer la corriente turística, cual comprende personas con fines turísticos que se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a la rutina, para así satisfacer la demanda turística en cualquier ámbito hotelero o no hotelero. (Ramírez, C. (s.f.)

Servicios de Alimentación

Ministerio de Turismo, (2018):

Cafeterías

Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

Según datos establecidos en el Consolidado Nacional de servicios turísticos (2021), en Cotacachi existen 9 cafeterías registradas en el mismo, mientras que en San Gabriel no se encuentra registrada ninguna cafetería.

Restaurantes

Restaurante es un establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio.

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se categorizarán mediante un sistema de puntuación, obtenida de acuerdo al cumplimiento de requisitos establecidos en este reglamento.

Dentro del Consolidado Nacional de servicios turísticos (2021), en San Gabriel se encuentran registrados 4 restaurantes, mientras que en Cotacachi se pueden encontrar 15 restaurantes registrados.

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán de la siguiente manera:

- Las cafeterías se categorizarán en: (2) dos tazas y (1) una taza, siendo (2) dos tazas la mayor categoría y (1) una taza la menor categoría
- Los restaurantes se categorizarán en: (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1) un tenedor, siendo (5) cinco tenedores la mayor categoría y un (1) tenedor la menor categoría

Servicios de Alojamiento

Hotel

Según el Ministerio de Turismo, (2016):

Hotel es un Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones

Para el servicio de hotel apartamento se deberá ofrecer el servicio de hospedaje en apartamentos que integren una unidad para este uso exclusivo. Cada apartamento debe estar compuesto como mínimo de los siguientes ambientes: dormitorio, baño, sala de estar integrada con comedor y cocina equipada. Facilita la renta y ocupación de estancias largas.”

En San Gabriel existen dos hoteles registrados en el Consolidado Nacional de servicios turísticos (2021), al igual que en Cotacachi.

Hostal

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.

San Gabriel cuenta con un hostal registrado en el Consolidado Nacional de servicios turísticos (2021), mientras que Cotacachi cuenta con tres hostales registrados.

Hostería

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

San Gabriel no cuenta con hosterías registradas en el Consolidado Nacional de servicios turísticos, mientras que Cotacachi posee siete hosterías registradas.

Hacienda Turística

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo

privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

San Gabriel no posee ninguna hacienda turística registrada en el Consolidado Nacional de servicios turísticos. Cotacachi cuenta con una hacienda turística registrada.

Lodge

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

San Gabriel no posee ningún lodge registrado en el Consolidado Nacional de servicios turísticos. Cotacachi cuenta con un lodge registrado.

Refugio

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Se encuentra localizado generalmente en montañas y en áreas naturales protegidas, su finalidad es servir de protección a las personas que realizan actividades de turismo activo.

San Gabriel no cuenta con refugios registrados en el Consolidado Nacional de servicios turísticos. Cotacachi cuenta con cinco refugios registrados.

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.

Agencia de viaje

Saldaña, M. (2012) afirma que:

Las agencias de viaje, básicamente, son empresas que sirven de enlace profesional entre el viajero y las empresas turísticas nacionales o extranjeras. Mediante su desarrollo se han convertido en uno de los factores importantes en la comercialización de la oferta turística a niveles local, regional, nacional e internacional, al promover y canalizar de manera directa el desplazamiento individual y masivo de personas y difundir las características interesantes y atractivos de un determinado lugar.

Las agencias funcionan como intermediarias cuando gestionan un servicio en nombre de una tercera persona. Este servicio es la reserva, la distribución y la venta de productos turísticos, permitiendo acercar el producto al cliente y multiplicar los puntos de venta. La mediación es la que la define, es su esencia y desarrolla su objeto social. Su función de intermediaria entre el cliente y el prestador del servicio turístico puede llegar a ser dificultosa, de tal suerte que tendrá que responder a cada uno por la actitud del otro. Por lo general esta función de intermediaria la realizan las agencias minoristas, que ofrecen, principalmente, los siguientes servicios:

- Reservar boletos de cualquier tipo de transporte.
- Reservar habitaciones y otros alojamientos.
- Alquiler de alojamiento (casa, bungalós, departamentos), ofertas hoteleras y no hoteleras.

- Expedir visa y pasaporte.
- Alquiler de coches, con o sin chofer.
- Reservar entradas para monumentos, museos, teatros y otros espectáculos.
- Contratar servicios de guías de turistas para visitas y excursiones.
- Cambiar moneda y emitir cheques de viajero.
- Comprar o adquirir guías turísticas.
- Coordinar actividades deportivas.

Según el Ministerio de Turismo (2016) la clasificación de agencias de servicios turísticos es:

Agencia de viajes mayorista.

Es la persona jurídica debidamente registrada ante la autoridad nacional de turismo, que elabora, organiza y comercializa servicios y/o paquetes turísticos en el exterior. La comercialización se realiza por medio de agencias de viajes internacionales y/o agencias de viajes duales debidamente registradas, quedando prohibida su comercialización directamente al usuario. La agencia mayorista podrá representar a las empresas de transporte turístico en sus diferentes modalidades, alojamiento y operadores turísticos que no operen en el país. Con el objetivo de promover el turismo receptivo, la agencia mayorista y agencia de viajes dual, además podrá comercializar en el exterior servicios turísticos proporcionados por el operador turístico.

Agencia de viajes internacional

Es la persona jurídica debidamente registrada ante la autoridad nacional de turismo, que comercializa los servicios y/o paquetes turísticos de las agencias mayoristas directamente al usuario, así como el producto del operador turístico a nivel nacional e internacional. Las agencias de viajes internacionales no podrán elaborar, organizar y comercializar productos y servicios propios que se desarrollen a nivel nacional e internacional, a otras agencias de viajes internacionales que se encuentren domiciliadas en el país. Las agencias de viajes internacionales que cuenten con licencia IATA, podrán ejercer la consolidación de tiquetes aéreos requeridos por parte de las agencias de servicios turísticos.

Operador turístico

Es la persona jurídica debidamente registrada ante la autoridad nacional de turismo que se dedica a la organización, desarrollo y operación directa de viajes y visitas turísticas en el país. Sus productos podrán ser comercializados de forma directa al usuario o a través de las demás clasificaciones de agencias de servicios turísticos.

Según datos establecidos en el Consolidado Nacional de servicios turísticos (2021), tanto en Cotacachi como en San Gabriel existe un operador turístico registrado.

Agencia de viajes dual

Es la persona jurídica debidamente registrada ante la autoridad nacional de turismo que ejerce las actividades de una agencia de viajes internacional y un operador turístico.

San Gabriel no cuenta con ninguna agencia de viajes dual registrada en el Consolidado Nacional de servicios turísticos, mientras que Cotacachi cuenta con dos establecimientos registrados en el mismo.

Requisitos para las agencias de servicios turísticos. -

- Contar con un espacio físico permanente para el desarrollo de sus actividades comerciales y administrativas, el mismo que deberá ser obligatoriamente local comercial u oficina, quedando prohibido el uso de viviendas de forma general.
- Al menos el 30% del personal deberá contar con título profesional en turismo, ramas afines o certificado en competencias laborales en intermediación, operación, hospitalidad o las que determine la autoridad nacional de turismo; también se contarán como válidos los cursos dictados o avalados por la autoridad nacional de turismo.
- Al menos el 20% del personal deberá acreditar mínimo el nivel B1 de conocimiento de al menos un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común Europeo para las Lenguas, y a lo establecido por este reglamento y demás disposiciones que emita la autoridad nacional de turismo.

Transporte Terrestre Turístico

Ministerio de Turismo, (2014):

Se considera como transporte terrestre turístico a la movilización de personas que tengan la condición de turistas o excursionistas, en vehículos de compañías

autorizadas a la prestación del servicio de transporte terrestre turístico, debidamente homologados y habilitados por la Agencia Nacional de Tránsito, para dirigirse a establecimientos o sitios de interés turístico, mediante el pago acordado libremente por las partes.

San Gabriel cuenta con un transporte terrestre turístico registrado en el Consolidado Nacional, mientras que Cotacachi posee tres transportes terrestres turísticos registrados.

III. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque Metodológico

3.1.1 Enfoque

Para el desarrollo de la investigación se utilizará un enfoque cuantitativo que será ejecutado mediante la recolección y análisis de los datos obtenidos de las variables de investigación, por medio de encuestas dirigidas a los turistas de San Gabriel y Cotacachi. Una vez obtenidos los datos requeridos, se aplicará una prueba estadística que permita conocer si existe incidencia entre las dos variables de investigación.

Según Hernández (2014) “El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.”

3.1.2 Tipo de investigación

Los tipos de investigación que se emplearán en nuestro proyecto son:

Investigación de campo

Se aplicará este tipo de investigación porque al requerir información acerca de la pandemia por Covid -19 y la demanda de los servicios turísticos de San Gabriel y Cotacachi, será necesario obtener dicha información directamente desde el sitio de estudio.

Según Arias (2012):

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. (p.31)

Investigación exploratoria

Esta investigación será aplicada en el presente trabajo porque mediante este proceso tendremos los datos preliminares de nuestra investigación, iniciando así la profundización de la misma, desde su nivel más superficial como es la exploración.

Según Arias (2012), “La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos.”

Investigación correlacional

Nuestra investigación de igual manera será correlacional, porque buscamos comprobar una hipótesis que implica una posible relación entre las dos variables de estudio.

“La utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales es saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas”. (Hernández, et al., 2014)

3.2 Hipótesis

3.2.1. Hipótesis alternativas

H0.1: La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de San Gabriel incide en la demanda de sus servicios turísticos.

H0.2: La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de Cotacachi incide en la demanda de sus servicios turísticos.

3.2.2. Hipótesis nulas

H1.1: La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de San Gabriel no incide en la demanda de sus servicios turísticos.

H1.2: La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de Cotacachi no incide en la demanda de sus servicios turísticos.

3.3 Definición y operacionalización de variables

La operacionalización de la variable independiente se presenta en la Tabla 1

Tabla 1. Operacionalización de la variable independiente

Variable Independiente	Descripción de la variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica / instrumento	Informante
La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico	Hecho sin precedentes, y uno de los sectores más perjudicados por esta situación es, y va a ser en el futuro, el sector turístico.	Medidas de bioseguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de medidas establecidas • Dificultades ocasionadas 	Encuesta / Cuestionario	Turistas
		Economía	<ul style="list-style-type: none"> • Variación de ingresos 	Encuesta / Cuestionario	Turistas
		Integridad	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la salud del turista 	Encuesta / Cuestionario	Turistas

La operacionalización de la variable dependiente se presenta en la Tabla 2

Tabla 2. Operacionalización de la variable dependiente

Variable Dependiente	Descripción de la variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica / instrumento	Informante
Demanda de los servicios turísticos	Conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje.	Relativos a las unidades demandantes	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de ocio • Factores geográficos • Preferencias del turista 	Encuesta / Cuestionario	Turistas
		Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de renta disponible 	Encuesta / Cuestionario	Turistas
		Sistema de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad • Calidad del servicio 	Encuesta / Cuestionario	Turistas
		Satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Recomendación del destino 	Encuesta / Cuestionario	Turistas

3.4 Métodos A Utilizar

3.4.1 Métodos

No experimental

Según Gómez (2006), “Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que hacemos es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.” (p.45)

En la presente investigación se utilizará el método no experimental, porque no es necesario manipular las variables de estudio, sino analizarlas para conocer si existe incidencia entre ellas.

3.4.2 Técnicas e instrumentos de investigación

3.4.2.1 Técnicas

Encuesta

Al ser una investigación con enfoque cuantitativo, la técnica que se aplicará será la encuesta, teniendo como objetivo obtener datos cuantificables acerca de la problemática de la pandemia del COVID – 19 y la demanda de los servicios turísticos.

Según Arias (2012) “Se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular.” (p.72)

3.4.2.2 Instrumentos

Cuestionario

Durante la investigación se elaborará un cuestionario dirigido a los turistas de San Gabriel y Cotacachi, con el fin de conocer la problemática acerca de la pandemia por Covid -19 y la demanda de los servicios turísticos de estos dos lugares.

“Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas.” (Arias, 2012. p.74)

3.5 Análisis Estadístico

En la presente investigación se aplicará la prueba de hipótesis denominada Tau - b de Kendall, debido a que en nuestro instrumento se emplearán datos con carácter ordinal, tanto de la variable dependiente como de la variable independiente.

Según Rodó (2019): “Es una medida de dependencia no paramétrica que identifica los pares concordantes y discordantes de dos variables. Una vez identificados, se calculan los totales y se hace el cociente.”

3.5.1 Población y Muestra

Cotacachi

Obteniendo datos a través de la herramienta digital de Geovit En su registro más reciente, correspondiente al año 2018, el cantón Cotacachi, recibió 226582 turistas en mencionado año, representando esto el tamaño de población, arrojando un tamaño muestral de 384 personas.

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

$$n = \frac{226582 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(226582 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 383,511$$

La población y muestra de Cotacachi se muestra en la tabla 3

Tabla 3. Población y muestra Cotacachi

N	Tamaño muestral	384
N	Tamaño de población	226582
Z	Nivel de confianza	1,96
e	Error de muestra	0.05
p	Probabilidad de éxito	0.5
q	Probabilidad de fracaso	0.5

San Gabriel

De igual manera, en el registro más reciente del portal web Geovit, correspondiente al año 2018, el cantón Montúfar, donde San Gabriel es cabecera cantonal, recibió 169916 turistas en mencionado año, representando esto el tamaño de población, arrojando un tamaño muestral de 383 personas.

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

$$n = \frac{169916 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(169916 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 383,29$$

La población y muestra de San Gabriel se muestra en la tabla 4

Tabla 4. Población y muestra San Gabriel

n	Tamaño muestral	383
N	Tamaño de población	169916
Z	Nivel de confianza	1,96
e	Error de muestra	0.05
p	Probabilidad de éxito	0.5
q	Probabilidad de fracaso	0.5

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1 Resultados de la pandemia por Covid – 19 en el sector turístico de San Gabriel

1. ¿Considera que la pandemia afectó en sus ingresos?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 1 se presentan en la Tabla 5.

Tabla 5. Frecuencia y porcentaje – Pregunta 1

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	1%
En desacuerdo	29	7,6%
Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	50	13,1%
De acuerdo	135	35,2%
Totalmente de acuerdo	165	43,1%
Total	383	100%

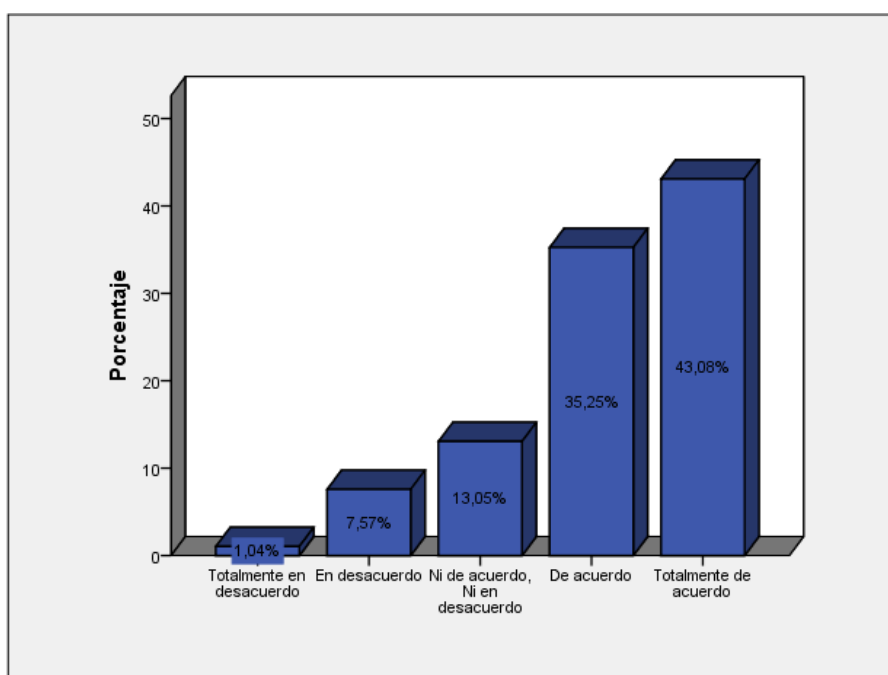


Figura 1. Afectación de la pandemia a los ingresos

Interpretación: En la ciudad de San Gabriel, la mayor frecuencia de turistas (más del 40%) que han sido encuestadas se encuentran totalmente de acuerdo en que la pandemia ha afectado directamente sus ingresos económicos, y la menor frecuencia (1%) está totalmente en

desacuerdo, teniendo así un gran impacto económico del Covid – 19 en los turistas de este destino.

2. ¿Las medidas de bioseguridad implementadas le han dificultado adquirir servicios turísticos?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 2 se presentan en la Tabla 6.

Tabla 6. Frecuencia y porcentaje – Pregunta 2

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	32	8,4%
En desacuerdo	47	12,3%
Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	110	28,7%
De acuerdo	96	25,1%
Totalmente de acuerdo	98	25,6%
Total	383	100%

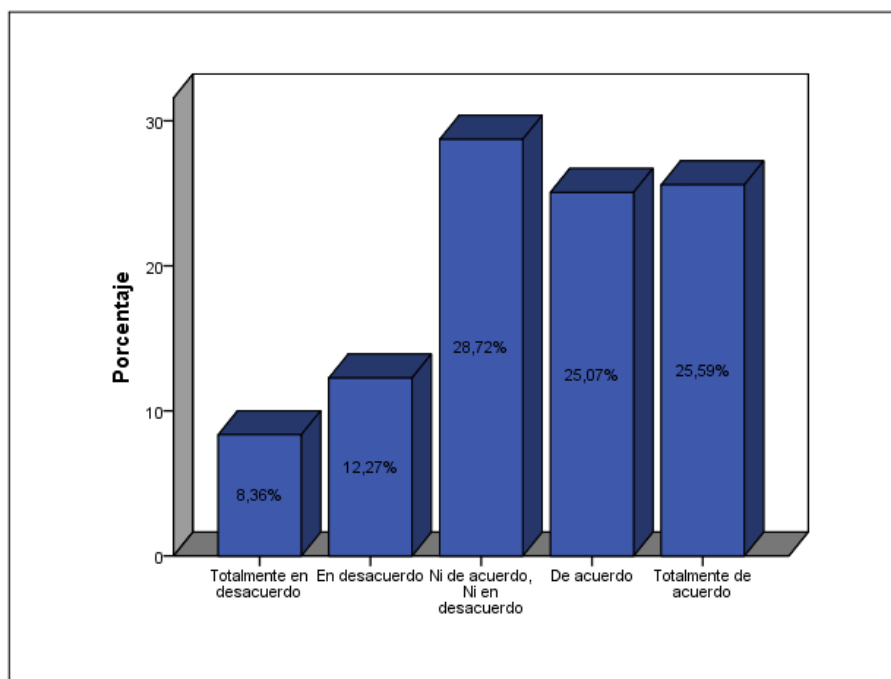


Figura 2. Dificultad al adquirir servicios turísticos

Interpretación: Durante la pandemia se implementaron medidas de bioseguridad para salvaguardar la salud de las personas, gran parte de los turistas (28,72%) no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo con que estas medidas les hayan dificultado adquirir servicios turísticos, sin embargo, porcentajes muy cercanos consideran que si están de acuerdo con esta dificultad.

3. ¿Qué tan seguro se siente al adquirir un servicio de alojamiento del lugar en época de pandemia?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 3 se presentan en la tabla 7

Tabla 7. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 3

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Totalmente inseguro	13	3,4%
	Inseguro	28	7,3%
	Ni seguro, ni inseguro	43	11,2%
	Seguro	12	3,1%
	Totalmente seguro	6	1,6%
	Sin Respuesta	281	73,4%
	Total	383	100%

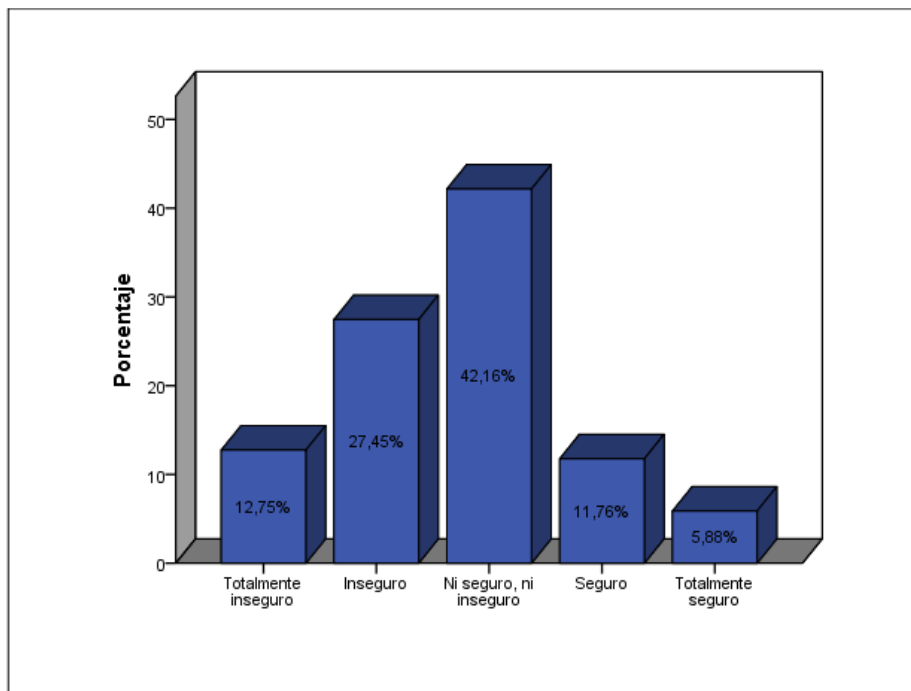


Figura 3. Seguridad al adquirir un servicio de alojamiento en pandemia

Interpretación: En los servicios de alojamiento, por medio de esta pregunta se puede apreciar que gran parte de los turistas puede tener una percepción de desconfianza en cuanto a los cuidados de bioseguridad se refiere, esto hace que la mayoría de personas encuestadas que requieren este servicio no se sientan ni seguros ni inseguros al adquirirlo.

4. ¿Qué tan seguro se siente al adquirir un servicio de alimentación del lugar en época de pandemia?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 4 se presentan en la tabla 8

Tabla 8. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 4

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Totalmente inseguro	36	9,4%
	Inseguro	158	41,3%
	Ni seguro, ni inseguro	112	29,2%
	Seguro	69	18%
	Totalmente seguro	8	2,1%
	Total	383	100%

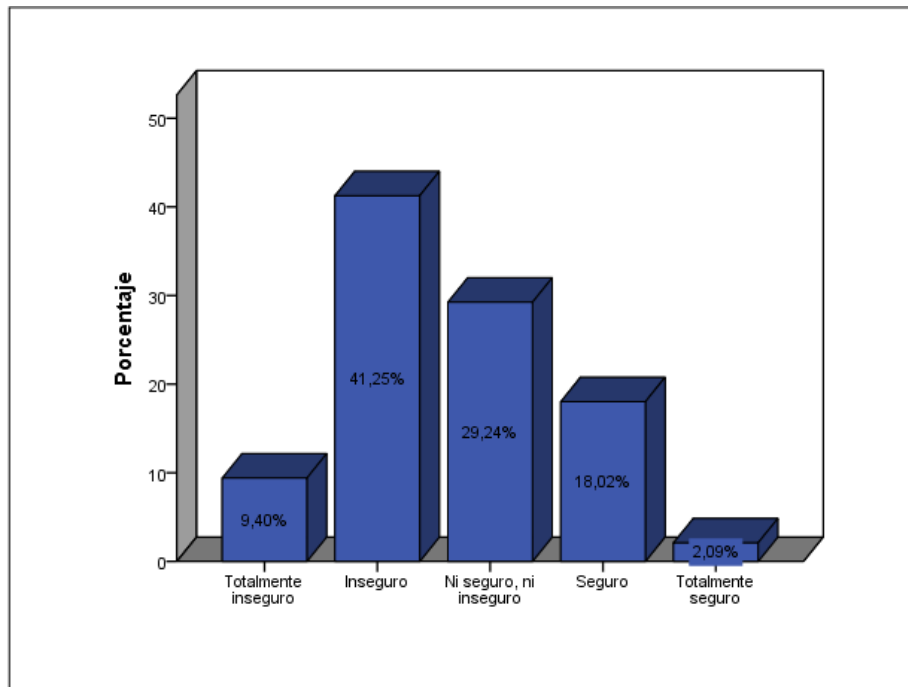


Figura 4. Seguridad al adquirir un servicio de alimentación

Interpretación: El servicio de alimentación es el más solicitado por los turistas, siendo a la vez es el más concurrido, por esta razón es que, de los turistas encuestados el 41.25% respondió que se sienten inseguros adquiriendo este servicio, esto puede ser motivo de la gran afluencia de personas que tienen estos establecimientos, provocando un ambiente de desconfianza o inseguridad por parte del turista.

5. ¿Qué tan seguro se siente al adquirir el servicio de agencias de viajes en el lugar en época de pandemia?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 5 se presentan en la tabla 9

Tabla 9. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 5

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Totalmente inseguro	7	1,8%
	Inseguro	18	4,7%
	Ni seguro, ni inseguro	22	5,7%
	Seguro	15	3,9%
	Totalmente seguro	4	1%
	Sin Respuesta	317	82,8%
Total		383	100%

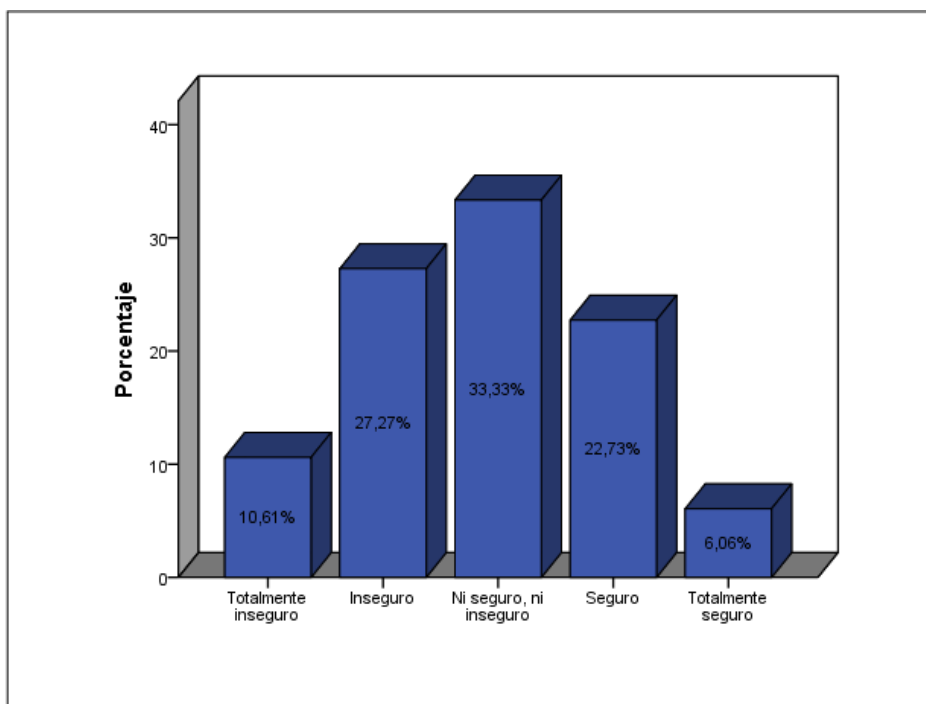


Figura 5. Seguridad al adquirir un servicio de agencia de viajes

Interpretación: El servicio de las agencias de viajes para poder calificarlo toma en cuenta varios factores y componentes, porque es un conjunto de elementos y servicios lo que ofrecen a los turistas durante su actividad en cualquier destino, lo que causa que pueda ser más compleja y cambiante la percepción de seguridad hacia este servicio brindado, por esta razón los turistas encuestados en su mayoría respondieron que no se sienten ni seguros ni inseguros al momento

de adquirir este servicio con un porcentaje del 33,33%, seguido por la respuesta “Inseguro, representado por el 27,27% del total de encuestados.

6. ¿Qué tan seguro se siente al adquirir un servicio de transporte turístico del lugar en época de pandemia?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 6 se presentan en la tabla 10

Tabla 10. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 6

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente inseguro	11	2,9%
Inseguro	23	6%
Ni seguro, ni inseguro	19	5%
Seguro	9	2,3%
Totalmente seguro	4	1%
Sin Respuesta	317	82,8%
Total	383	100

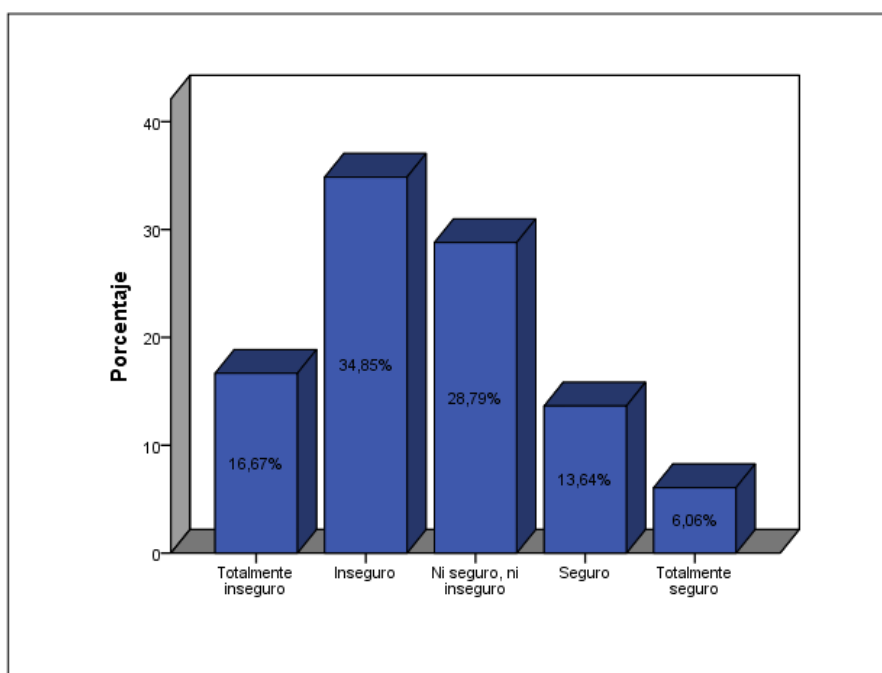


Figura 6. Seguridad al adquirir un servicio de transporte turístico

Interpretación: Un servicio de transporte turístico es complicado que pueda cumplir estrictamente con las medidas de bioseguridad implementadas, como el distanciamiento, la ventilación constante o el uso de mascarilla, porque no existe un control constante, esto hace que la mayoría de los turistas (34,85%) que adquiere este servicio se sienta inseguro.

7. ¿Qué tanto considera que se están cumpliendo las medidas de bioseguridad en los servicios de alojamiento del lugar?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 7 se presentan en la tabla 11

Tabla 11. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 7

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones		
Nada	3	0,8%
Poco	34	8,9%
Regular	44	11,5%
Considerablemente	12	3,1%
Totalmente	9	2,3%
Sin Respuesta	281	73,4%
Total	383	100%

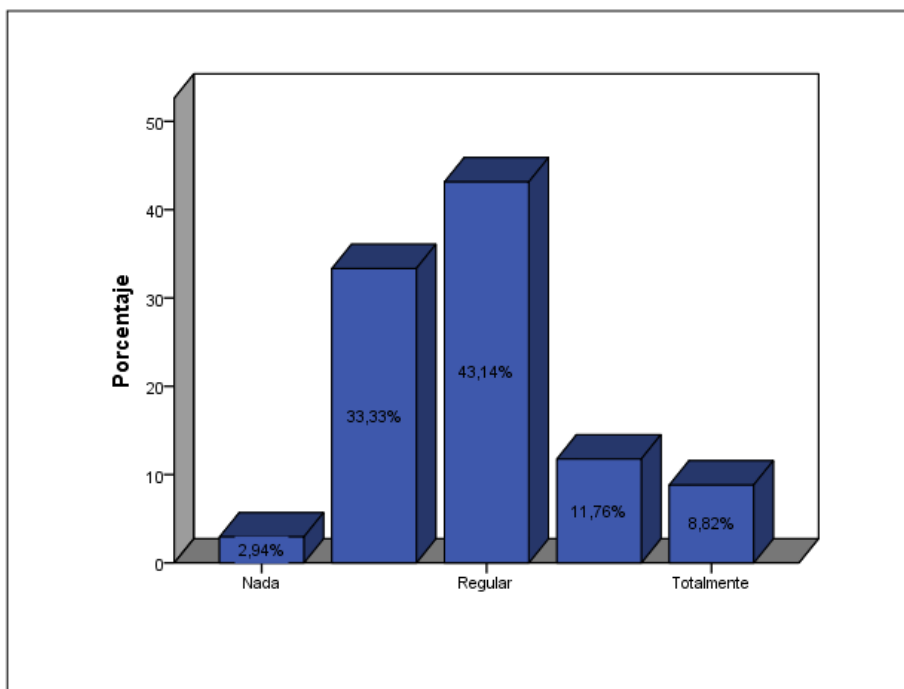


Figura 7. Medidas de bioseguridad en servicio de alojamiento

Interpretación: En los servicios de alojamiento se están solicitando utilizar las medidas de bioseguridad para poder cumplir con sus servicios, esto considera la mascarilla, alcohol y distanciamiento, aunque muchas personas pueda que no cumplan con estas solicitudes, siendo esta una posible razón para que el 43,17% de los turistas encuestados no se sientan completamente seguros.

8. ¿Qué tanto considera que se están cumpliendo las medidas de bioseguridad en los servicios de alimentación del lugar?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 8 se presentan en la tabla 12

Tabla 12. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 7

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Nada	58	15,1%
	Poco	176	46%
	Regular	107	27,9%
	Considerablemente	31	8,1%
	Totalmente	11	2,9%
	Total	383	100%

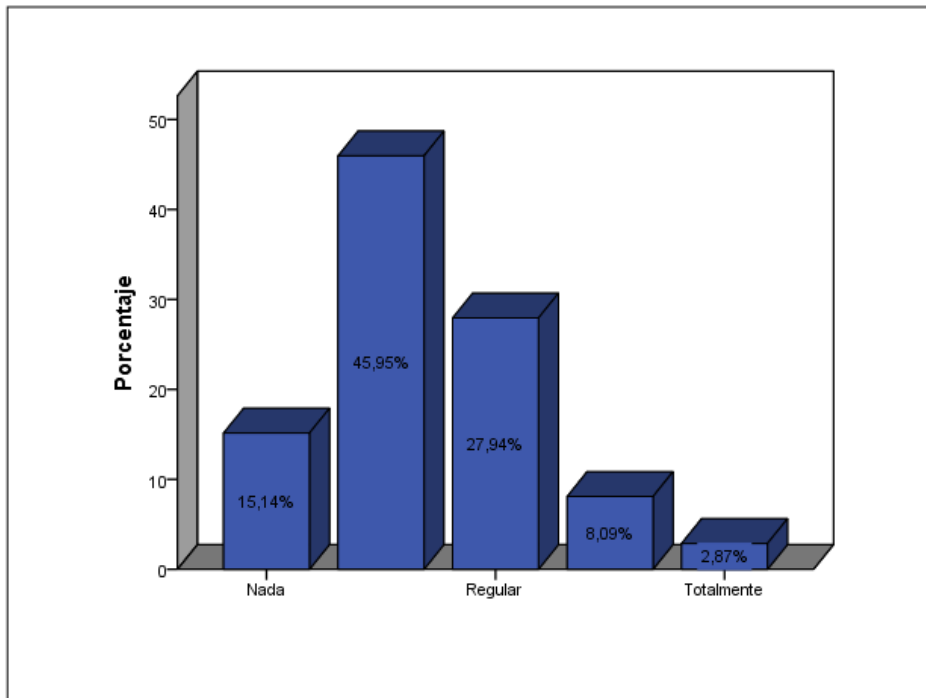


Figura 8. Medidas de bioseguridad en servicio de alimentación

Interpretación: Los lugares en donde existe más concurrencia de personas son los servicios de alimentación, siendo esto por motivo de ser una necesidad indispensable para cualquier persona, existiendo así la posibilidad de que por esta razón el 45.95% de los turistas encuestados respondió que a su percepción se está cumpliendo poco con estas medidas en estos servicios turísticos de San Gabriel.

.9. ¿Qué tanto considera que se están cumpliendo las medidas de bioseguridad en las Agencias de viajes del lugar?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 9 se presentan en la tabla 13

Tabla 13. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 7

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada	5	1,3%
	Poco	11	2,9%
	Regular	31	8,1%
	Considerablemente	16	4,2%
	Totalmente	3	0,8%
	Sin Respuesta	317	82,8%
	Total	383	100%

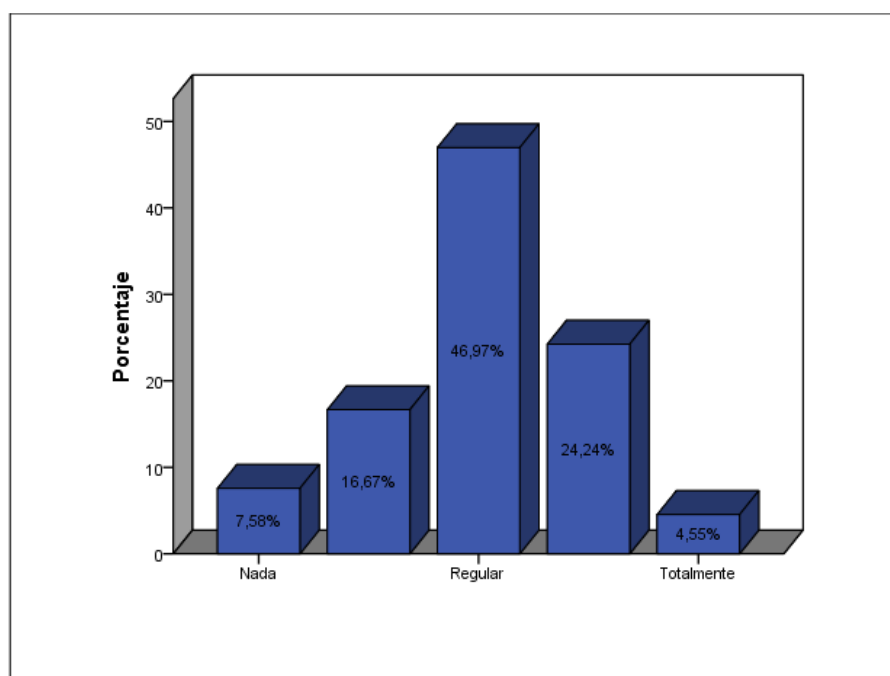


Figura 9. Medidas de bioseguridad en servicio de agencias de viajes

Interpretación: Las agencias de viajes para poder operar están exigiendo el cumplimiento de medidas de bioseguridad, entre las más importantes el uso de mascarilla y del alcohol para la desinfección, sin embargo, mantener esto como se planea puede ser un poco complicado por la falta de control. Por esta razón es que el 46.97% de turistas encuestado sienten que se cumplen las medidas de bioseguridad de manera regular.

10. ¿Qué tanto considera que se están cumpliendo las medidas de bioseguridad en los servicios de transporte turístico del lugar?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 10 se presentan en la tabla 14

Tabla 14. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 10

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones		
Nada	7	1,8%
Poco	26	6,8%
Regular	17	4,4%
Considerablemente	11	2,9%
Totalmente	5	1,3%
Sin Respuesta	317	82,8%
Total	383	100%

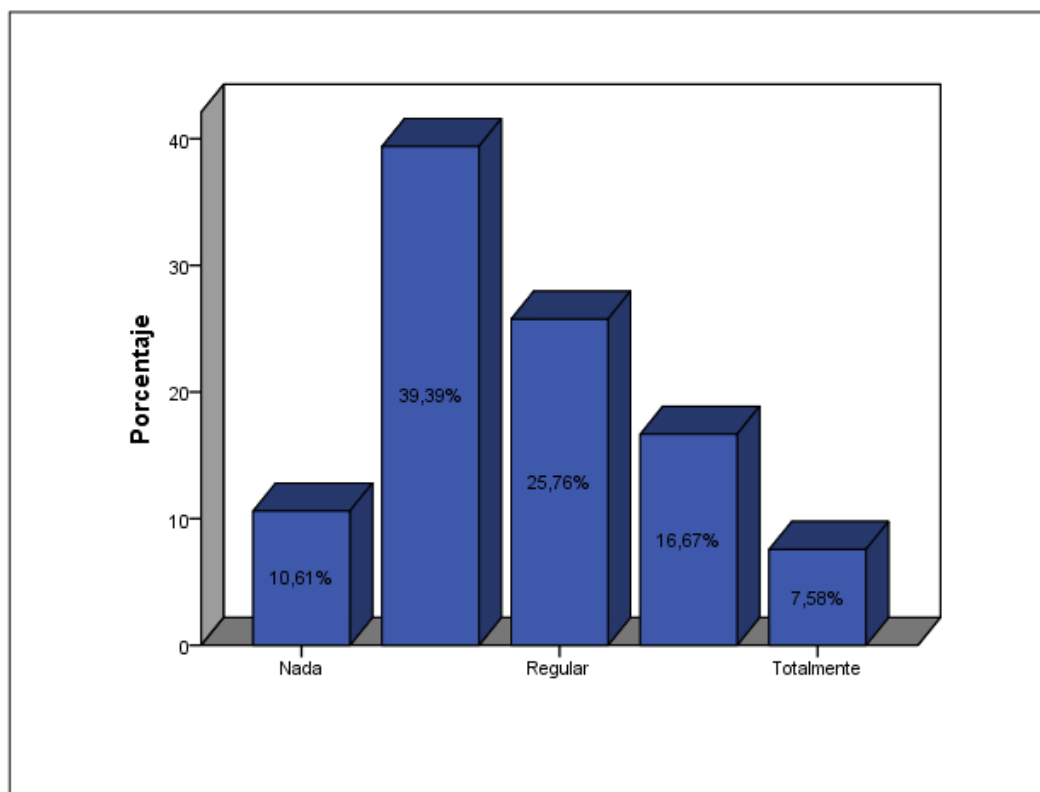


Figura 10. Medidas de bioseguridad en servicio de transporte turístico

Interpretación: Cumplir con las medidas de bioseguridad en el transporte turístico puede ser complicado por diferentes factores, ya que no puede existir un distanciamiento, y las personas suelen consumir alimentos en los recorridos, etc., por estas razones el 39,39% y 10,61% de los turistas encuestados consideran que poco o nada se están cumpliendo las medidas de bioseguridad en este servicio.

11. ¿Cuánto tiempo estima permanecer en el lugar?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 11 se presentan en la tabla 15

Tabla 15. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 11

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones		
1 día	281	73,6%
2-3 días	86	22,2%
4-5 días	14	3,7%
6-7 días	2	0,5%
Total	383	100%

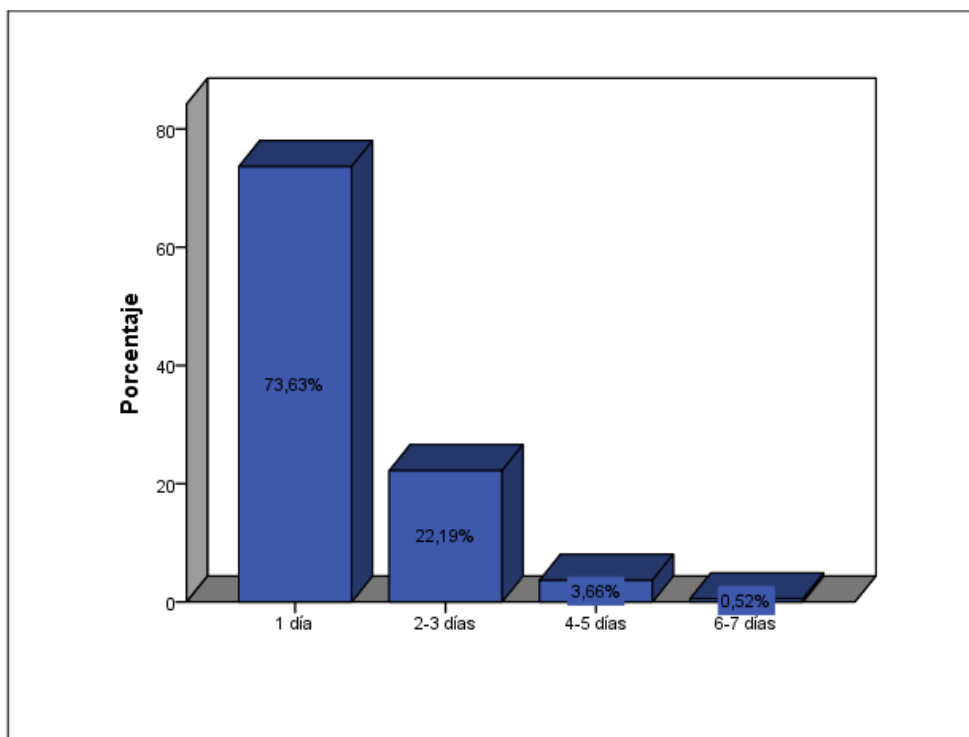


Figura 11. Tiempo de estancia en el sitio

Interpretación: Apreciando los resultados expuestos, se puede interpretar la posibilidad de que por cuestiones de tiempo y seguridad la mayoría de personas encuestadas han preferido realizar viajes de 1 solo día para realizar turismo, representadas por un poco más del 73% del total de turistas encuestados, existiendo una importante diferencia frente a la segunda respuesta de mayor frecuencia, siendo esta un tiempo de estancia de 2 – 3 días, representada por el 23,19% de turistas encuestados.

12. ¿Adquirió el servicio de alojamiento?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 12 se presentan en la tabla 16

Tabla 16. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 12

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Si	102	26,6%
	No	281	73,4%
	Total	383	100%

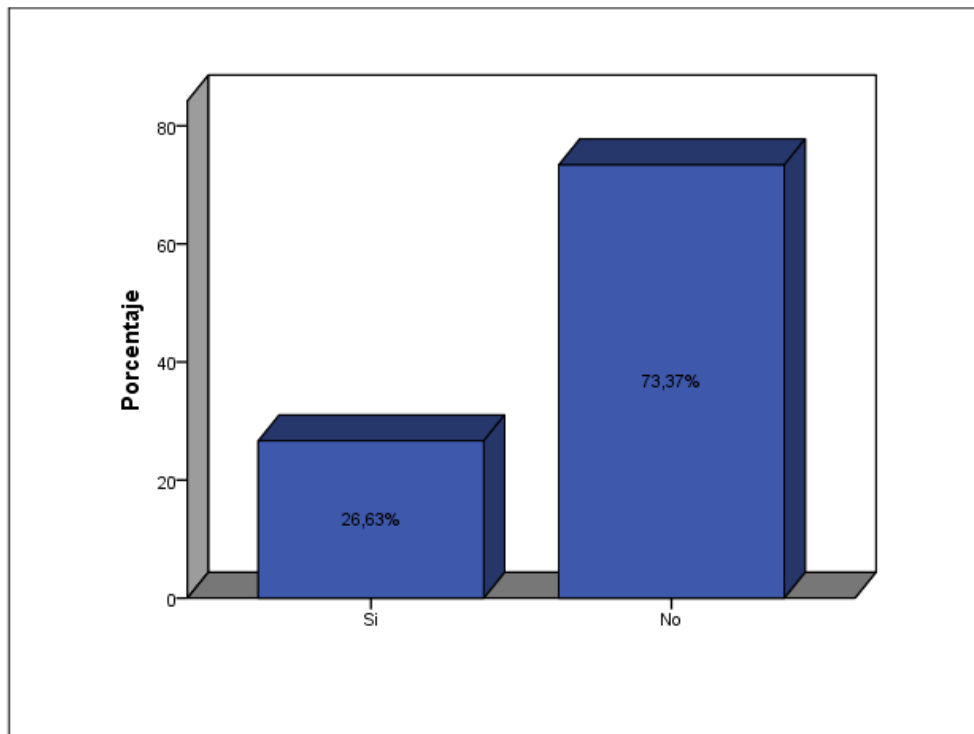


Figura 12. Demanda del servicio de alojamiento

Interpretación: Los resultados expuestos reflejan porcentajes donde puede interpretarse que la frecuencia de la demanda del servicio de alojamiento en San Gabriel está muy por debajo de la mitad del total de turistas encuestados, teniendo apenas una representación del 26,63%. Esto puede tener una directa relación en el tiempo de pernoctación de los turistas de este sitio, teniendo como resultado la nula necesidad de adquirir este servicio, durante la actividad turística en el lugar.

13. ¿Adquirió el servicio de alimentación?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 13 se presentan en la tabla 17

Tabla 17. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 13

		Frecuencia	Porcentaje
Opción	Si	383	100%
Total		383	100%

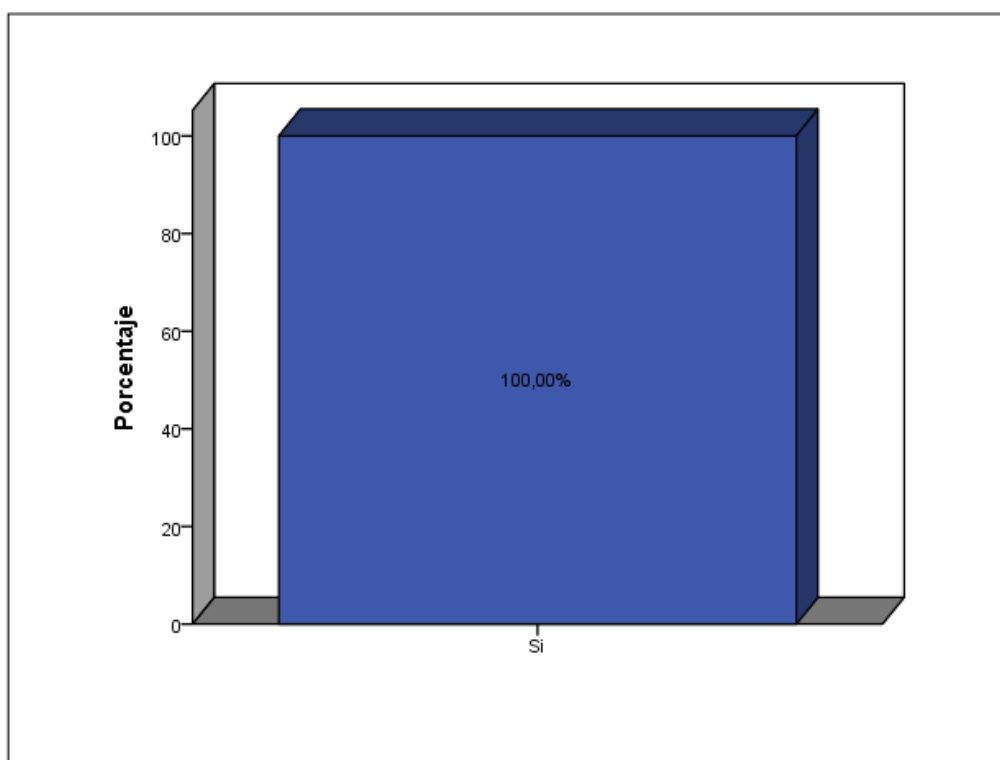


Figura 13. Demanda del servicio de alimentación

Interpretación: El servicio de alimentación es el más solicitado por los turistas, esto se da porque el alimentarse representa una necesidad básica que todo turista debe satisfacer, es por esta razón, que en esta pregunta el total de los encuestados respondieron que por lo menos utilizaron un servicio de alimentación durante su actividad turística en el pueblo mágico de San Gabriel.

14. ¿Adquirió el servicio de agencias de viajes?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 14 se presentan en la tabla 18

Tabla 18. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 14

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Si	66	16,7%
	No	317	83,3%
	Total	383	100%

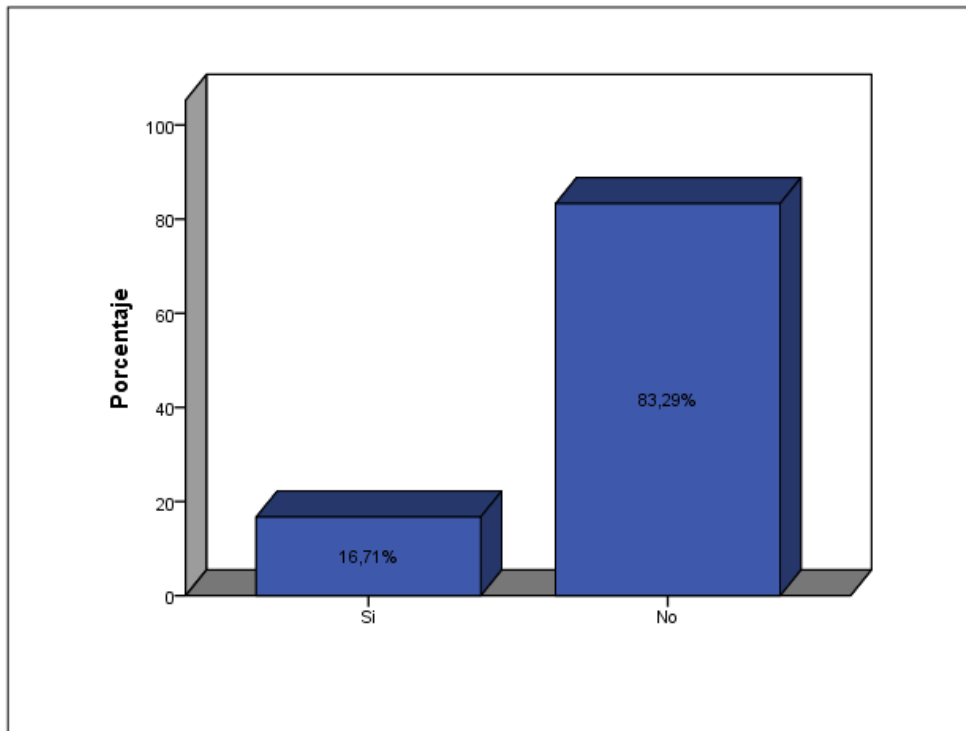


Figura 14. Demanda del servicio de agencias de viajes

Interpretación: Un gran porcentaje (83.29%) de turistas respondió que, no ha adquirido un servicio de agencias de viajes durante su visita a San Gabriel, ellos prefieren llegar a los sitios turísticos por su propio medio, además de que buscan economizar y prefieren ir a sitios que han sido recomendados con anterioridad y que ellos se sientan seguros de adquirir por precautelar su salud.

15.- ¿Adquirió el servicio de transporte turístico?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 15 se presentan en la tabla 19

Tabla 19. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 15

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Si	66	16,7%
	No	317	83,3%
	Total	383	100%

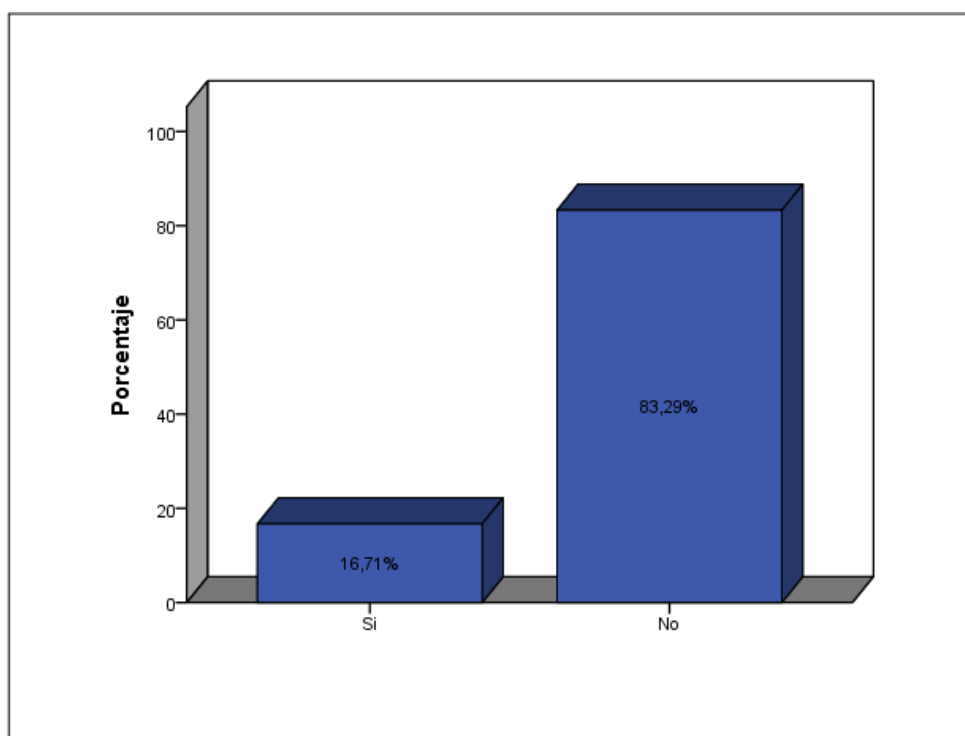


Figura 15. Demanda del servicio de transporte turístico

Interpretación: El servicio de transporte turístico fue el servicio solicitado por la minoría de turistas encuestados en la ciudad de San Gabriel, siendo apenas demandado por el 16,71% del total de personas encuestadas, esto puede darse por el motivo de que una gran parte de turistas se movilizaban por sus propios medios, o en medios de movilización que no representan los servicios de transporte turístico.

16. ¿Cómo calificaría la calidad del servicio de alojamiento que adquirió?

Siendo 1 pésimo y 5 excelente Las opciones y las respuestas de la pregunta 16 se presentan en la tabla 20

Tabla 20. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 16

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Pésima	3	0,8%
	Mala	23	6,8%
	Regular	38	10,7%
	Buena	32	9,4%
	Excelente	6	1,6%
	Sin Respuesta	281	70,8%
	Total	383	100%

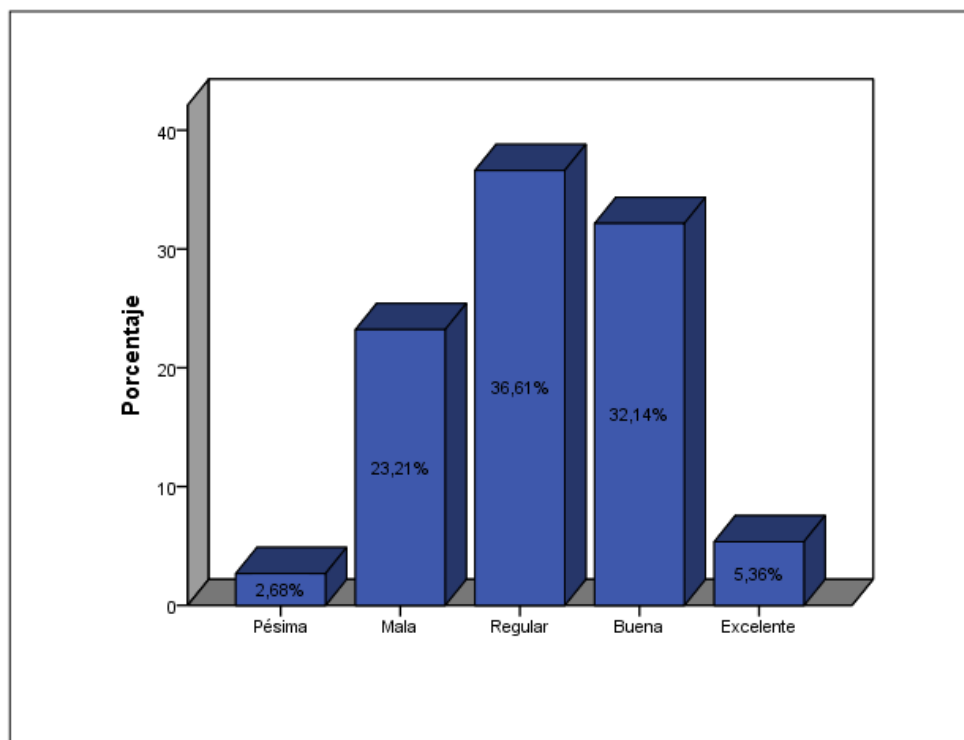


Figura 16. Calidad del servicio de alojamiento

Interpretación: Los porcentajes obtenidos a partir de esta pregunta demuestran que existen deficiencias en la calidad de los servicios de alojamiento que se brinda San Gabriel, con un 36.61% de encuestados respondiendo que encontraron la calidad regular, siendo la respuesta con mayor frecuencia.

17.- ¿Cómo calificaría la calidad del servicio de alimentación que adquirió?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 17 se presentan en la tabla 21

Tabla 21. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 17

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Pésima	11
	Mala	75
	Regular	157
	Buena	106
	Excelente	34
	Total	383

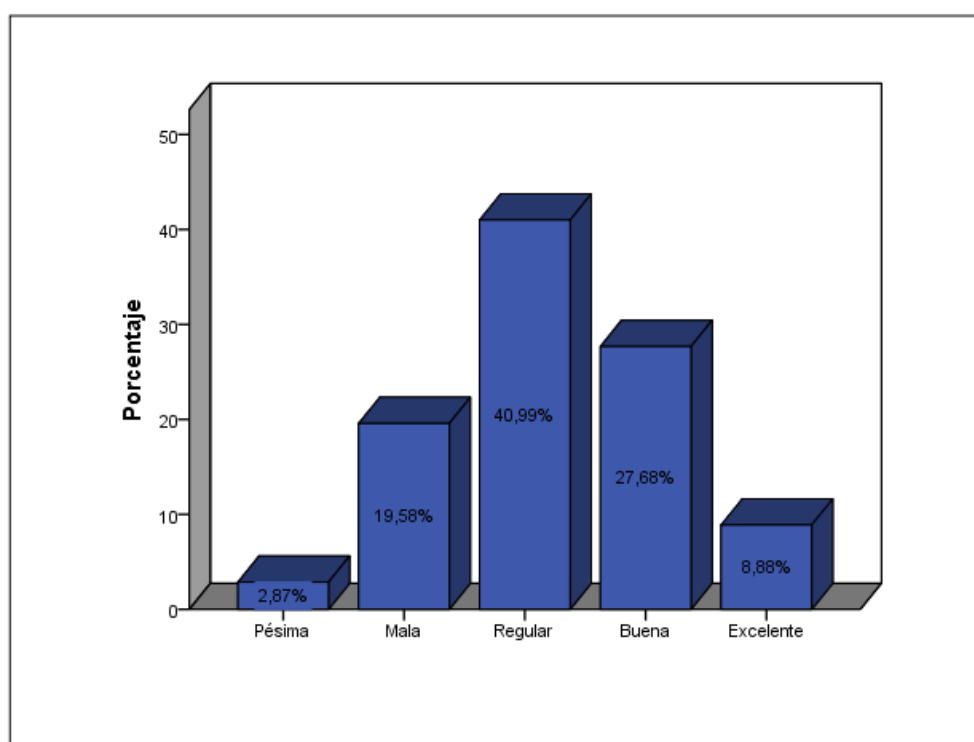


Figura 17. Calidad del servicio de alimentación

Interpretación: La calidad del servicio en época de pandemia depende mucho de la experiencia y de la percepción que haya tenido el turista al recibir dicho servicio, los resultados de esta pregunta muestran que el 40.99% de encuestados respondió que el servicio les pareció regular, con estos resultados puede interpretarse que hubo fallos en el servicio y que tienen un amplio margen de mejora.

18. ¿Cómo calificaría la calidad del servicio de agencias de viajes que adquirió?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 18 se presentan en la tabla 22

Tabla 22. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 18

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Pésima	4	0,8%
	Mala	17	4,2%
	Regular	20	4,7%
	Buena	16	3,9%
	Excelente	9	2,1%
	Sin Respuesta	317	84,3%
	Total	383	100%

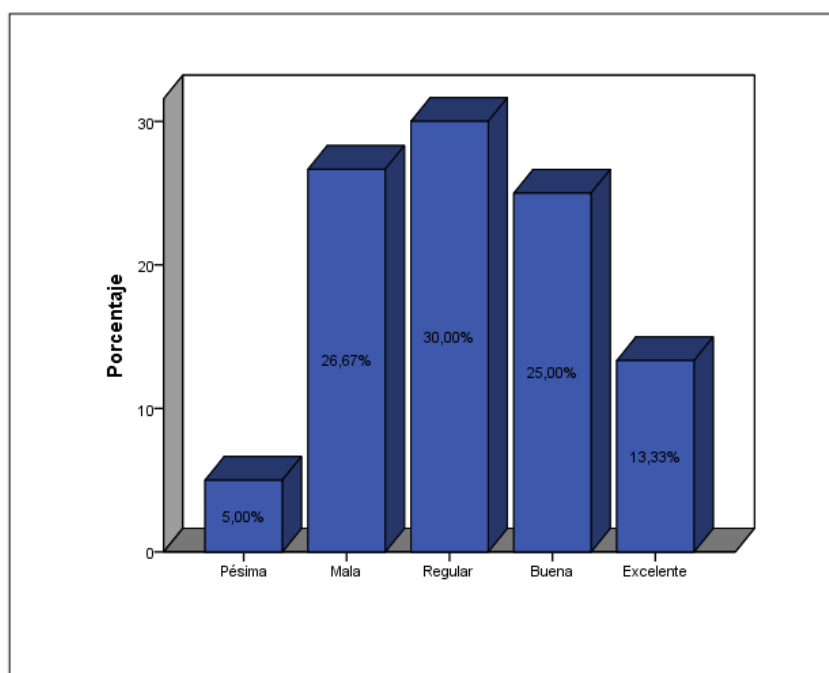


Figura 18. Calidad del servicio de agencia de viajes

Interpretación: La mayor parte de los turistas que optaron por la opción de utilizar una agencia de viajes para realizar turismo han respondido que la calidad del servicio en la agencia de viajes que contrataron fue regular (30%), esto nos demuestra que pueden existir deficiencias en el servicio, y que la percepción de los turistas en este servicio en su mayoría no fue mala, pero tampoco fue buena.

19.- ¿Cómo calificaría la calidad del servicio del transporte turístico que adquirió?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 19 se presentan en la tabla 23

Tabla 23. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 19

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Pésima	4
	Mala	18
	Regular	27
	Buena	11
	Excelente	6
	Sin Respuesta	317
Total	383	100%

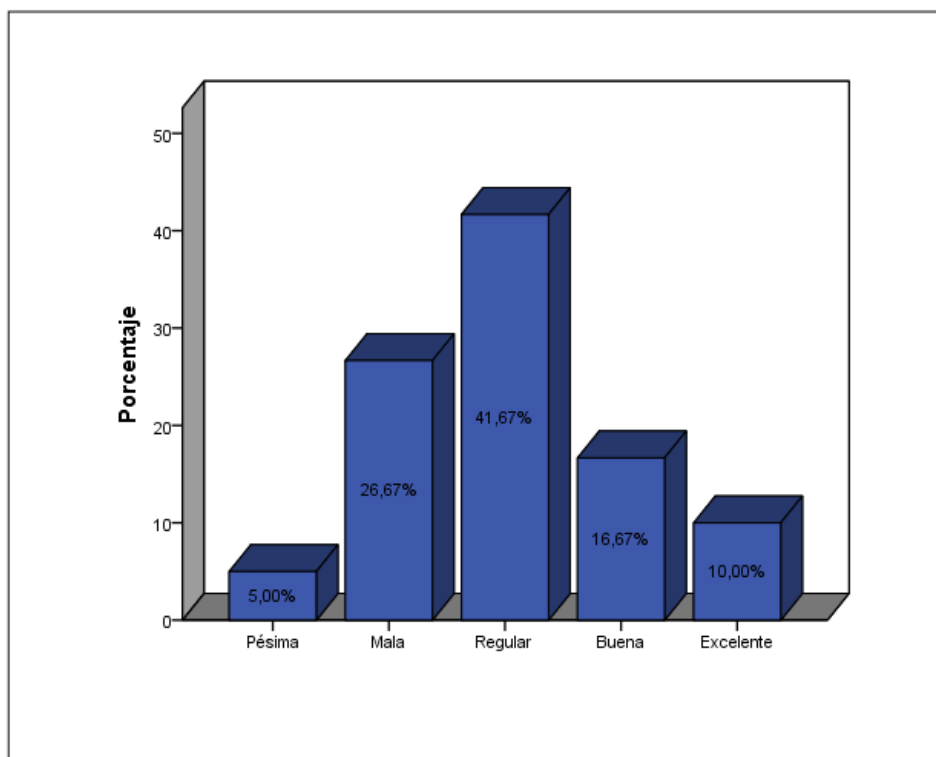


Figura 19. Calidad del servicio de transporte turístico

Interpretación: La mayor parte de los encuestados califica como regular la calidad del servicio de transporte turístico de San Gabriel (41,67%), esto puede ser por varios factores que pudieron afectar a la percepción y experiencia del turista durante la adquisición del servicio entre los cuales pueden estar, atención, respeto de medidas de bioseguridad, altas expectativas, entre otros.

20.- Califique el nivel de importancia que tiene para usted requerir el servicio de alojamiento.

Las opciones y las respuestas de la pregunta 20 se presentan en la tabla 24

Tabla 24. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 20

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada importante	90	23,5%
	Poco importante	153	39,9%
	Regular	34	8,9%
	Importante	50	13,1%
	Muy importante	56	14,6%
	Total	383	100%

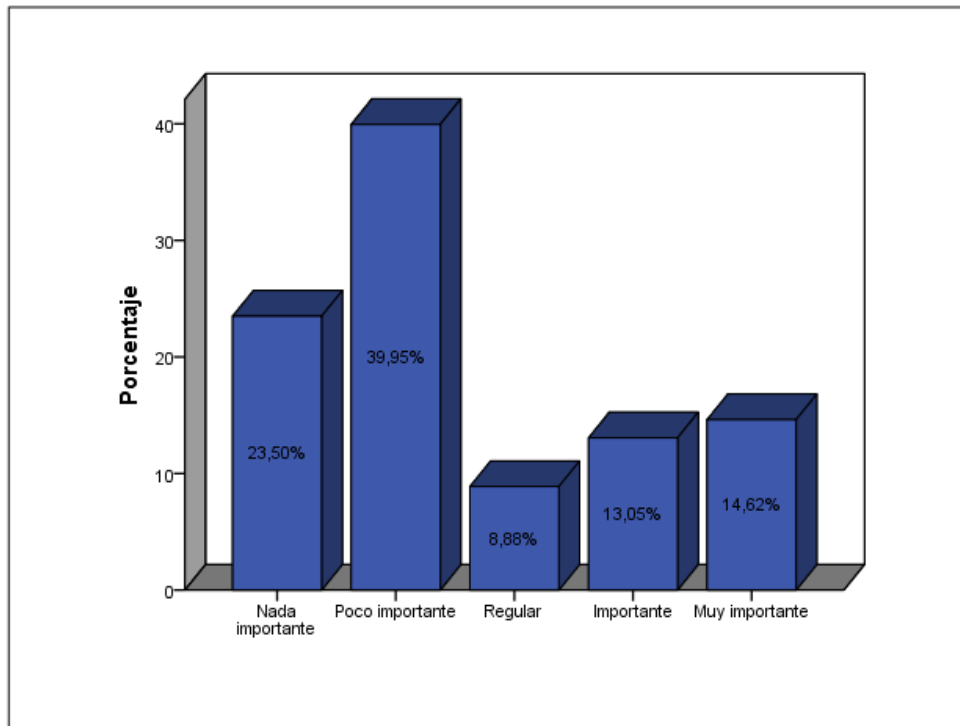


Figura 20. Importancia para requerir el servicio de alojamiento.

Interpretación: Gran cantidad de turistas encuestados realizan viajes de un solo día por esta razón es que es la mayoría de personas que respondieron esta pregunta (39.95%) consideran como poco importante el requerir un servicio de alojamiento durante su actividad turística en la ciudad de San Gabriel.

21.- Califíque el nivel de importancia que tiene para usted requerir el servicio de alimentación.

Las opciones y las respuestas de la pregunta 21 se presentan en la tabla 25

Tabla 25. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 21

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada importante	2	0,5%
	Poco importante	19	5%
	Regular	23	6%
	Importante	70	18,3%
	Muy importante	269	70,2%
	Total	383	100%

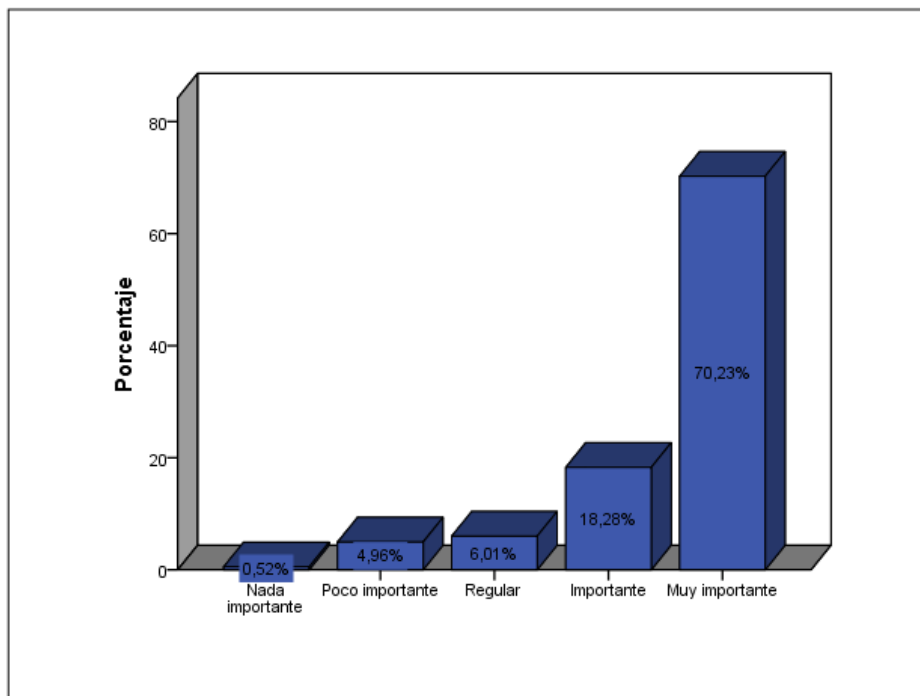


Figura 21. Importancia para requerir el servicio de alimentación.

Interpretación: La mayoría de los turistas que visitan un sitio realizan el consumo del servicio de alimentación, es por esto que el 70.23% de encuestados respondió que para ellos es muy importante requerir este servicio, seguido del 16,26% que considera importante el requerimiento del servicio, representando casi la totalidad de los turistas encuestados, siendo este el servicio más importante para estos.

22.- Califíquese el nivel de importancia que tiene para usted requerir el servicio de agencias de viajes.

Las opciones y las respuestas de la pregunta 22 se presentan en la tabla 26

Tabla 26. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 22

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada importante	179	46,7%
	Poco importante	90	23,5%
	Regular	44	11,5%
	Importante	51	13,3%
	Muy importante	19	5%
	Total	383	100%

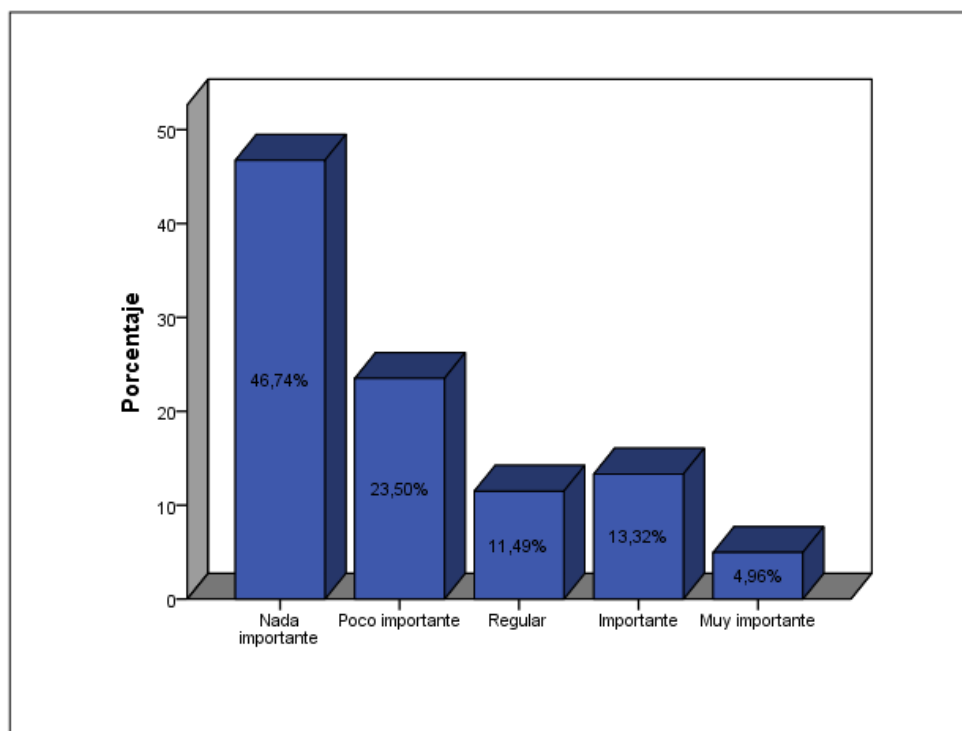


Figura 22. Importancia para requerir el servicio de agencias de viajes.

Interpretación: Durante la pandemia, una gran parte de turistas prefirieron realizar sus viajes por su propia cuenta, y visitar los destinos deseados, probablemente por ahorro de costos, como también por cuestiones de bioseguridad, por eso en esta pregunta la mayoría (46.74%) de encuestados respondió que para ellos es nada importante adquirir los servicios de agencias de viajes.

23.- Califíquese el nivel de importancia que tiene para usted requerir el servicio de transporte turístico.

Las opciones y las respuestas de la pregunta 23 se presentan en la tabla 27

Tabla 27. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 23

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada importante	199	52%
	Poco importante	64	16,7%
	Regular	73	19,1%
	Importante	40	10,4%
	Muy importante	7	1,8%
	Total	383	100%

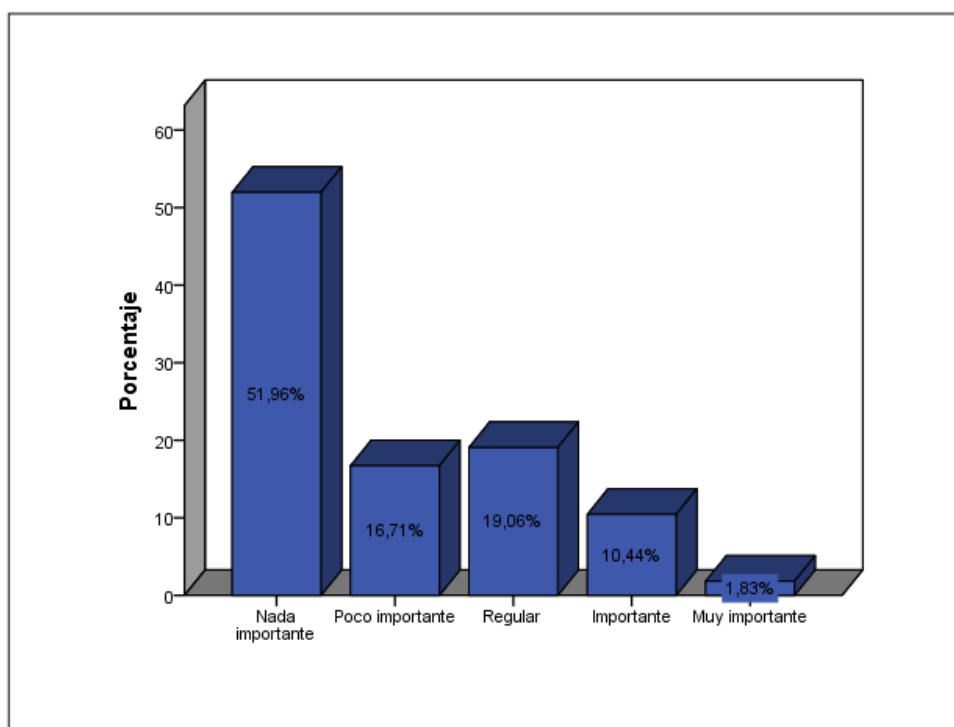


Figura 23. Importancia para requerir el servicio de transporte turístico.

Interpretación: Muchas personas realizan turismo por su cuenta y utilizan sus propios vehículos para movilizarse, es por este motivo que la mayor parte de encuestados (51.96%) respondió que para ellos es nada importante requerir un servicio de transporte turístico durante su actividad turística en San Gabriel.

24.- Si usted solicitase un servicio turístico en época de pandemia, ¿Qué importancia daría a las medidas de bioseguridad del sitio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 24 se presentan en la tabla 28

Tabla 28. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 24

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Nada importante	2	0,5%
	Poco importante	7	1,8%
	Regular	16	4,2%
	Importante	49	12,8%
	Muy importante	309	80,7%
	Total	383	100%

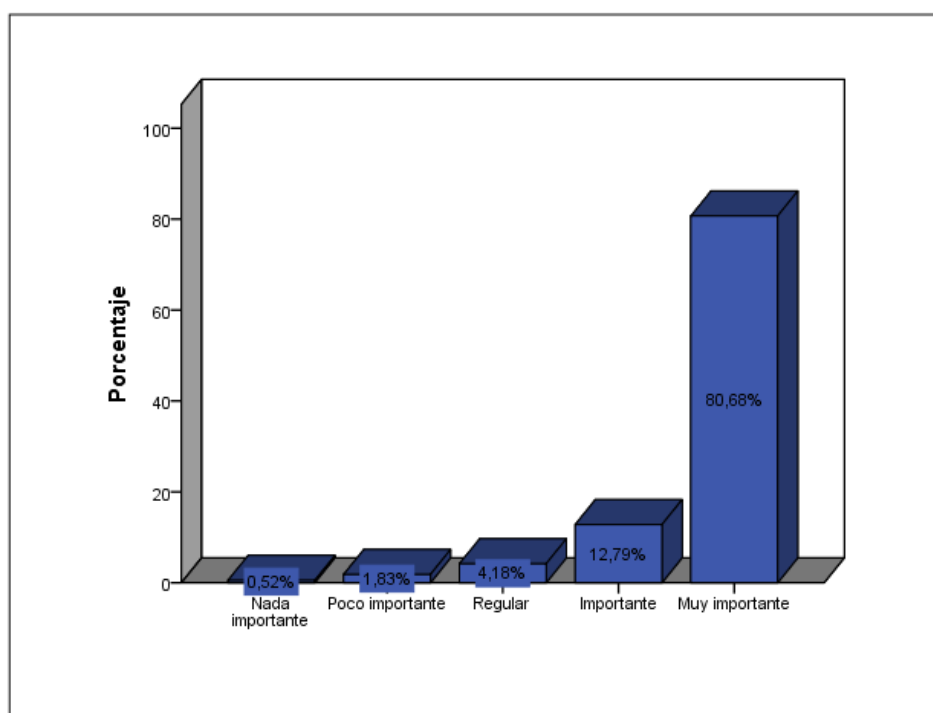


Figura 24. Importancia de las medidas de bioseguridad en el servicio.

Interpretación: En época de pandemia lo que el turista busca es ir a un sitio donde se pueda sentir seguro y confiado, por eso es que el 80.68% de personas ha respondido que es muy importante que estas medidas estén implementadas y más que nada sean aplicadas y se controlen, seguido por el 12,79% que piensa que lo mencionado anteriormente es importante, obteniendo así casi el 100% de encuestados.

25.- Si usted solicitase un servicio turístico en época de pandemia, ¿Qué importancia le daría al precio del servicio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 25 se presentan en la tabla 29

Tabla 29. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 25

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada importante	19	5%
	Poco importante	29	7,6%
	Regular	76	19,8%
	Importante	142	37,1%
	Muy importante	117	30,5%
	Total	383	100%

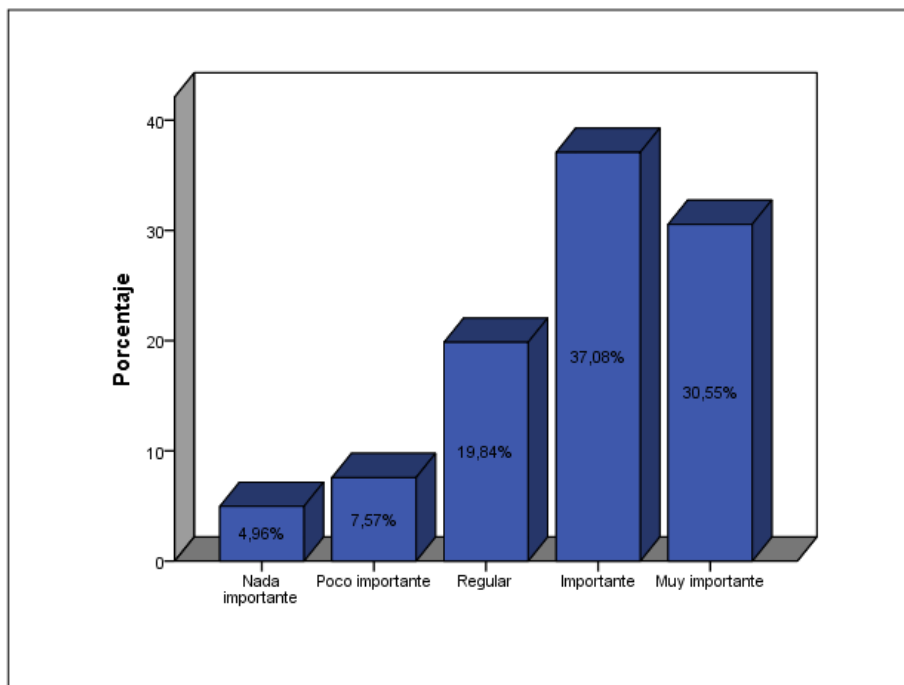


Figura 25. Importancia del precio del servicio turístico

Interpretación: El precio es importante para el 37.06% de los turistas encuestados, esto puede darse porque a causa de la pandemia el aspecto económico de muchas personas se ha visto afectado y frente a esta situación lo que se busca es economizar costos, es por este motivo que los turistas al momento de realizar la actividad turística en San Gabriel buscan sitios que sean accesibles económicamente para ellos.

26.- Si usted solicitaría un servicio turístico en época de pandemia, ¿Qué importancia le daría a la calidad del servicio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 26 se presentan en la tabla 30

Tabla 30. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 26

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Poco importante	7	1,8%
	Regular	19	5%
	Importante	38	9,9%
	Muy importante	319	83,3%
	Total	383	100%

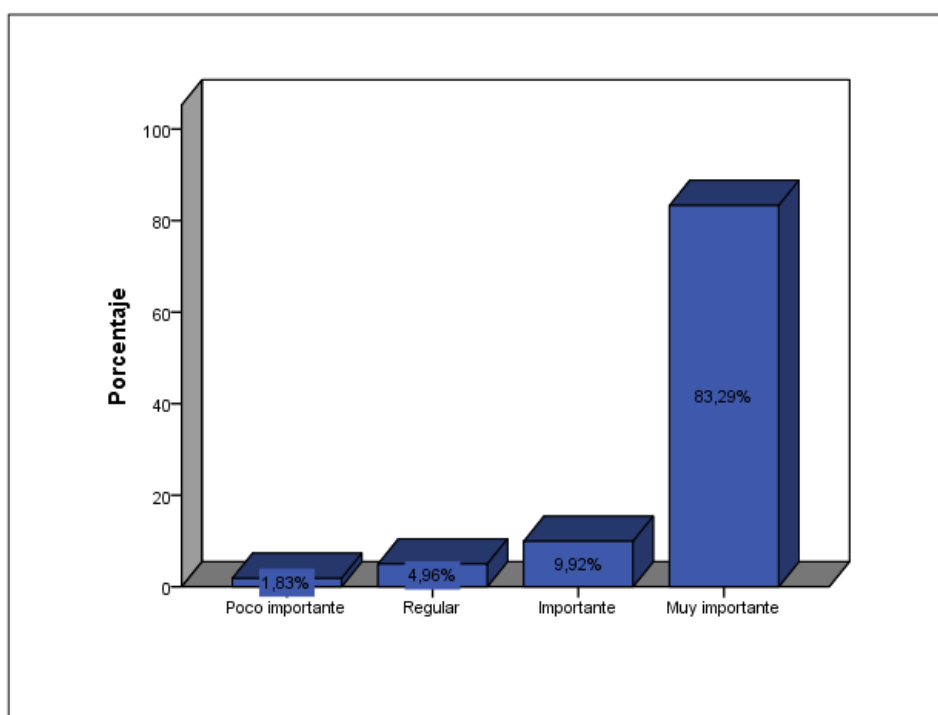


Figura 26. Importancia de la calidad del servicio

Interpretación: La calidad en un servicio turístico es importante porque es lo que hace que los clientes se sientan satisfechos de adquirir ese servicio y lo recomienden en un futuro, por esta razón el 83.29% de turistas han respondido que es muy importante esta calidad, seguido del 9,92% de turistas quienes han respondido que es importante, teniendo así casi el 100% de personas encuestadas.

27.- Si usted solicitaría un servicio turístico en época de pandemia, ¿Qué importancia le daría a la ubicación del servicio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 27 se presentan en la tabla 31

Tabla 31. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 27

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Nada importante	28	7,3%
	Poco importante	34	8,9%
	Regular	38	9,9%
	Importante	223	58,2%
	Muy importante	60	15,7%
	Total	383	100%

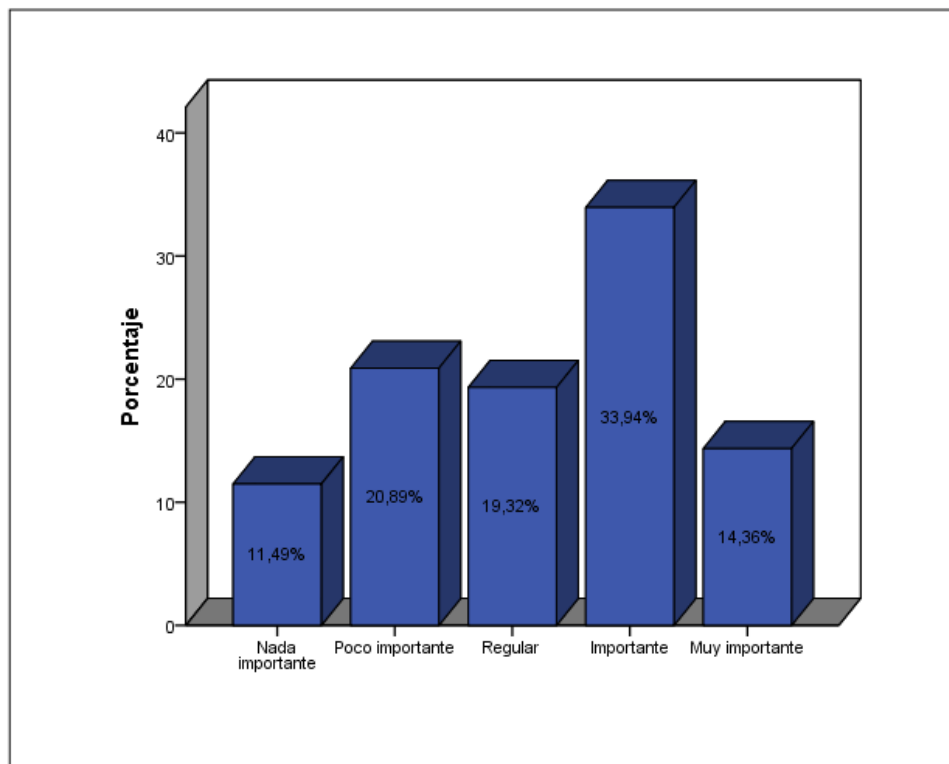


Figura 27. Importancia de la ubicación del servicio

Interpretación: La importancia de la ubicación ha sido respondida con un 33.94% en importante, porque para llegar a un determinado servicio turístico, los turistas que no viajan dentro de un tour deben conocer este servicio y si no existe la información adecuada ellos no podrán llegar.

28.- ¿Cómo mediría los ingresos que destinó en servicio de alojamiento?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 28 se presentan en la tabla 32

Tabla 32. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 28

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones		
Muy bajos	11	2,9%
Bajos	19	5%
Regulares	45	11,5%
Altos	18	4,7%
Muy altos	9	2,3%
Sin Respuesta	281	73,6%
Total	383	100%

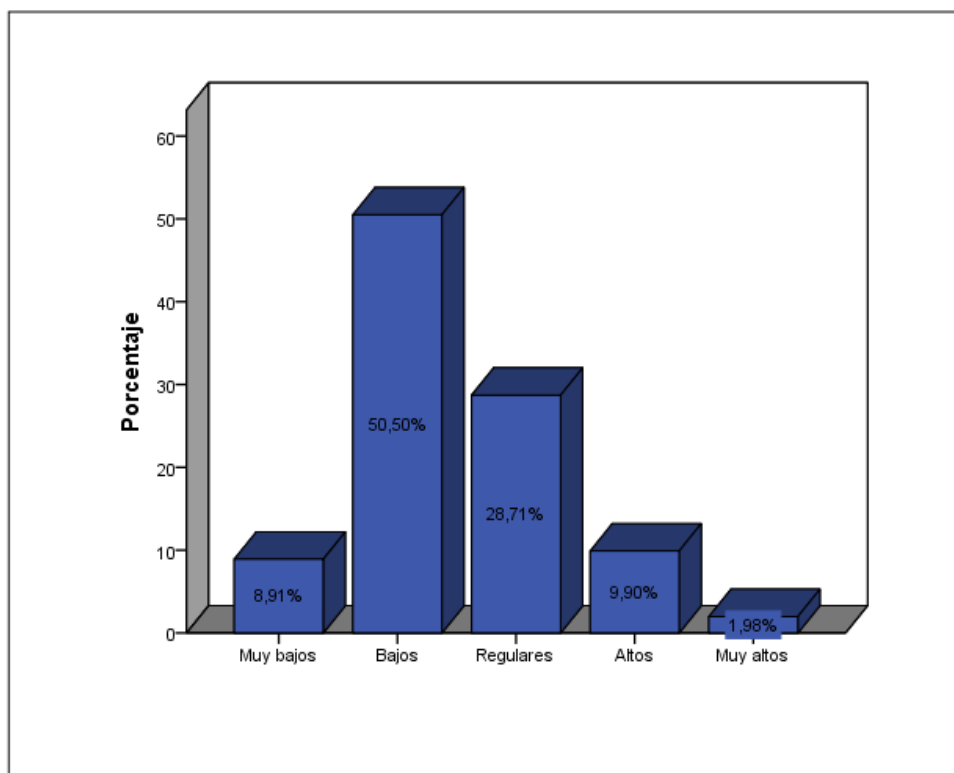


Figura 28. Ingresos destinados en servicios de alojamiento

Interpretación: Con la economía afectada los turistas buscan servicios que no sean costosos, por esta razón no destinan todos sus ingresos en servicios de precios elevados, y el 50.5% considera que sus ingresos económicos destinados a la adquisición de servicios turísticos en San Gabriel han sido bajos.

29.- ¿Cómo mediría los ingresos que destinó en servicios de alimentación?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 29 se presentan en la tabla 33

Tabla 33. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 29

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Muy bajos	28	7,3%
	Bajos	113	29,5%
	Regulares	162	42,3%
	Altos	63	16,45%
	Muy altos	17	4,44%
	Total	383	100%

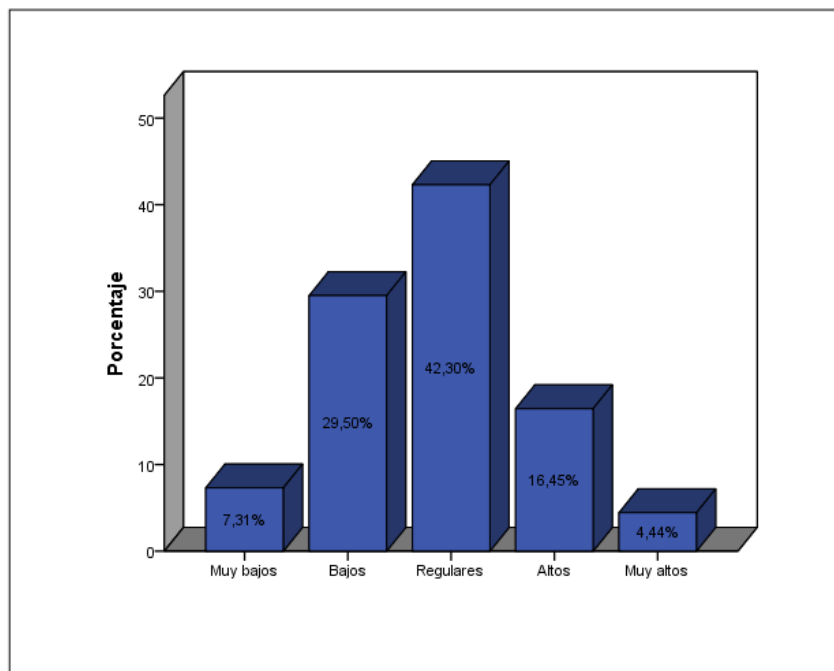


Figura 29. Ingresos destinados en servicios de alimentación

Interpretación: En época de pandemia, con la economía afectada lo que buscan los turistas es contratar un servicio de calidad y que no sea costoso, por eso es que sus ingresos para el servicio de alimentación son regular, porque deben dividir sus ingresos entre todos los servicios que vayan a adquirir.

30.- ¿Cómo mediría los ingresos que destinó en servicios de agencias de viajes?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 30 se presentan en la tabla 34

Tabla 34. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 30

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Muy bajos	4	2,6%
	Bajos	18	5%
	Regulares	26	6,8%
	Altos	13	1,8%
	Muy altos	5	1%
	Sin Respuesta	317	82,8%
Total	383	100%	

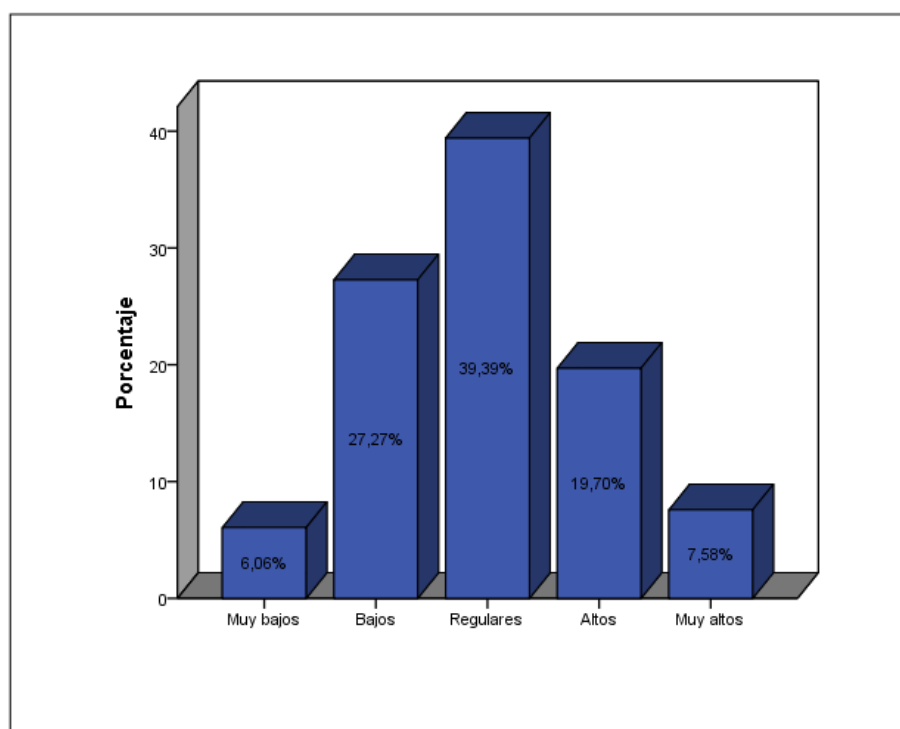


Figura 30. Ingresos destinados en servicios de agencias de viajes

Interpretación: Al adquirir el servicio de agencia de viajes se busca calidad y agilidad para poder disfrutar un viaje, sin embargo, también se busca economizar costos, es por este motivo que el 39.39% de personas encuestadas destina sus ingresos regulares para el servicio de agencias de viaje.

31.- ¿Cómo mediría los ingresos que destinó en servicios de transporte turístico?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 31 se presentan en la tabla 35

Tabla 35. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 31

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Muy bajos	7	1,8%
	Bajos	19	5%
	Regulares	22	5,7%
	Altos	11	2,9%
	Muy altos	7	1,8%
	Sin Respuesta	317	82,8%
Total	383	100%	

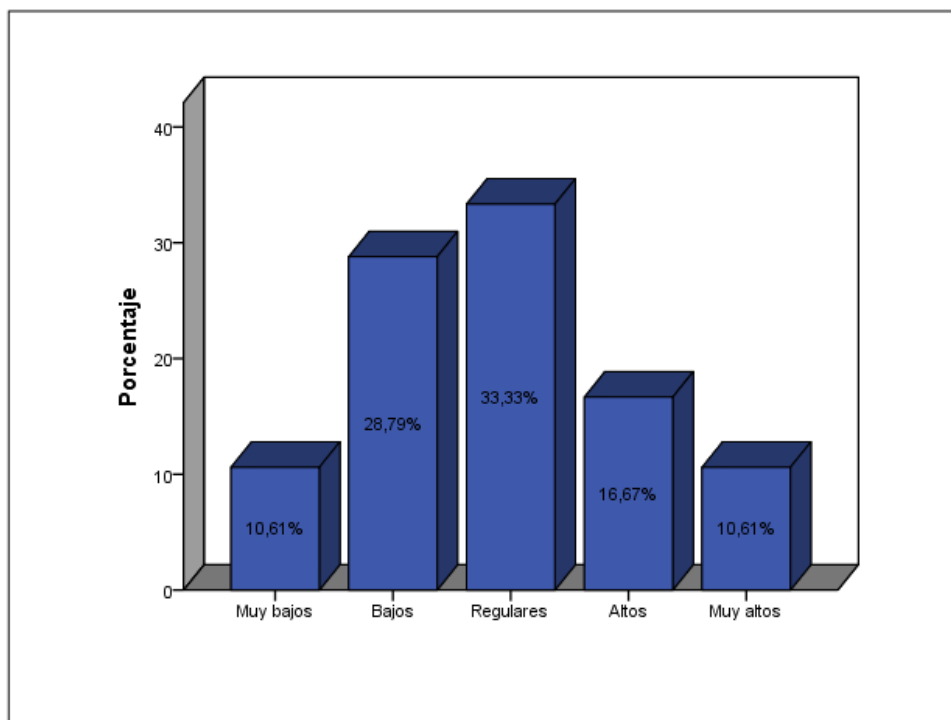


Figura 31. Ingresos destinados en servicios de transporte turístico

Interpretación: Cuando un turista busca contratar un servicio de transporte turístico, quiere calidad y que tenga un precio justo, por esta razón el 33.33% de encuestados destina un ingreso regular para la contratación de este servicio.

32.- ¿Cuántos establecimientos de alojamiento conoce en el sitio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 32 se presentan en la tabla 36

Tabla 36. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 32

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Ninguno	231	60,5%
	1 - 5	132	34,3%
	6 - 10	20	5,2%
Total		383	100%

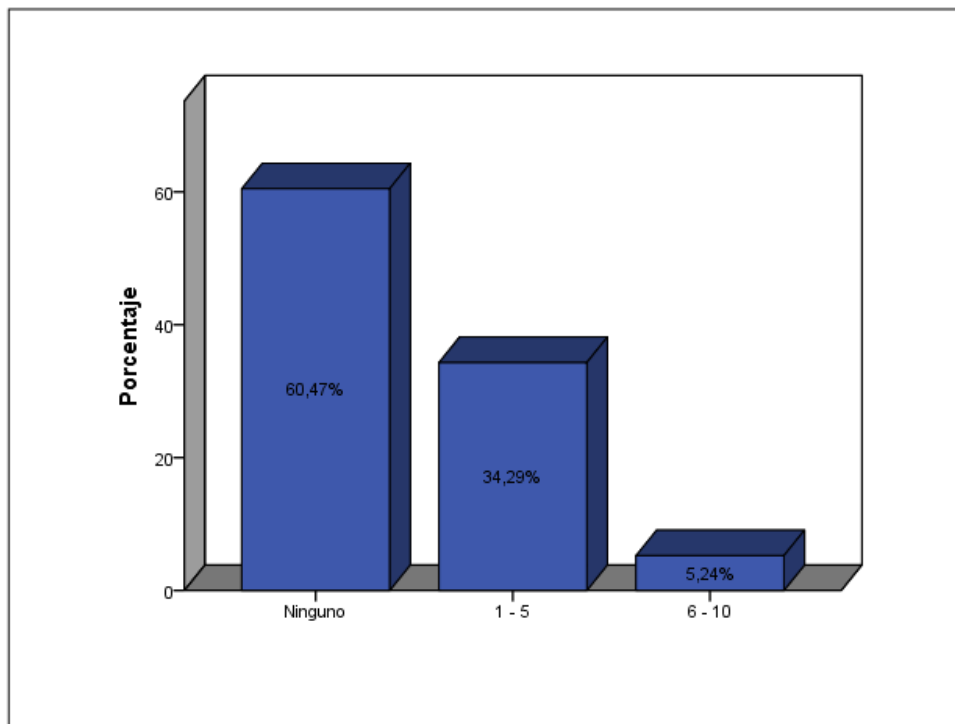


Figura 32. Servicios de alojamiento conocidos en el sitio.

Interpretación: En el cantón San Gabriel existe ineficiencia en cuanto a la información que le brinda al turista ya que el 60.47% de encuestados respondió que no conoce los servicios de alojamiento que oferta este cantón. El turista necesita tener un sitio donde encontrar este tipo de información que sea real y segura.

33.- ¿Cuántos establecimientos de alimentación conoce en el sitio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 33 se presentan en la tabla 37

Tabla 37. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 33

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones	1 - 5	332
	6 - 10	44
	11 - 15	7
Total	383	100%

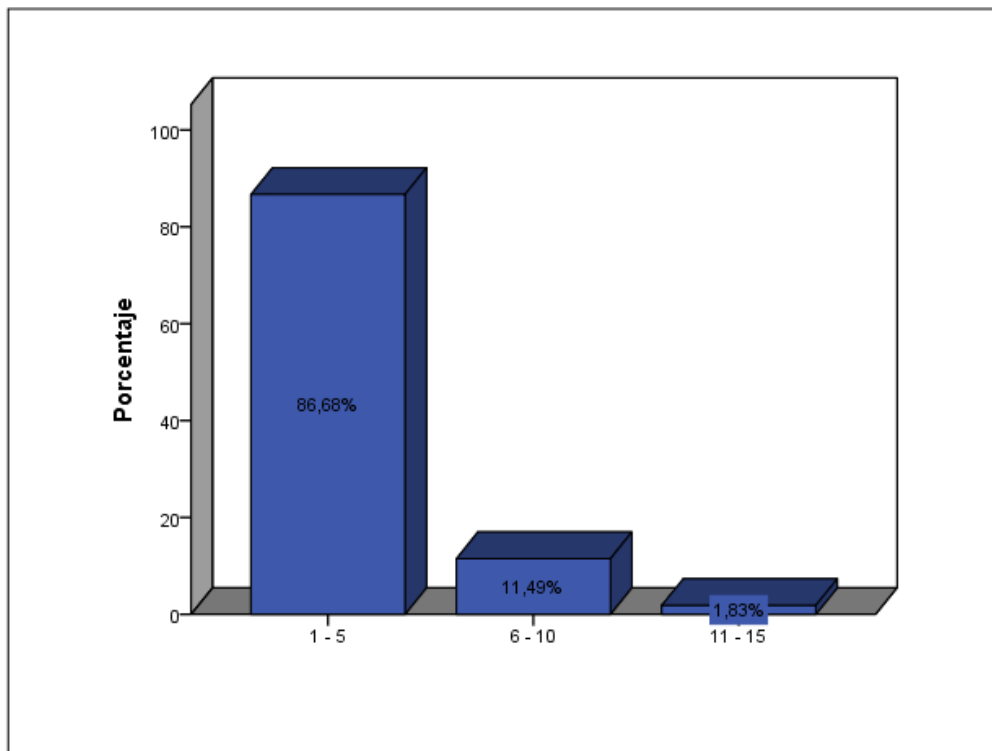


Figura 33. Servicios de alimentación conocidos en el sitio

Interpretación: El servicio de alimentación es el que más se busca cuando se realiza turismo, por eso es que el turista máximo debe conocer uno del sitio al que vaya a visitar, por esto el 86.68% de encuestados respondió que al menos conoce de 1-5 establecimientos que brindan este servicio en San Gabriel.

34.- ¿Cuántas agencias de viajes conoce en el sitio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 34 se presentan en la tabla 38

Tabla 38. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 34

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones		
Ninguno	291	75,98%
1 - 5	92	24,02%
Total	383	100%

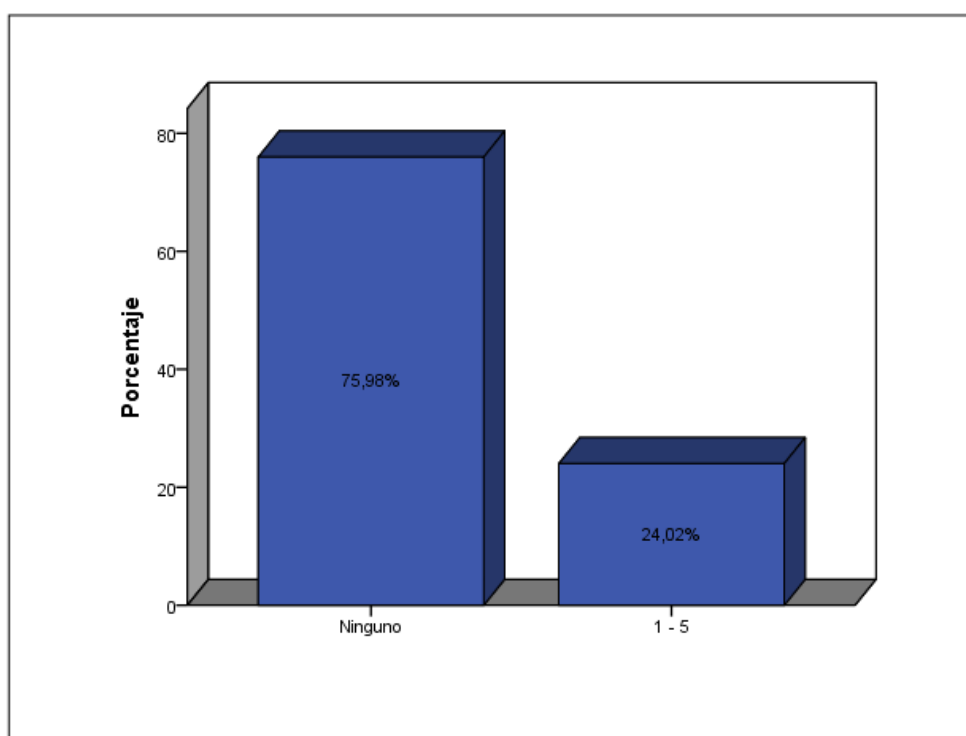


Figura 34. Agencias de viajes conocidas en el sitio

Interpretación: En la ciudad de San Gabriel se puede decir que no existe una buena fuente de información para brindarle al turista, este no cuenta con un sitio seguro donde informarse de los servicios turísticos que ofrece y por esta razón el 75.96% no conoce la agencia de viajes que se encuentra en este sitio.

35.- ¿Cuántos servicios de transporte turístico conoce en el sitio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 35 se presentan en la tabla 39

Tabla 39. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 35

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Ninguno	290	75,9%
	1 - 5	93	24,1%
	Total	383	100%

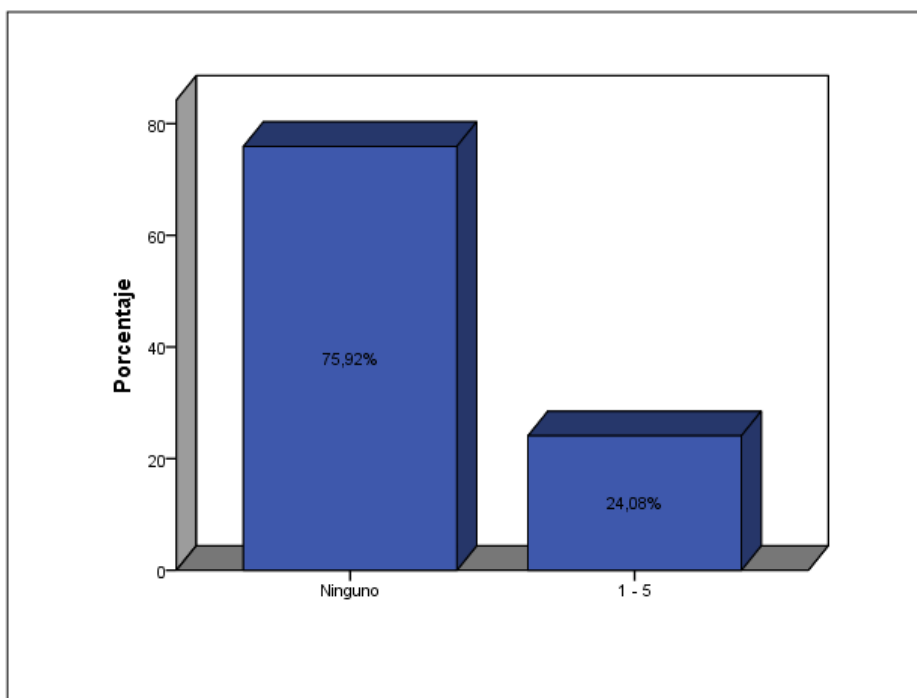


Figura 35. Servicios de transporte turístico conocidos en el sitio

Interpretación: Cuando un turista viaja a un sitio, busca informarse de que servicios va a encontrar en él y cuales puede contratarlos, por esto es importante que exista información verificada y a la mano del turista, ya sea en redes sociales o en un I tur. Las cifras de esta pregunta demuestran que existe un fallo en la información que se le está haciendo llegar al turista.

36.- ¿Recomendaría los servicios turísticos brindados en el sitio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 36 se presentan en la tabla 40

Tabla 40. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 36

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Si	257	67,1%
	No	126	32,9%
	Total	383	100%

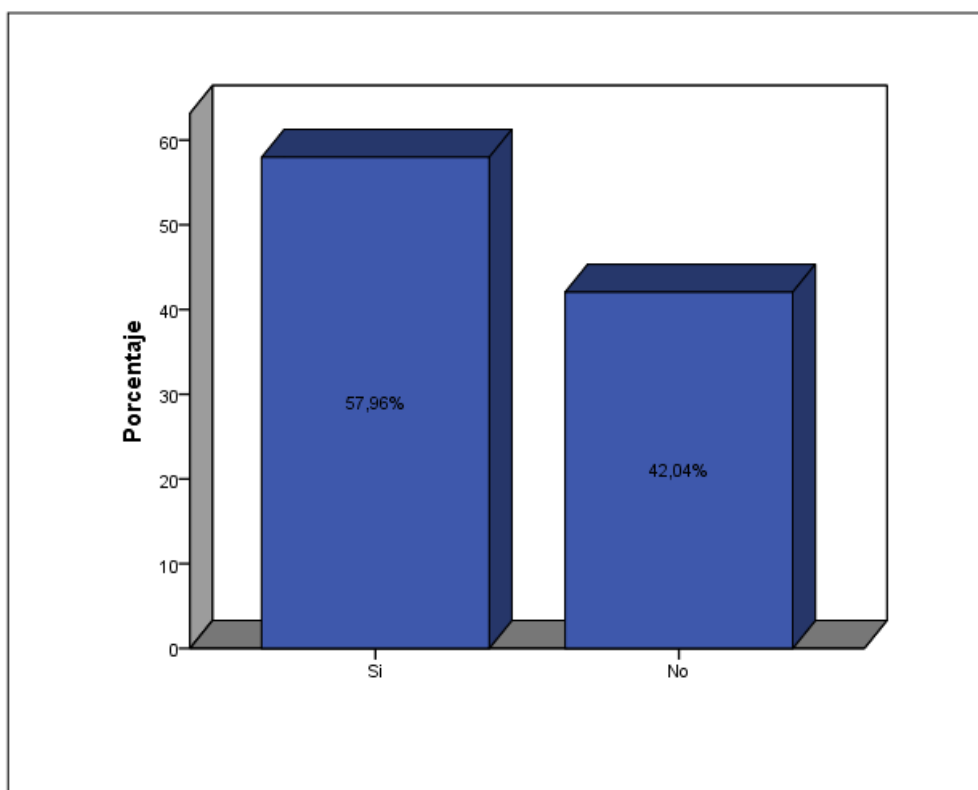


Figura 36. Recomendación de los servicios brindados en el sitio.

Interpretación: Cuando a un cliente se le ha brindado un servicio de calidad, y se lleva satisfacción luego de su consumo, implica que este cliente se volverá fiel a un servicio y de consecuente lo recomendará con sus conocidos, más del 50% de turistas que respondieron esta pregunta recomendarían los servicios turísticos de San Gabriel.

37.- ¿Considera que la pandemia afectó en sus ingresos?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 37 se presentan en la tabla 41

Tabla 41. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 37

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Totalmente en desacuerdo	8	2,1%
	En desacuerdo	34	8,8%
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	89	23,1%
	De acuerdo	115	29,9%
	Totalmente de acuerdo	139	36,1%
	Total	385	100%

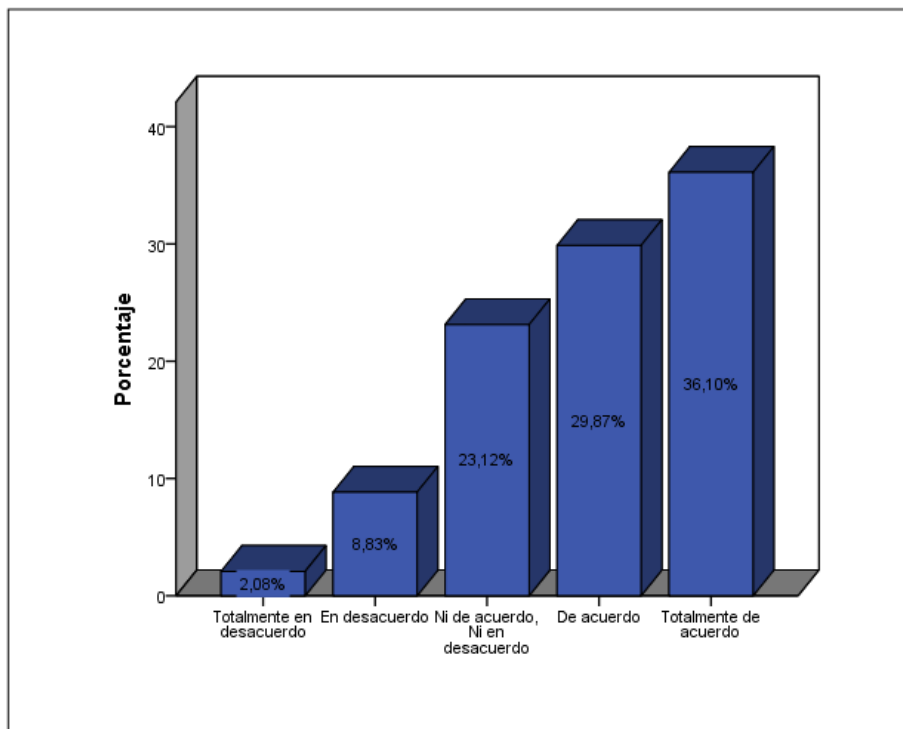


Figura 37. Afectación de la pandemia a los ingresos económicos

Interpretación: En Cotacachi, la mayor frecuencia de turistas (más del 36,1%) que han sido encuestadas se encuentran totalmente de acuerdo en que la pandemia ha afectado directamente sus ingresos económicos, y la menor frecuencia (2%) está totalmente en desacuerdo, teniendo así un gran impacto económico del Covid – 19 en los turistas de este destino, sin embargo, siendo este menor en comparación con San Gabriel.

38.- ¿Las medidas de bioseguridad implementadas le han dificultado adquirir servicios turísticos?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 38 se presentan en la tabla 42

Tabla 42. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 38

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Totalmente en desacuerdo	25	6,5%
	En desacuerdo	77	20%
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	94	24,4%
	De acuerdo	120	31,2%
	Totalmente de acuerdo	69	17,9%
	Total	385	100%

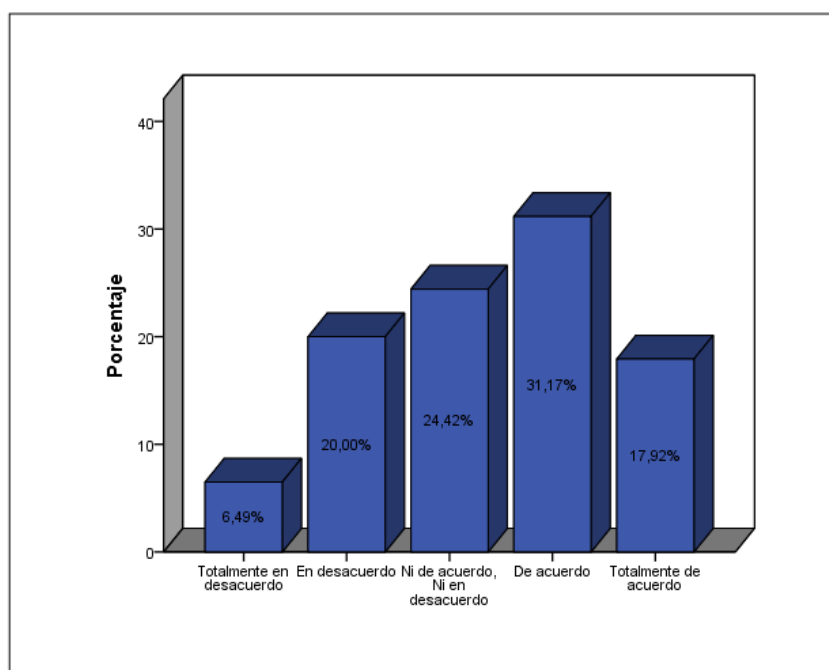


Figura: 38. Dificultan para adquirir servicios turísticos

Interpretación: Parte de las medidas de bioseguridad han sido las restricciones que ha impuesto el COE Nacional, como ejemplo de ellas tenemos: restricciones de movilidad, horarios de cierre de servicios, semaforización de las provincias, determinación de aforo permitidos en lugares que prestan servicios turísticos, etc. Esto ha afectado a las personas que buscan realizar turismo, porque no podían movilizarse de una forma normal o solo podían asistir a ciertos lugares con horario restringido, además el miedo al contagio se hizo presente y evito que muchas personas realicen turismo, una afirmación a esto es que más del 30% de personas encuestadas haya respondido que esté de acuerdo con que las medidas de bioseguridad le han dificultado adquirir servicios turísticos.

39.- ¿Qué tan seguro se siente al adquirir un servicio de alojamiento del lugar en época de pandemia?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 39 se presentan en la tabla 43

Tabla 43. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 39

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Totalmente inseguro	17	4,4%
	Inseguro	56	14,5%
	Ni seguro, ni inseguro	88	22,9%
	Seguro	34	8,8%
	Totalmente seguro	10	2,6%
	Sin Respuesta	180	46,8%
	Total	385	100%

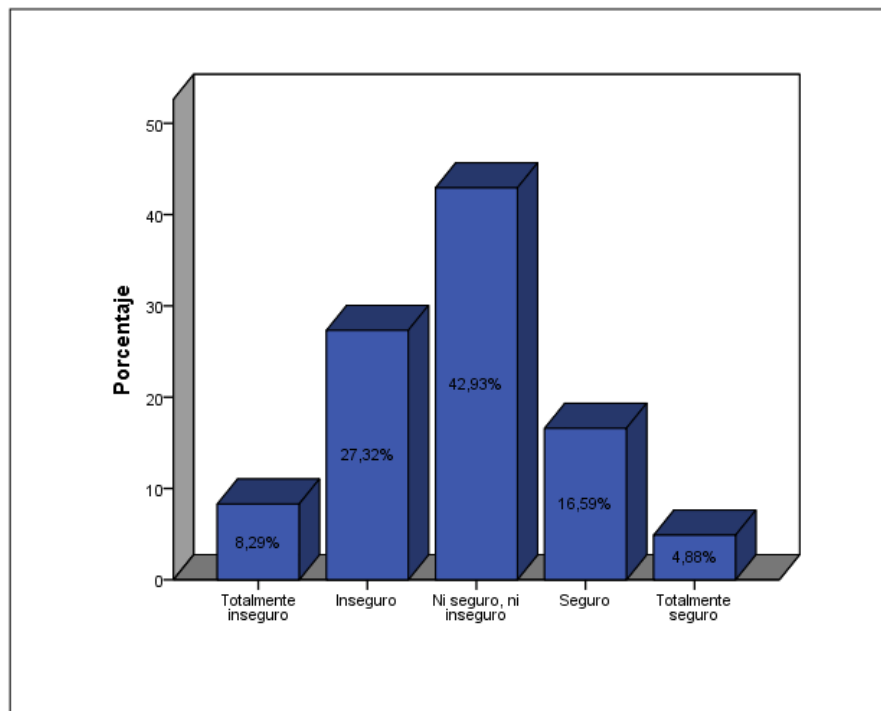


Figura 39. Seguridad al adquirir un servicio de alojamiento

Interpretación: El servicio de alojamiento depende mucho de las restricciones que ellos pongan para sus clientes y esto define que, si se cumplen o no, y como ellos se van a sentir al respecto, por eso es que es obligatorio el uso de mascarillas en espacios cerrados y el lavado y uso de gel en las manos, más del 42% respondió que no se siente ni seguro ni inseguro adquiriendo este servicio

40.- ¿Qué tan seguro se siente al adquirir un servicio de alimentación del lugar en época de pandemia?

Las opciones y respuestas de la pregunta 40 se presentan en la tabla 44

Tabla 44. Frecuencias y porcentajes – Pregunta 40

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Totalmente inseguro	45	11,7%
	Inseguro	145	37,7%
	Ni seguro, ni inseguro	110	28,6%
	Seguro	62	16,1%
	Totalmente seguro	23	6%
	Total	385	100%

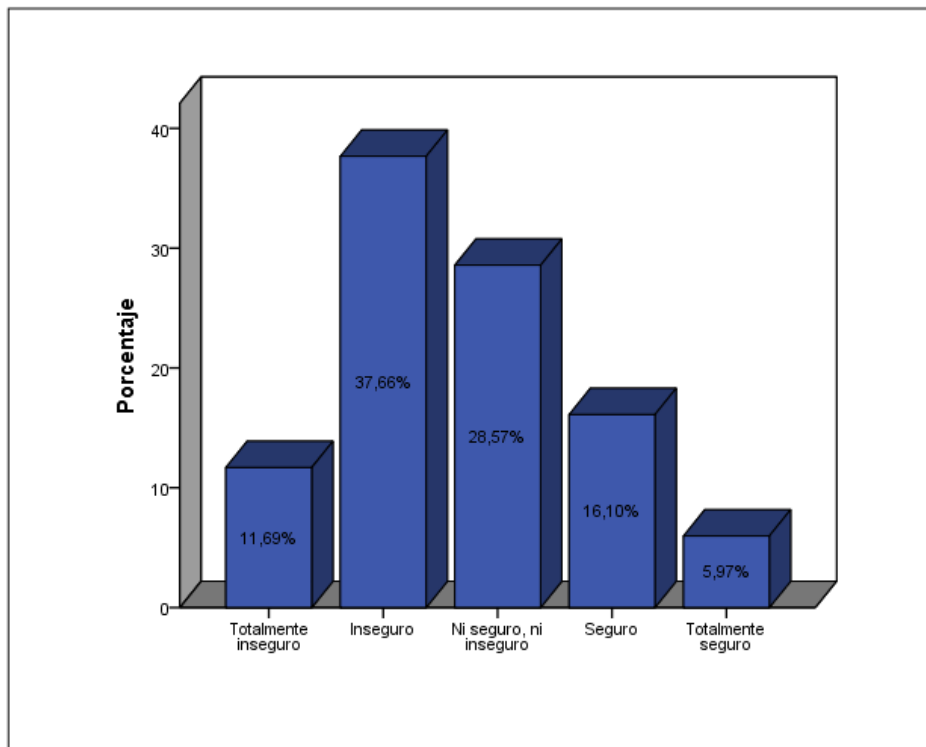


Figura 40. Seguridad al adquirir un servicio de alimentación

Interpretación: En los servicios de alimentación es necesario retirarse la mascarilla, esta acción es la que los hace los sitios más inseguros, y más cuando existe aglomeración y no cuentan con una adecuada ventilación, por estas razones es que los turistas consideran que se sienten inseguros adquiriendo este servicio.

41.- ¿Qué tan seguro se siente al adquirir el servicio de agencias de viajes en el lugar en época de pandemia?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 41 se presentan en la tabla 45

Tabla 45. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 41

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Totalmente inseguro	4	1%
	Inseguro	30	7,8%
	Ni seguro, ni inseguro	82	21,3%
	Seguro	38	9,9%
	Totalmente seguro	14	3,6%
	Sin Respuesta	217	56,4%
Total		385	100,0%

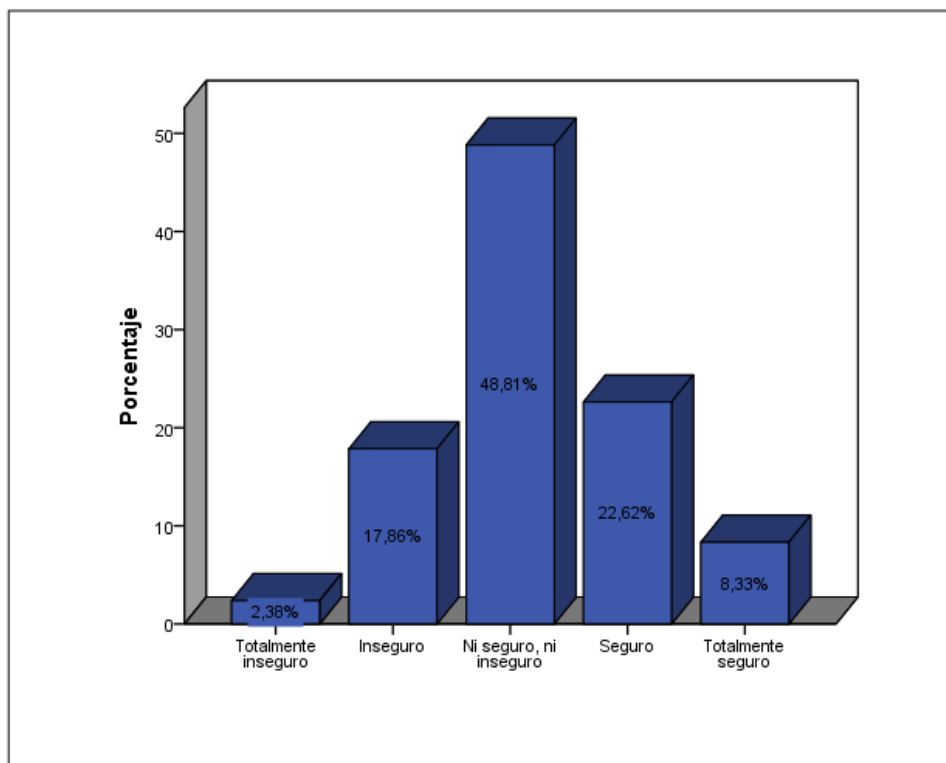


Figura 41. Seguridad al adquirir el servicio de agencias de viajes

Interpretación: Las agencias de viajes para poder calificarlas dependen de muchos factores, ya que es un conjunto de servicios lo que ofrecen, por esta razón los turistas encuestados mayormente respondieron que no se sienten ni seguros ni inseguros al momento de adquirir este servicio, seguido por la respuesta “Seguro”.

42. ¿Qué tan seguro se siente al adquirir un servicio turístico de transporte turístico del lugar en época de pandemia?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 42 se presentan en la tabla 46

Tabla 46. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 42

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Totalmente inseguro	46	11,9%
	Inseguro	62	16,1%
	Ni seguro, ni inseguro	38	9,9%
	Seguro	14	3,6%
	Totalmente seguro	8	2,1%
	Sin Respuesta	217	56,4%
Total		385	100%

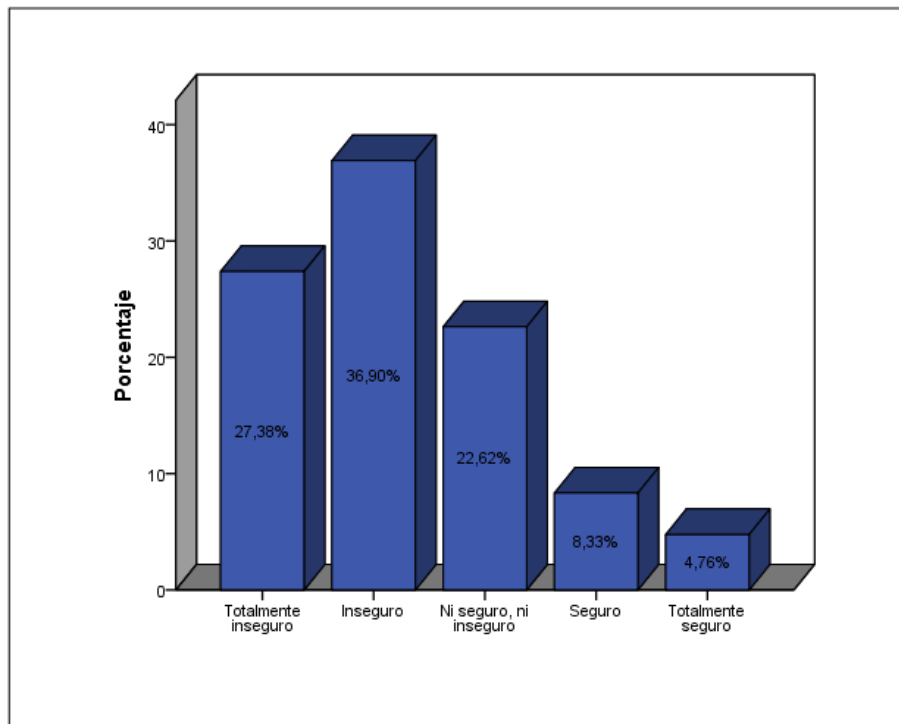


Figura 42. Seguridad al adquirir un servicio de transporte turístico

Interpretación: Un servicio de transporte turístico es complicado que pueda cumplir estrictamente con las medidas de bioseguridad implementadas, como el distanciamiento, la ventilación constante o el uso de mascarilla, porque no existe un control constante, esto hace que la mayoría de turistas (36,9%) que adquiere este servicio se sienta inseguro.

43.- ¿Qué tanto considera que se están cumpliendo las medidas de bioseguridad en los servicios de alojamiento del lugar?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 43 se presentan en la tabla 47

Tabla 47. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 43

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada	15	3,9%
	Poco	58	15,1%
	Regular	84	21,8%
	Considerablemente	38	9,9%
	Totalmente	10	2,6%
	Sin Respuesta	180	46,8%
	Total	385	100%

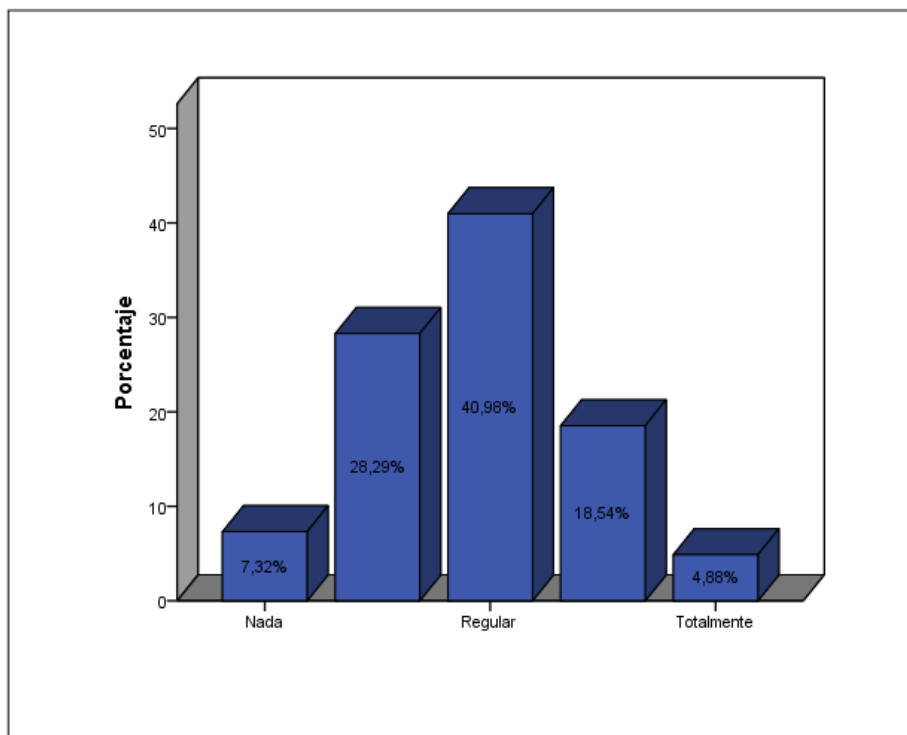


Figura 43. Medidas de bioseguridad en servicios de alojamiento

Interpretación: En los servicios de alojamiento se están solicitando utilizar las medidas de bioseguridad para poder cumplir con sus servicios, esto considera la mascarilla, alcohol y distanciamiento, aunque muchas personas no cumplen con estas solicitudes, por esto el 40,98% de los turistas no se sienten completamente seguros.

44.- ¿Qué tanto considera que se están cumpliendo las medidas de bioseguridad en los servicios de alimentación del lugar?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 44 se presentan en la tabla 48

Tabla 48. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 44

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada	54
	Poco	158
	Regular	104
	Considerablemente	48
	Totalmente	21
	Total	385
		14%
		41%
		27%
		12,5%
		5,5%
		100%

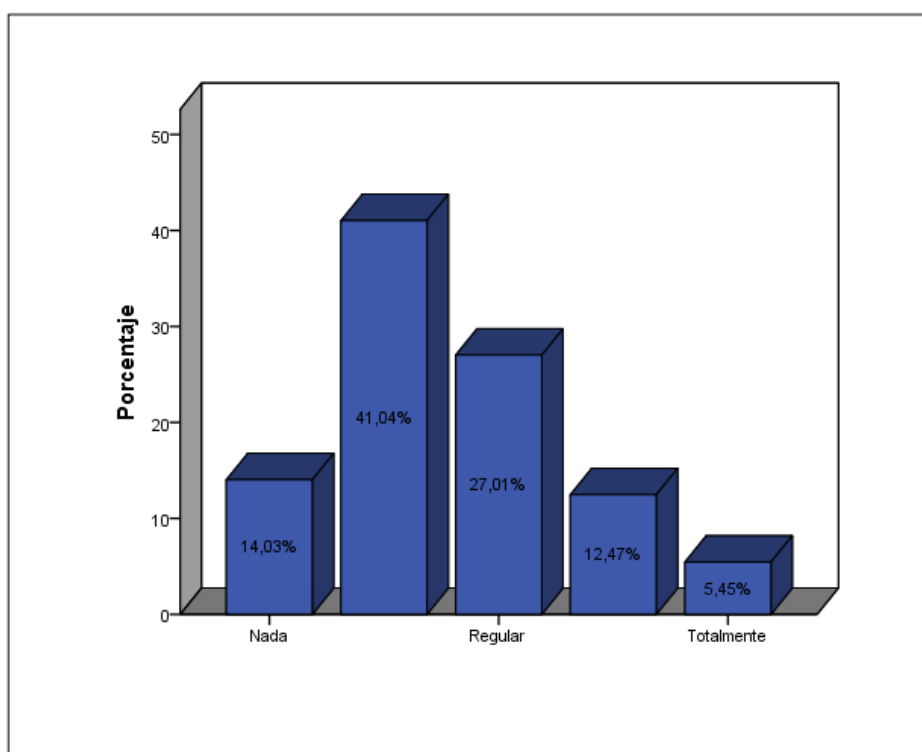


Figura 44. Medidas de bioseguridad en servicios de alimentación

Interpretación: Los lugares en donde existe más concurrencia de personas son los servicios de alimentación, por esta razón el 41.04% de los turistas encuestados respondió que a su percepción se está cumpliendo poco con estas medidas, siendo un alto porcentaje, sin embargo, un poco menor en comparación con San Gabriel.

45. – ¿Qué tanto considera que se están cumpliendo las medidas de bioseguridad en las agencias de viajes del lugar?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 45 se presentan en la tabla 49

Tabla 49. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 45

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada	12	3,1%
	Poco	40	10,4%
	Regular	76	19,7%
	Considerablemente	35	9,1%
	Totalmente	5	1,3%
	Sin Respuesta	217	56,4%
	Total	385	100%

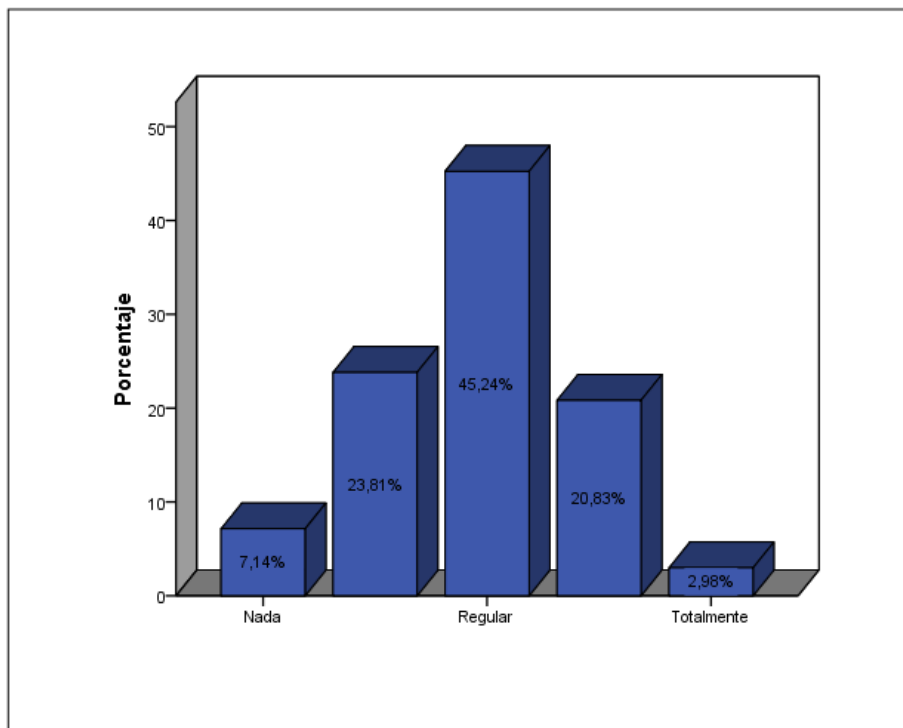


Figura 45. Medidas de bioseguridad en agencias de viajes

Interpretación: Las agencias de viajes si recomiendan las medidas de bioseguridad a las personas que adquieren sus servicios, ellos brindan mascarillas y alcohol constantemente a sus clientes, pero no existe un constante control esto hace que las personas sientan que las medidas de bioseguridad su cumplimiento es regular.

46. – ¿Qué tanto considera que se están cumpliendo las medidas de bioseguridad en los servicios de transporte turístico del lugar?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 46 se presentan en la tabla 50

Tabla 50. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 46

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada	28	7,3%
	Poco	51	13,2%
	Regular	40	10,4%
	Considerablemente	28	7,3%
	Totalmente	21	5,5%
	Sin Respuesta	217	56,4%
	Total	385	100%

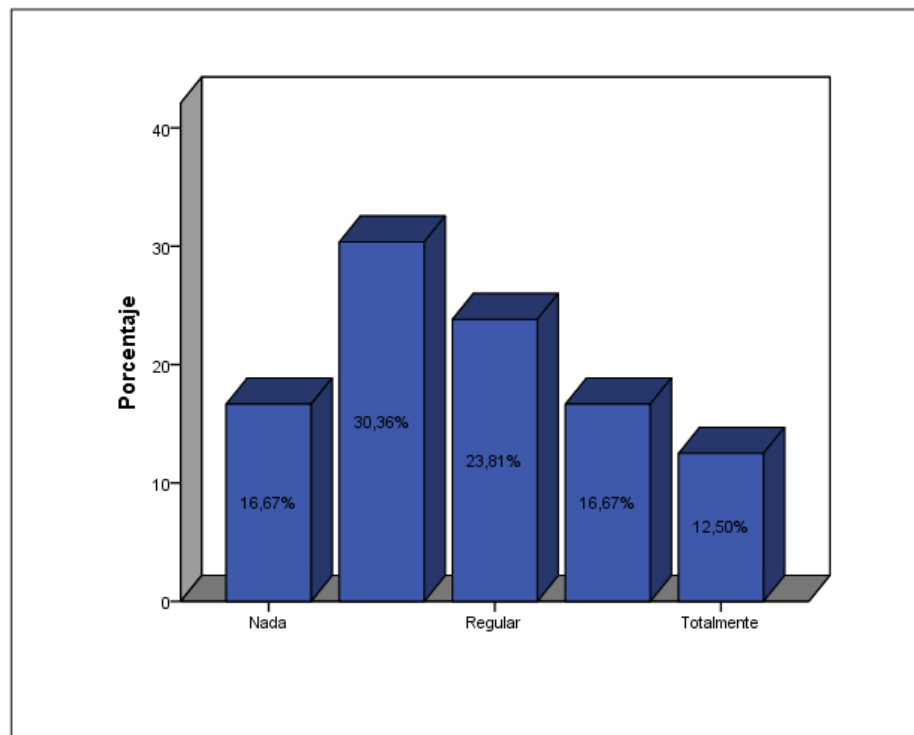


Figura 46. Medidas de bioseguridad en servicios de transporte turístico

Interpretación: Cumplir con las medidas de bioseguridad en el transporte turístico puede ser complicado por diferentes factores, ya que no puede existir un distanciamiento, y las personas suelen consumir alimentos en los recorridos, etc., por estas razones el 30,36% y 16,6% de los turistas encuestados consideran que poco o nada se están cumpliendo las medidas de bioseguridad en este servicio.

47.- ¿Cuánto tiempo estima permanecer en el lugar?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 47 se presentan en la tabla 51

Tabla 51. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 47

	Frecuencia	Porcentaje
1 día	181	47,0
2-3 días	147	38,2
Opciones 4-5 días	49	12,7
6-7 días	8	2,1
Total	385	100,0

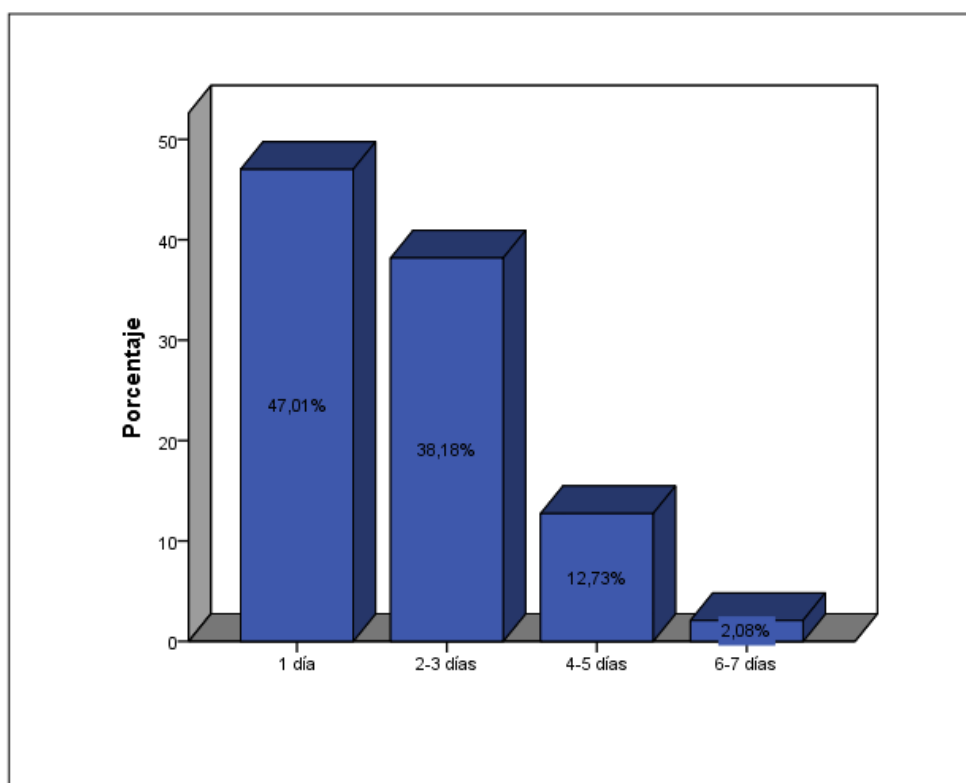


Figura 47. Tiempo de estancia en el sitio

Interpretación: Puede interpretarse que, por cuestiones de tiempo y seguridad las personas han preferido realizar viajes de solo 1 día para realizar turismo, por esta razón es que el 47,01% de turistas encuestados respondieron que solo permanecerán en Cotacachi 1 día.

48.- ¿Adquirió el servicio de alojamiento?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 48 se presentan en la tabla 52

Tabla 52. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 48

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Si	205	53,2%
	No	180	46,8%
	Total	385	100%

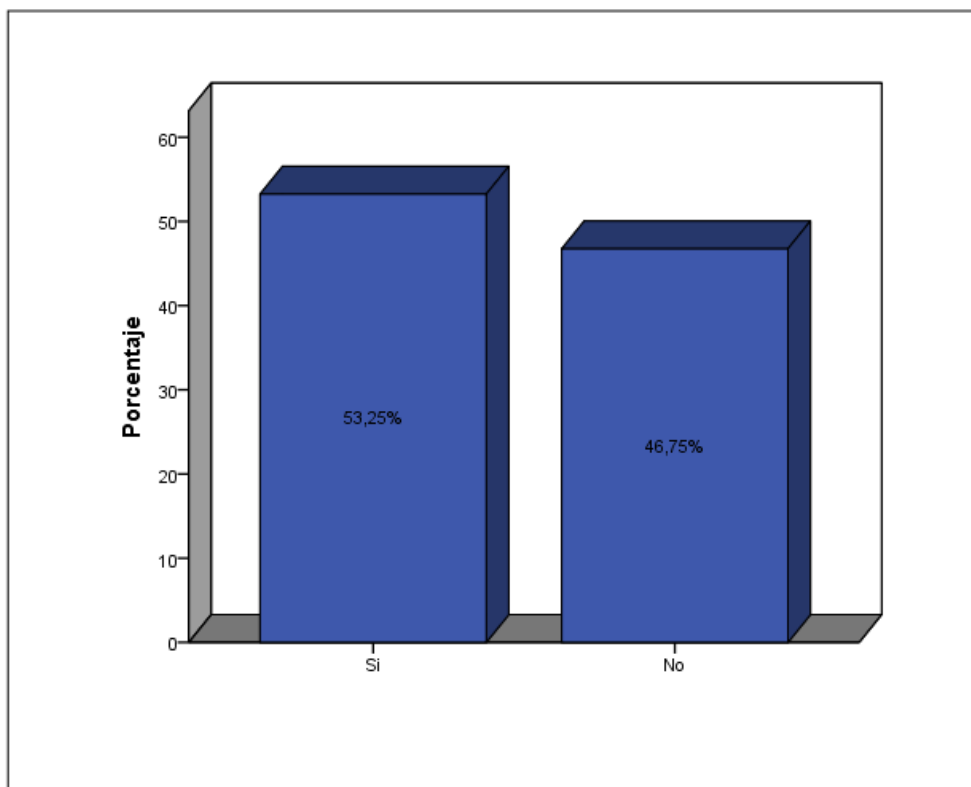


Figura 48. Demanda del servicio de alojamiento

Interpretación: Cotacachi recibe más turistas que necesitan del servicio de alojamiento, en comparación con San Gabriel, por esto un gran porcentaje de turistas encuestados respondió que, si adquirió este servicio, con las medidas de bioseguridad pertinentes, sin embargo, la frecuencia que no adquirió este servicio sigue siendo significativa y a tomar en cuenta, siendo representado por el 46,75% de turistas encuestados.

49.- ¿Adquirió el servicio de alimentación?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 49 se presentan en la tabla 53

Tabla 53. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 49

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Si	385	100%
Total		385	100%

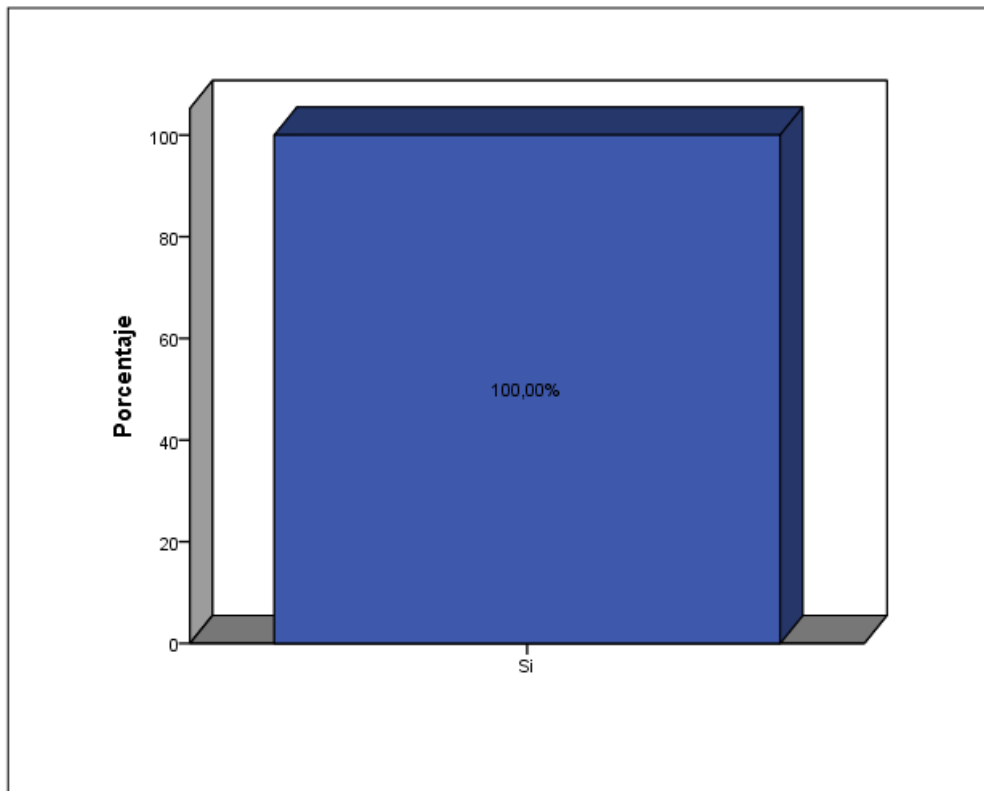


Figura 49. Demanda del servicio de alimentación

Interpretación: El servicio de alimentación es el más solicitado por los turistas, esto se da porque el alimentarse representa una necesidad básica que todo turista debe satisfacer, es por esta razón, que en esta pregunta el total de los encuestados respondieron que por lo menos utilizaron un servicio de alimentación durante su actividad turística en el pueblo mágico de Cotacachi.

50.- ¿Adquirió el servicio de agencias de viajes?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 50 se presentan en la tabla 54

Tabla 54. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 50

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Si	168	43,6%
	No	217	56,4%
	Total	385	100%

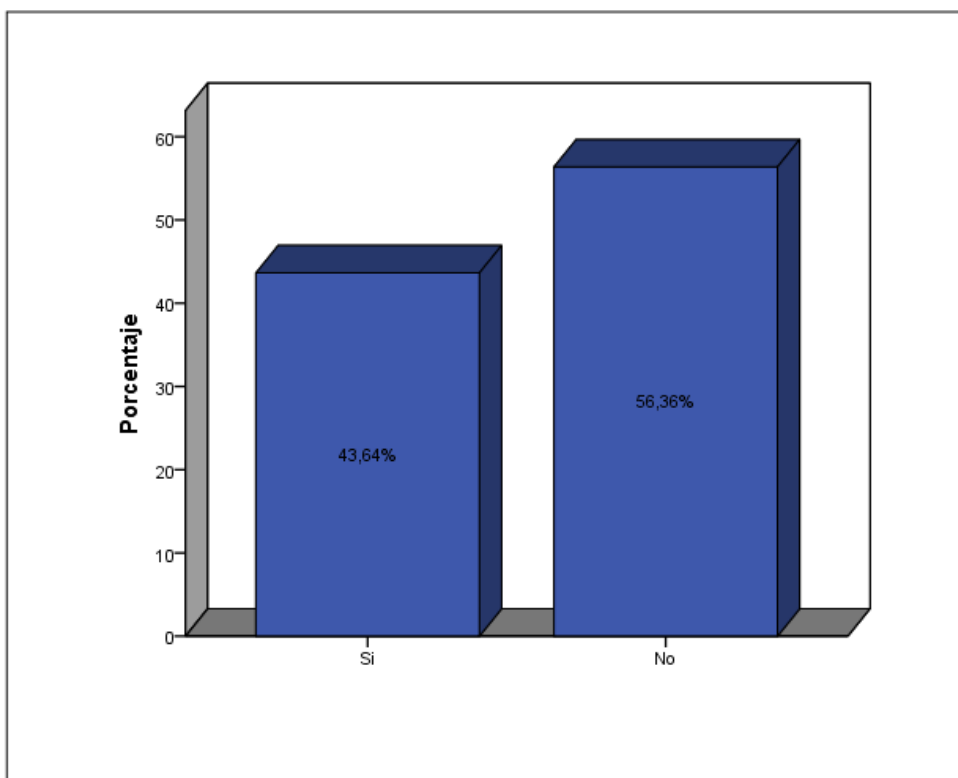


Figura 50. Demanda del servicio de agencias de viajes

Interpretación: Un gran porcentaje (56.36%) de turistas respondió que, no ha adquirido un servicio de agencias de viajes durante su visita a Cotacachi, ellos prefieren llegar a los sitios turísticos por su propio medio, además de que buscan economizar y prefieren ir a sitios que han sido recomendados con anterioridad y que ellos se sientan seguros de adquirir por cuidar su salud

51.- ¿Adquirió el servicio de transporte turístico?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 51 se presentan en la tabla 55

Tabla 55. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 51

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Si	168	43,6%
	No	217	56,4%
	Total	385	100%

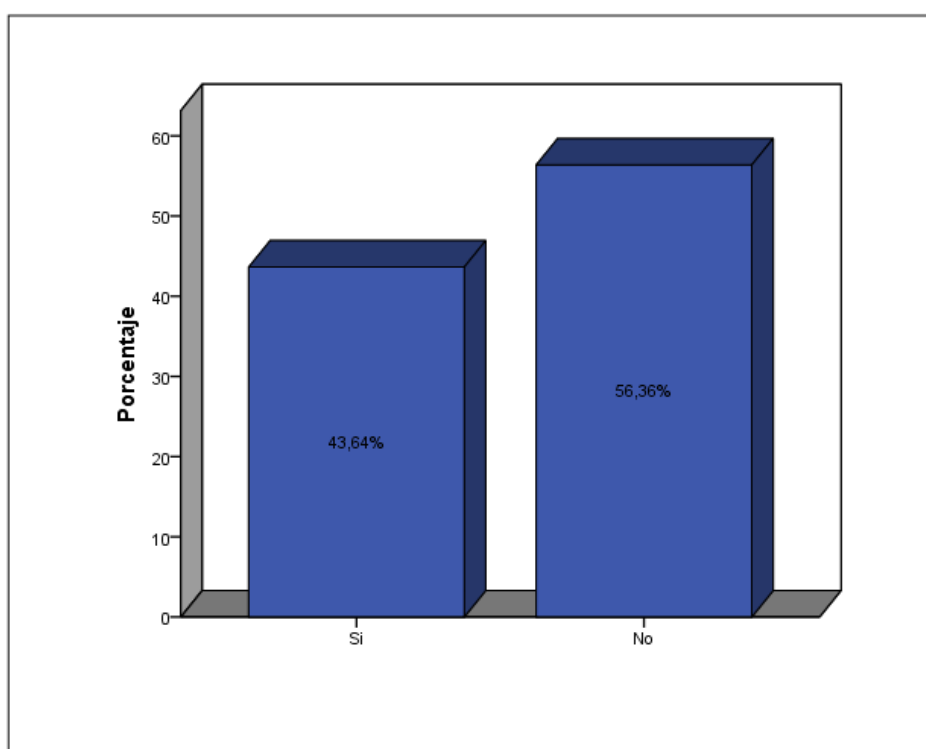


Figura 51. Demanda del servicio de transporte turístico

Interpretación: Al igual que en la ciudad de San Gabriel, el servicio de transporte turístico fue el servicio solicitado por la minoría de turistas encuestados en el pueblo mágico de Cotacachi, siendo apenas demandado por el 43,64% del total de personas encuestadas, esto puede darse por el motivo de que una gran parte de turistas se movilizaban por sus propios medios, o en medios de movilización que no representan los servicios de transporte turístico, sin embargo cabe destacar la gran diferencia de demanda de este servicio en comparación con San Gabriel, teniendo más del doble de demandantes.

52.- ¿Cómo calificaría la calidad del servicio de alojamiento que adquirió?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 52 se presentan en la tabla 56

Tabla 56. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 52

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	5	1,3%
Mala	36	9,4%
Regular	67	17,4%
Buena	82	21,3%
Excelente	15	3,9%
Sin Respuesta	180	46,8%
Total	385	100%

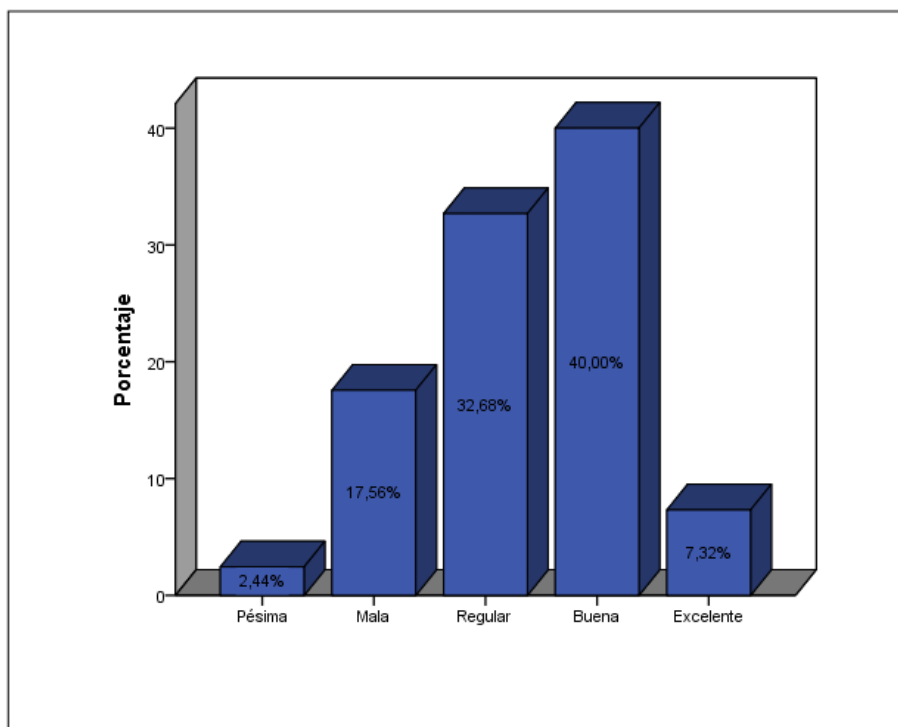


Figura 52. Calidad del servicio de alojamiento

Interpretación: La mayoría de los turistas encuestados que adquirieron el servicio de alojamiento respondieron que la calidad del servicio que recibieron fue buena (40%), sin embargo, la calidad regular y mala tienen porcentajes significativos (32,68% y 17,56%), por lo cual se puede interpretar la presencia de deficiencias dentro de este servicio.

53.- ¿Cómo calificaría la calidad del servicio de alimentación que adquirió?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 53 se presentan en la tabla 57

Tabla 57. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 53

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Pésima	18
	Mala	97
	Regular	156
	Buena	105
	Excelente	9
	Total	385

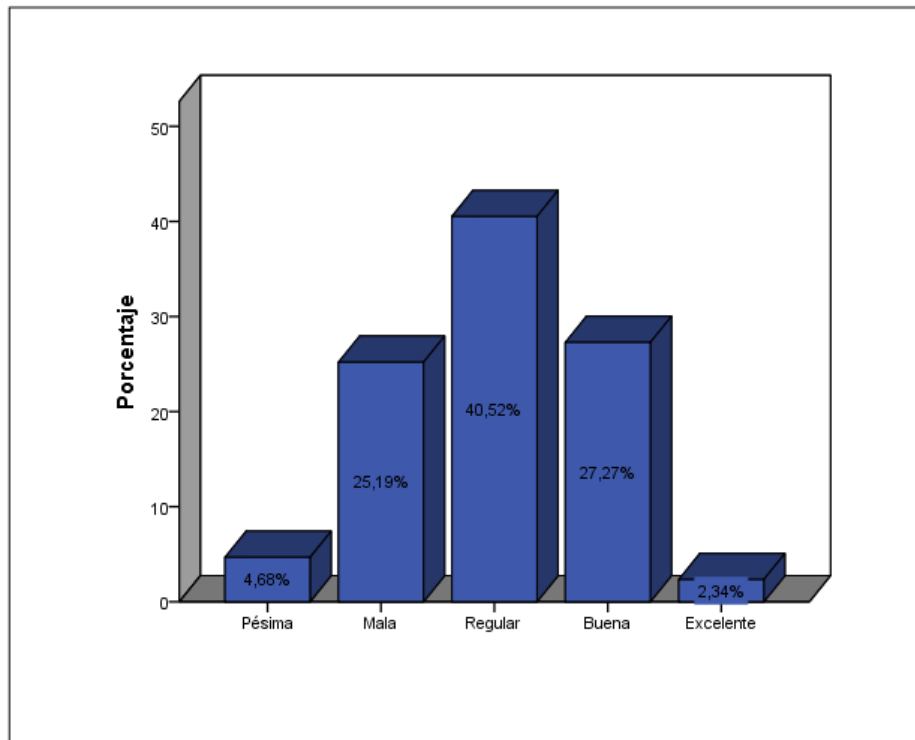


Figura 53. Calidad del servicio de alimentación

Interpretación: El servicio de alimentación es el más solicitado por los turistas, ellos respondieron que tienen una calidad regular, esto demuestra que quedan muchas cosas por mejorar, además de que existe la posibilidad de que no se respetaran las medidas de bioseguridad y no se sentían seguros en el sitio en época de pandemia.

54.- ¿Cómo calificaría la calidad del servicio de agencias de viajes que adquirió?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 54 se presentan en la tabla 58

Tabla 58. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 54

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Mala	64	16,6%
	Regular	66	17,1%
	Buena	35	9,1%
	Excelente	3	0,8%
	Sin Respuesta	217	56,4%
Total		385	100%

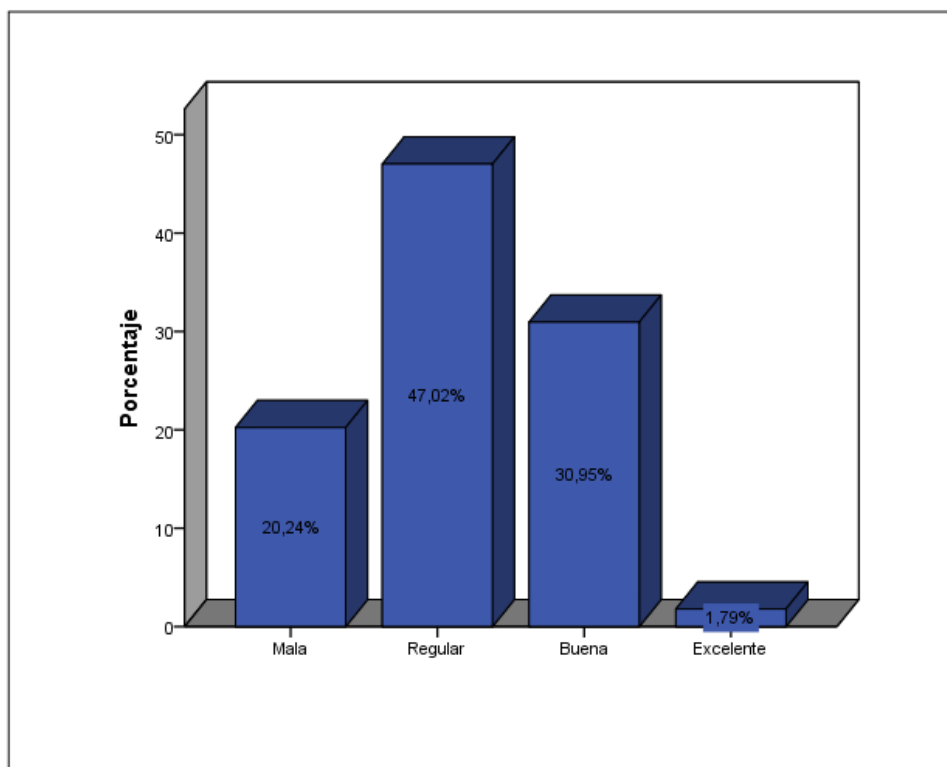


Figura 54. Calidad del servicio de agencias de viajes

Interpretación: La mayor parte de los turistas encuestados que adquirieron el servicio de agencia de viajes, respondieron que la calidad de servicio fue regular, en esta época de pandemia lo que las personas buscan es que se respeten las medidas y se dé un servicio de calidad, con un precio que sea accesible

55.- ¿Cómo calificaría la calidad del servicio del transporte turístico que adquirió?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 55 se presentan en la tabla 59

Tabla 59. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 55

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Pésima	16	4,2%
	Mala	71	18,4%
	Regular	61	15,8%
	Buena	18	4,7%
	Excelente	2	0,5%
	Sin Respuesta	217	56,4%
Total	385	100%	

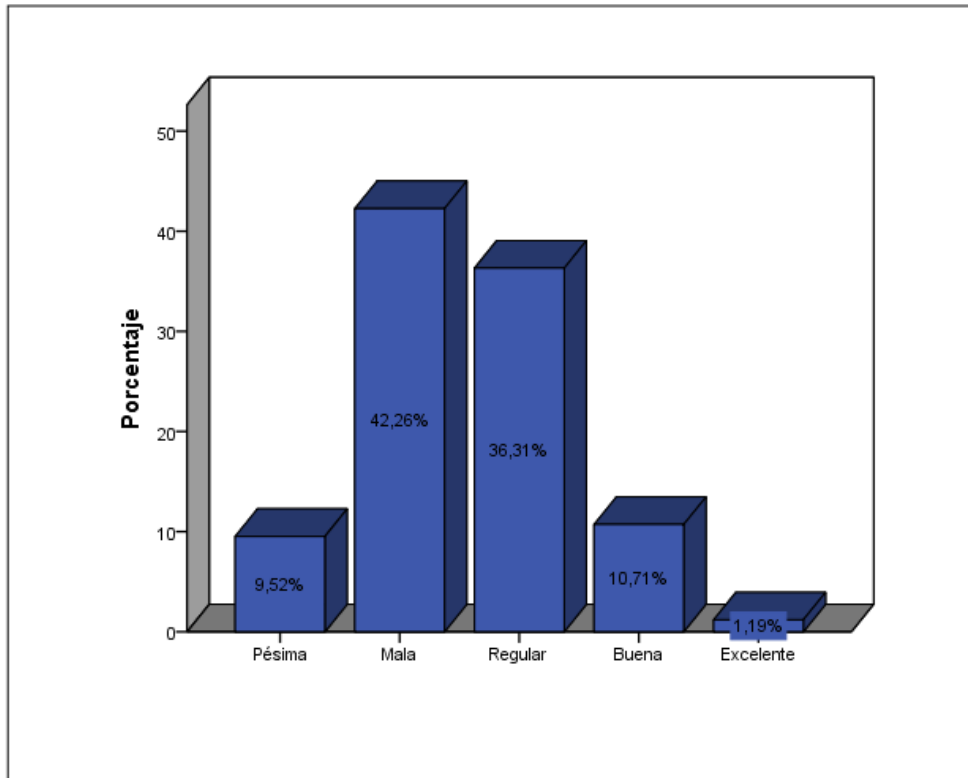


Figura 55. Calidad del servicio del transporte turístico

Interpretación: Las personas encuestadas que decidieron contratar el servicio de transporte turístico respondieron que, según su percepción, la calidad fue mala, puede existir la probabilidad de que no se respetaran las medidas de bioseguridad recomendadas, ya que estas son necesarias para precautelar la salud del turista.

56.- Califique el nivel de importancia que tiene para usted requerir el servicio de alojamiento.

Las opciones y las respuestas de la pregunta 56 se presentan en la tabla 60

Tabla 60. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 56

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Nada importante	40	10,4%
	Poco importante	118	30,6%
	Regular	24	6,2%
	Importante	109	28,3%
	Muy importante	94	24,4%
	Total	385	100%

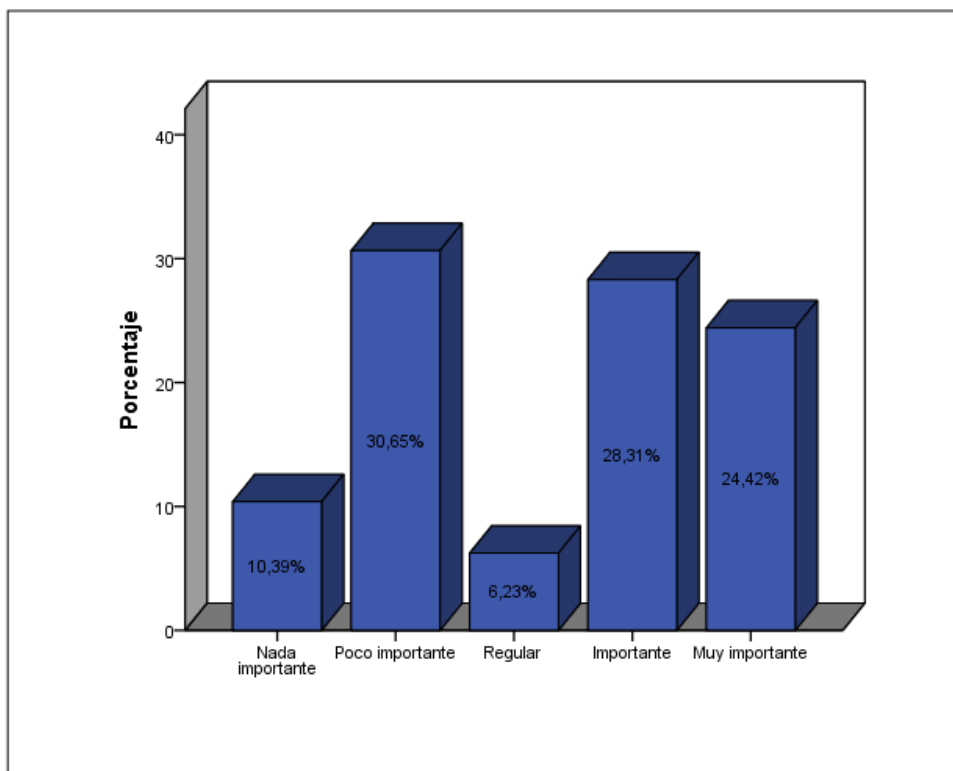


Figura 56. Importancia para requerir el servicio de alojamiento.

Interpretación: El servicio de alojamiento no fue muy solicitado por la pandemia de Covid-19 ya que las medidas de bioseguridad buscaban el distanciamiento social y evitar los lugares cerrados, por esto la mayor cantidad de personas encuestadas respondieron que para ellas es poco importante requerir de este servicio. Sin embargo, realizando una comparativa con San Gabriel, los porcentajes de “Importante” y “Muy importante”, son mayores.

57.- Califque el nivel de importancia que tiene para usted requerir el servicio de alimentación.

Las opciones y las respuestas de la pregunta 57 se presentan en la tabla 61

Tabla 61. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 57

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada importante	2	0,5%
	Poco importante	14	3,6%
	Regular	40	10,4%
	Importante	128	33,2%
	Muy importante	201	52,2%
	Total	385	100%

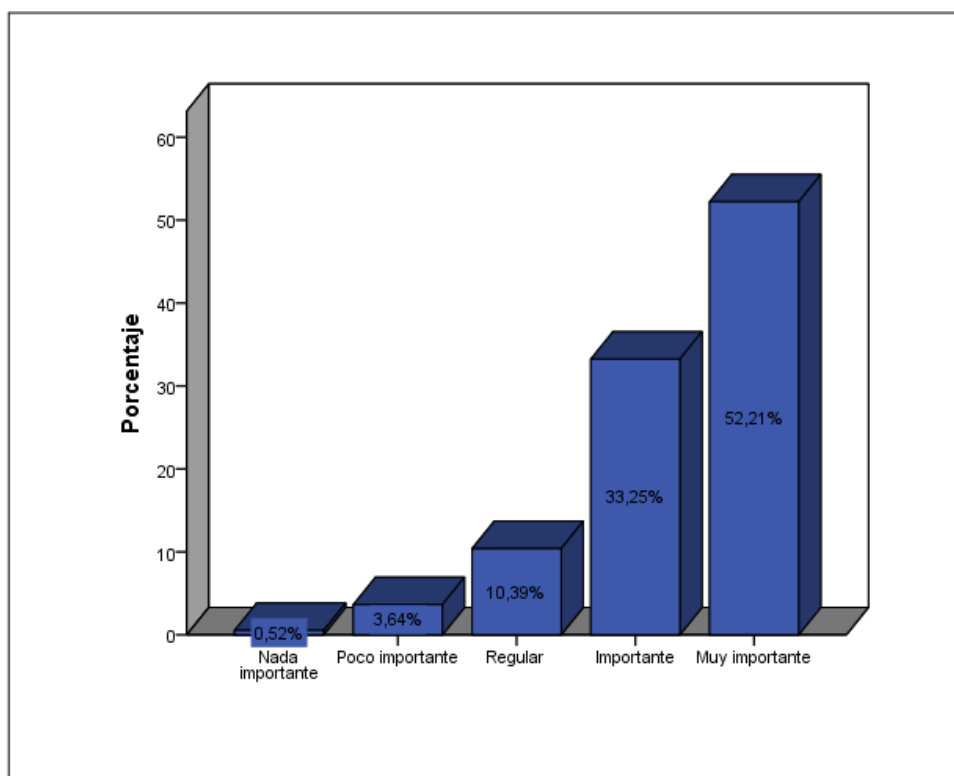


Figura 57. Importancia para requerir el servicio de alimentación.

Interpretación: Un servicio fundamental dentro del turismo es la alimentación, la mayoría de los turistas siempre busca este servicio a cualquier destino que llegue, por eso la mayor cantidad de turistas respondió que es muy importante para ellos requerir el servicio de alimentación en el cantón Cotacachi.

58.- Califique el nivel de importancia que tiene para usted requerir el servicio de agencias de viajes.

Las opciones y las respuestas de la pregunta 58 se presentan en la tabla 62

Tabla 62. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 58

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Nada importante	80	20,8%
	Poco importante	107	27,8%
	Regular	30	7,8%
	Importante	95	24,7%
	Muy importante	73	19%
	Total	385	100%

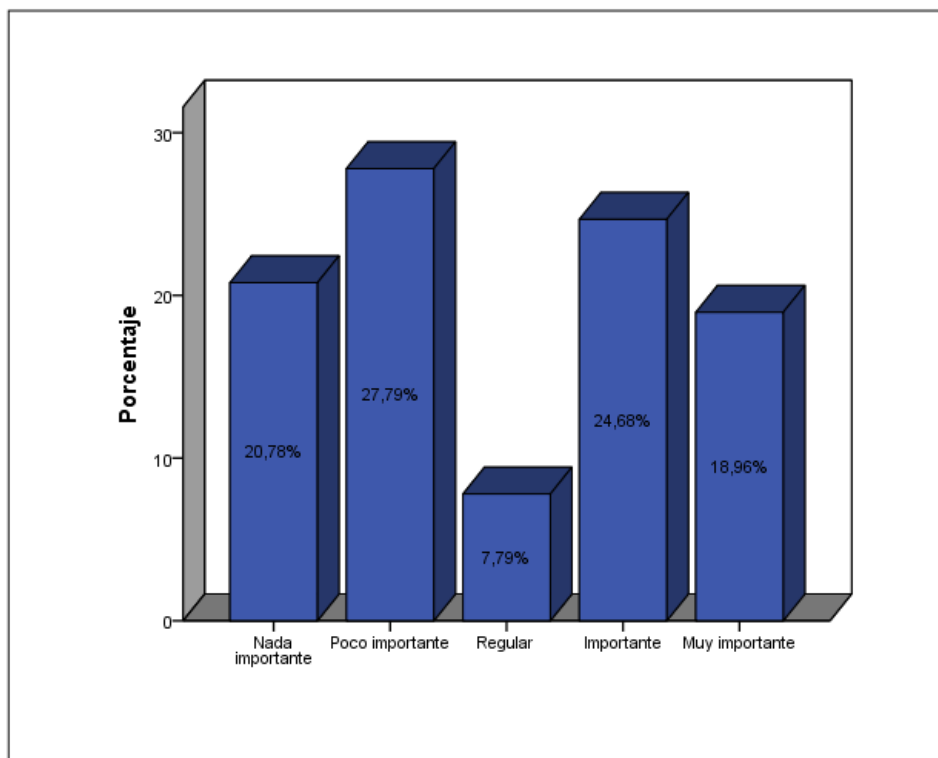


Figura 58. Importancia para requerir servicio de agencias de viajes.

Interpretación: La mayoría de personas que realiza turismo en el Cantón Cotacachi viaja sin adquirir un servicio de agencia de viajes, ya que buscan economizar y precautelar su salud, viajando por su propia cuenta por eso el porcentaje más alto en esta pregunta es que adquirir un servicio de agencias de viajes es poco importante, sin embargo, existe una mayor frecuencia en respuestas como “Importante” y “Muy importante” en relación con San Gabriel.

59.- Califque el nivel de importancia que tiene para usted requerir el servicio de transporte turístico.

Las opciones y las respuestas de la pregunta 59 se presentan en la tabla 63

Tabla 63. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 59

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada importante	76	19,7
	Poco importante	110	28,6
	Regular	31	8,1
	Importante	92	23,9
	Muy importante	76	19,7
	Total	385	100,0

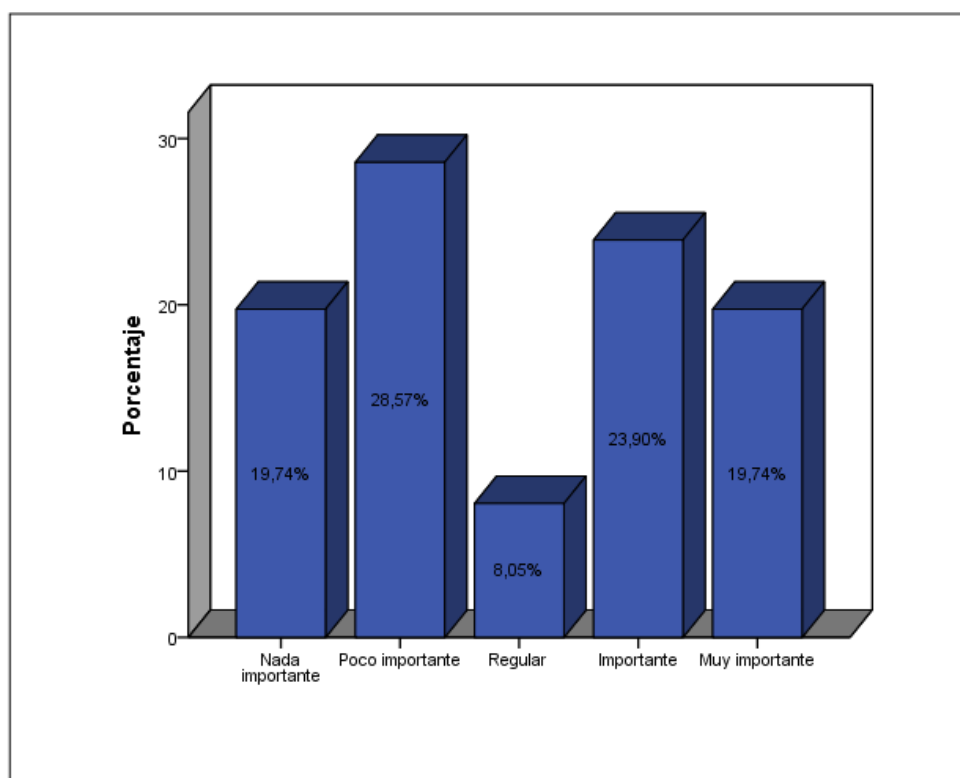


Figura 59. Importancia para requerir el servicio de transporte turístico.

Interpretación: Un gran porcentaje de turistas que realizan turismo en época de pandemia, viajan en sus propios vehículos, por eso en esta pregunta se puede notar que para ellos es poco importante contratar un servicio de transporte turístico (28,57%), además con esto se busca precautelar la salud

.60.- Si usted solicitaría un servicio turístico en época de pandemia, ¿Qué importancia le daría a las medidas de bioseguridad del sitio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 60 se presentan en la tabla 64

Tabla 64. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 60

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Poco importante	7	1,8%
	Regular	34	8,8%
	Importante	149	38,7%
	Muy importante	195	50,6%
	Total	385	100%

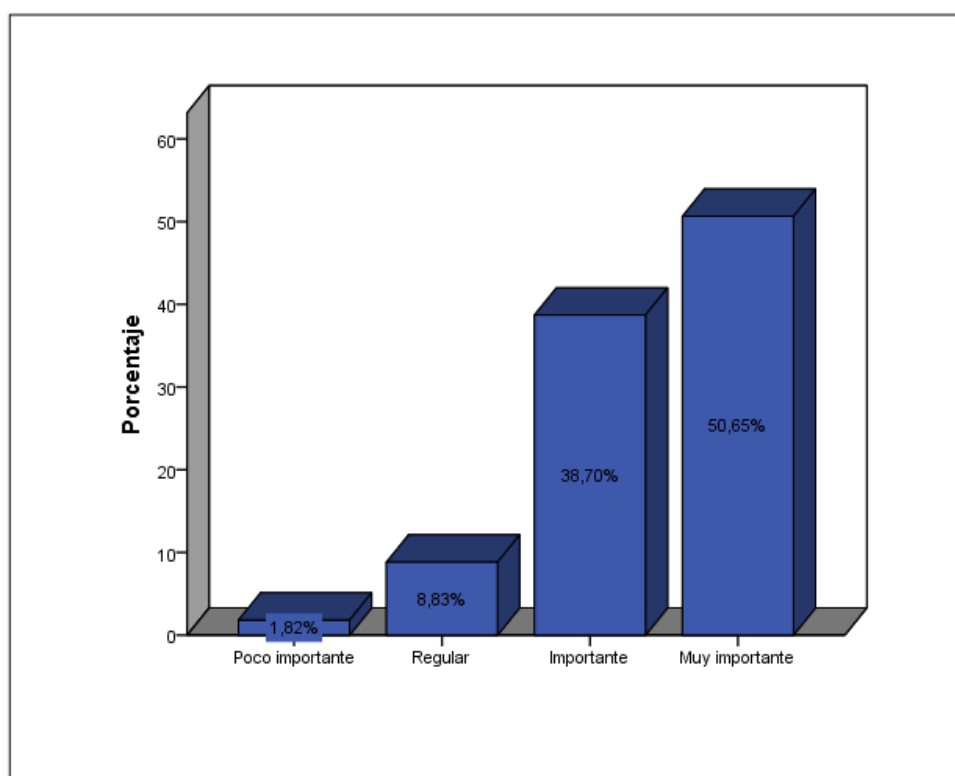


Figura 60. Importancia de las medidas de bioseguridad del servicio

Interpretación: Mas del 50% de encuestados respondió que es muy importante que un sitio turístico tenga implementado las medidas de bioseguridad, ya que todos los turistas buscan viajar, pero siempre precautelando su salud, el uso de mascarilla, alcohol, y distanciamiento social ha sido fundamental para que las personas no se contagien.

61.- Si usted solicitaría un servicio turístico en época de pandemia, ¿Qué importancia le daría al precio del servicio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 61 se presentan en la tabla 65

Tabla 65. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 61

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada importante	15	3,9%
	Poco importante	120	31,2%
	Regular	98	25,5%
	Importante	108	28,1%
	Muy importante	44	11,4%
	Total	385	100%

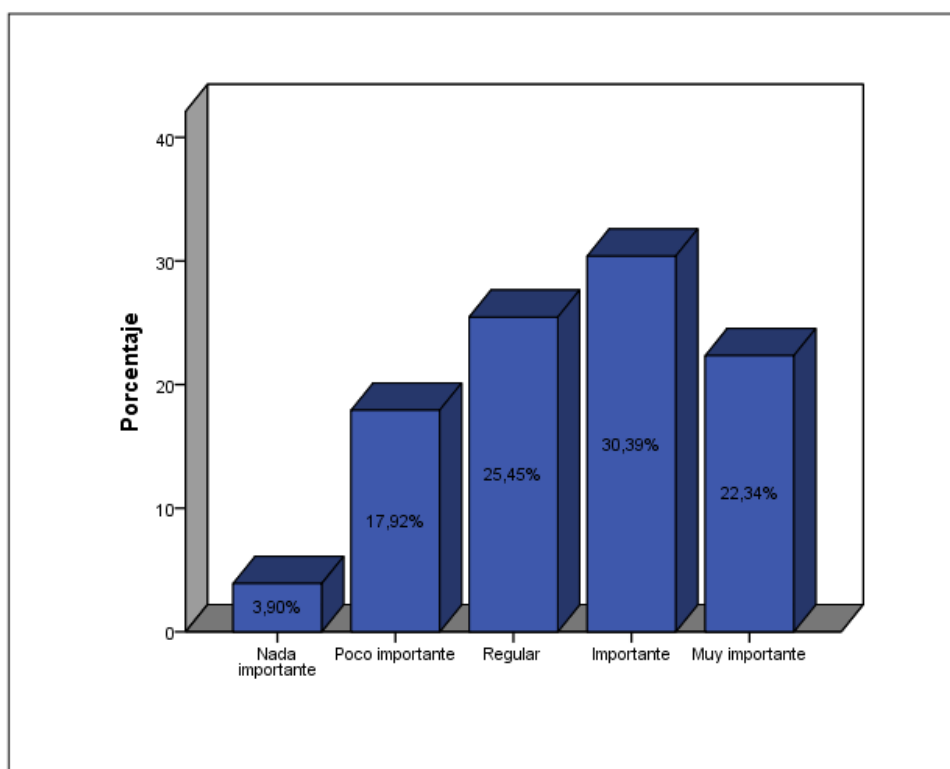


Figura 61. Importancia del precio del servicio

Interpretación: Gracias a las respuestas a la pregunta se puede dar a notar que es importante el precio que se ofrezca a un cliente en un servicio turístico, porque durante la pandemia la economía de las personas fue afectada, entonces los turistas buscan economizar costos, con sitios de calidad y económicos. Sin embargo, la importancia que se le da a este aspecto es menor en cuanto a los turistas de San Gabriel se refiere.

62.- Si usted solicitaría un servicio turístico en época de pandemia, ¿Qué importancia le daría a la calidad del servicio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 62 se presentan en la tabla 66

Tabla 66. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 62

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Nada importante	1	0,3%
	Poco importante	11	2,9%
	Regular	68	17,7%
	Importante	194	50,4%
	Muy importante	111	28,8%
	Total	385	100%

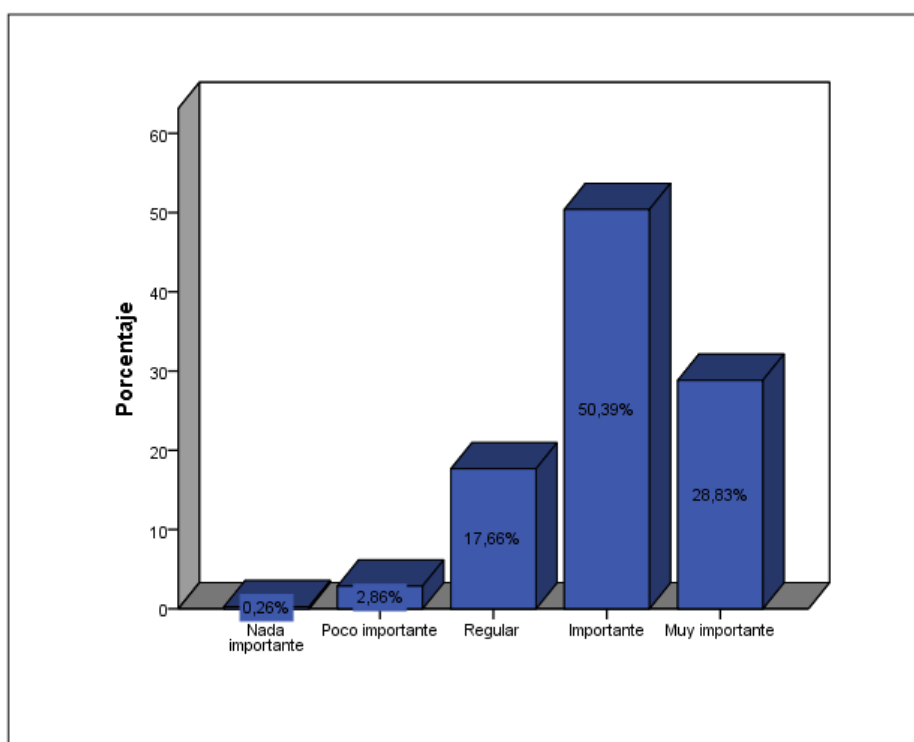


Figura 62. Importancia de la calidad del servicio

Interpretación: Las personas encuestadas consideran que es importante la calidad en un servicio turístico, esto siempre ha sido necesario ya que las personas buscan que el servicio que contratan sea satisfactorio y llevarse una buena imagen, durante este tiempo, dentro de calidad también los clientes buscan que se cumplan las medidas de bioseguridad, para sentirse seguros al adquirir el servicio.

63.- Si usted solicitaría un servicio turístico en época de pandemia, ¿Qué importancia le daría a la ubicación del servicio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 63 se presentan en la tabla 67

Tabla 67. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 63

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Nada importante	32	8,3%
	Poco importante	147	38,2%
	Regular	130	33,8%
	Importante	64	16,6%
	Muy importante	12	3,1%
	Total	385	100%

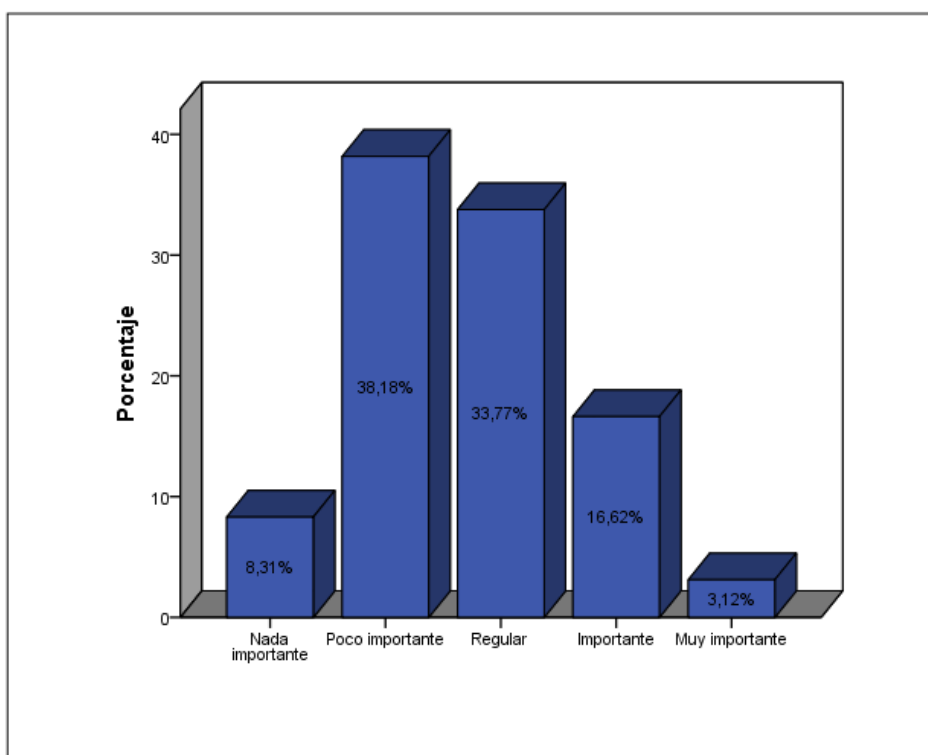


Figura 63. Importancia de la ubicación del servicio

Interpretación: Se pudo conocer gracias a las respuestas de las personas que la ubicación geográfica de un servicio en época de pandemia es poco importante, ya que lo que las personas buscan son sitios donde puedan sentirse cómodos y no haya tanta aglomeración de personas, además de que durante esta época las personas prefieren viajar en sus propios vehículos.

64.- ¿Cómo mediría los ingresos que destinó en servicio de alojamiento?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 64 se presentan en la tabla 68

Tabla 68. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 64

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Muy bajos	19	4,9%
	Bajos	108	28,1%
	Regulares	51	13,2%
	Altos	23	6%
	Muy altos	4	1%
	Sin Respuesta	180	46,8%
Total		385	100%

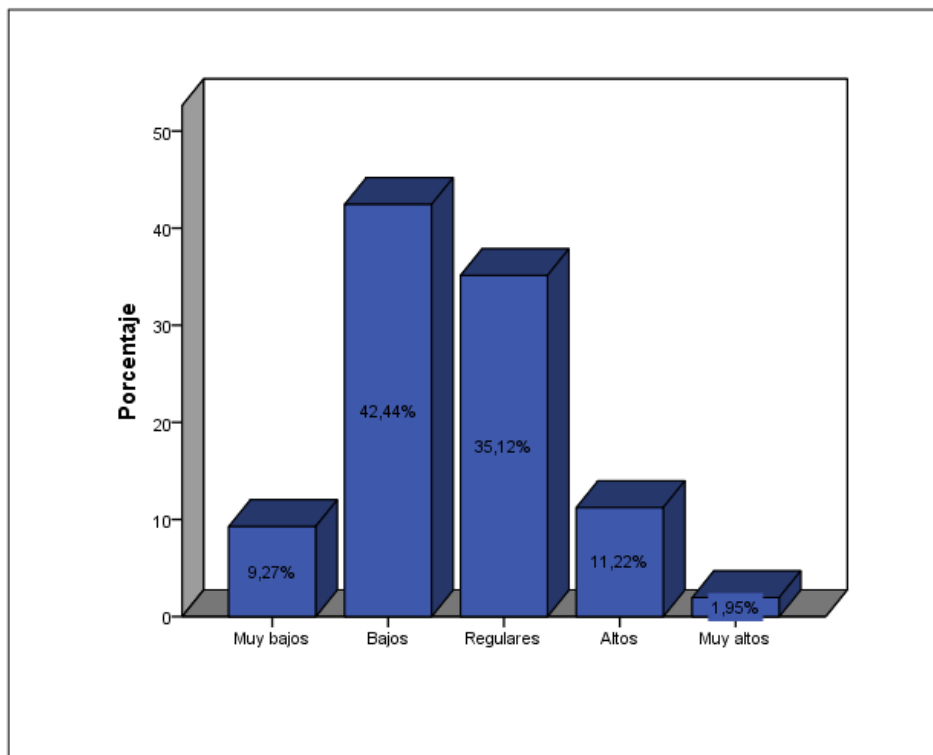


Figura 64. Ingresos destinados en servicios de alojamiento

Interpretación: Con los ingresos económicos reducidos por parte de los turistas, buscan realizar un gasto bajo en cuanto a servicios de alojamiento se refiere en Cotacachi con una representación del 42,44% en esta respuesta.

65.- ¿Cómo mediría los ingresos que destinó en servicios de alimentación?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 65 se presentan en la tabla 69

Tabla 69. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 65

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Muy bajos	25	6,5
	Bajos	144	37,4
	Regulares	155	40,3
	Altos	42	10,9
	Muy altos	19	4,9
	Total	385	100,0

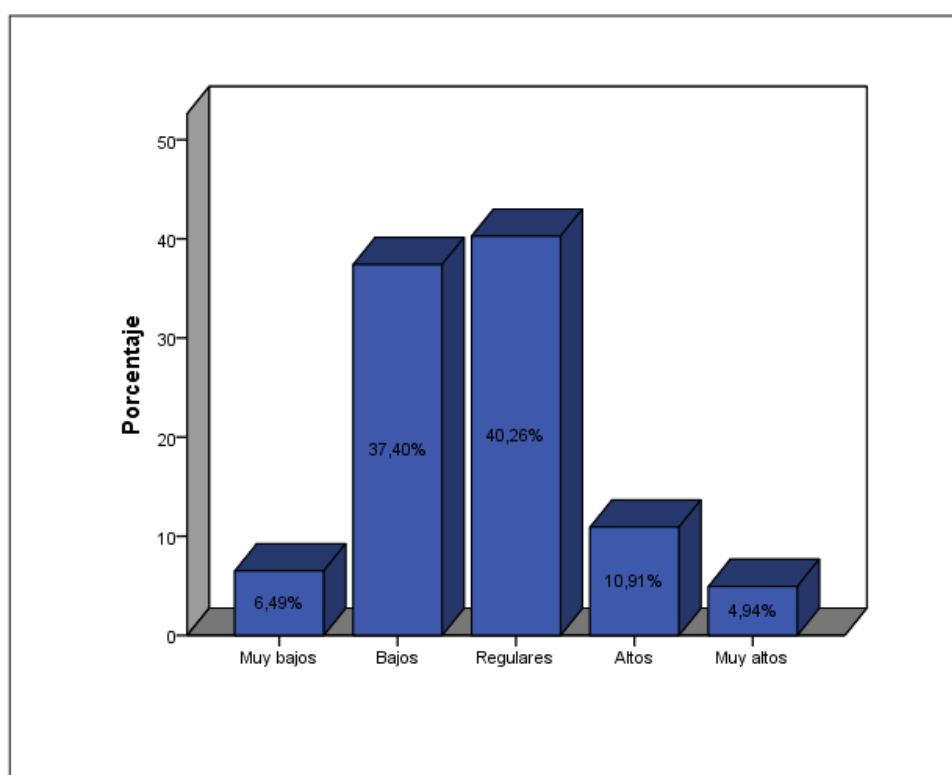


Figura 65. Ingresos destinados en servicios de alimentación

Interpretación: Esta información nos da a conocer que las personas, en época de pandemia buscan sitios económicos, destinando presupuestos regulares - bajos para consumir en ellos, con esto se llega a la conclusión de que se busca un ahorro al momento de realizar actividad turística.

66.- ¿Cómo mediría los ingresos que destinó en servicios de agencias de viajes?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 66 se presentan en la tabla 70

Tabla 70. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 66

	Frecuencia	Porcentaje	
Opciones	Muy bajos	8	4,8%
	Bajos	43	25,6%
	Regulares	67	39,8%
	Altos	36	21,4%
	Muy altos	14	8,3%
	Sin Respuesta	217	56,4%
	Total	385	100%

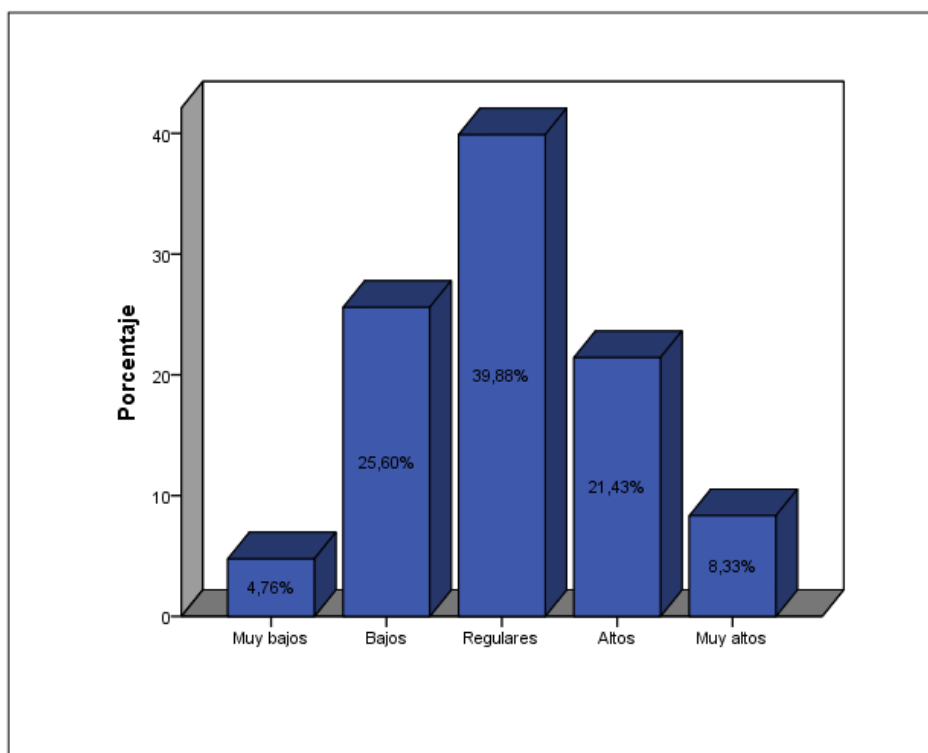


Figura 66. Ingresos destinados en servicios de agencias de viajes

Interpretación: Con las respuestas obtenidas a esta pregunta se puede llegar a la conclusión de que las personas buscan mayormente los servicios de agencias de viajes que sean económicos para realizar turismo, ya que en este servicio están destinando regulares ingresos económicos el 39,88% del total de encuestados.

67.- ¿Cómo mediría los ingresos que destinó en servicios de transporte turístico?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 67 se presentan en la tabla 71

Tabla 71. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 67

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones		
Muy bajos	11	6,5%
Bajos	43	25,6%
Regulares	70	41,7%
Altos	38	22,6%
Muy altos	6	3,6%
Sin Respuesta	217	56,4%
Total	385	100%

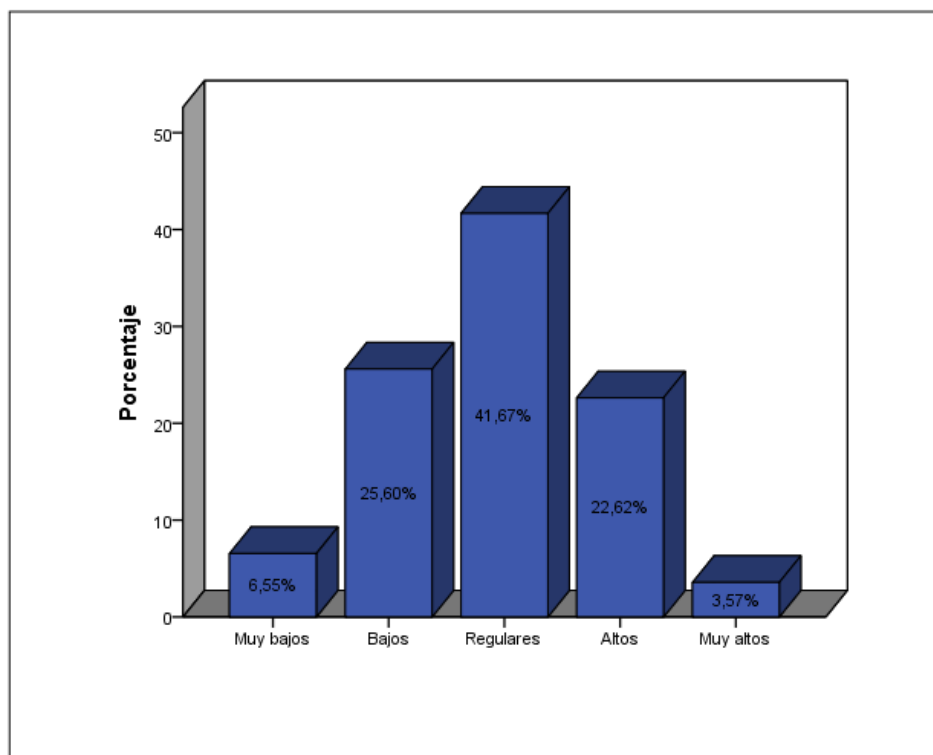


Figura 67. Ingresos destinados en servicios de transporte turístico

Interpretación: Los resultados de esta pregunta nos demuestran que el 41,67% de personas encuestadas destina ingresos regulares a servicios de transporte turístico para realizar sus viajes, en la época de pandemia que se realiza la encuesta se puede suponer que esto es por precautelar su salud y mantener las medidas de bioseguridad.

68.- ¿Cuántos establecimientos de alojamiento conoce en el sitio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 68 se presentan en la tabla 72

Tabla 72. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 68

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Ninguno	180
	1 - 5	172
	6 - 10	33
	Total	385

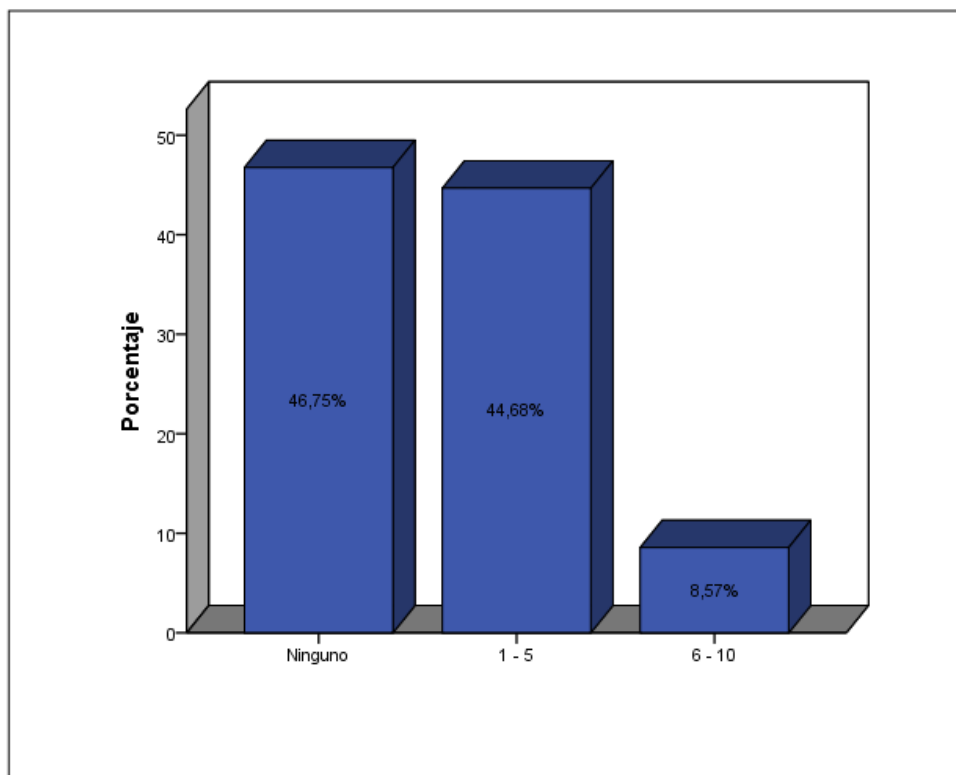


Figura 68. Establecimientos de alojamiento conocidos en el sitio.

Interpretación: Con respecto a los servicios de alojamiento se puede observar que existe un bajo conocimiento de cuáles son los servicios de alojamiento que se puede usar en el cantón de Cotacachi. Sin embargo, realizando una comparativa con la ciudad de San Gabriel, el conocimiento de estos servicios turísticos es mucho mayor

. 69.- ¿Cuántos establecimientos de alimentación conoce en el sitio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 69 se presentan en la tabla 73

Tabla 73. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 69

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones	1 - 5	296
	6 - 10	76
	11 - 15	13
Total	385	100%

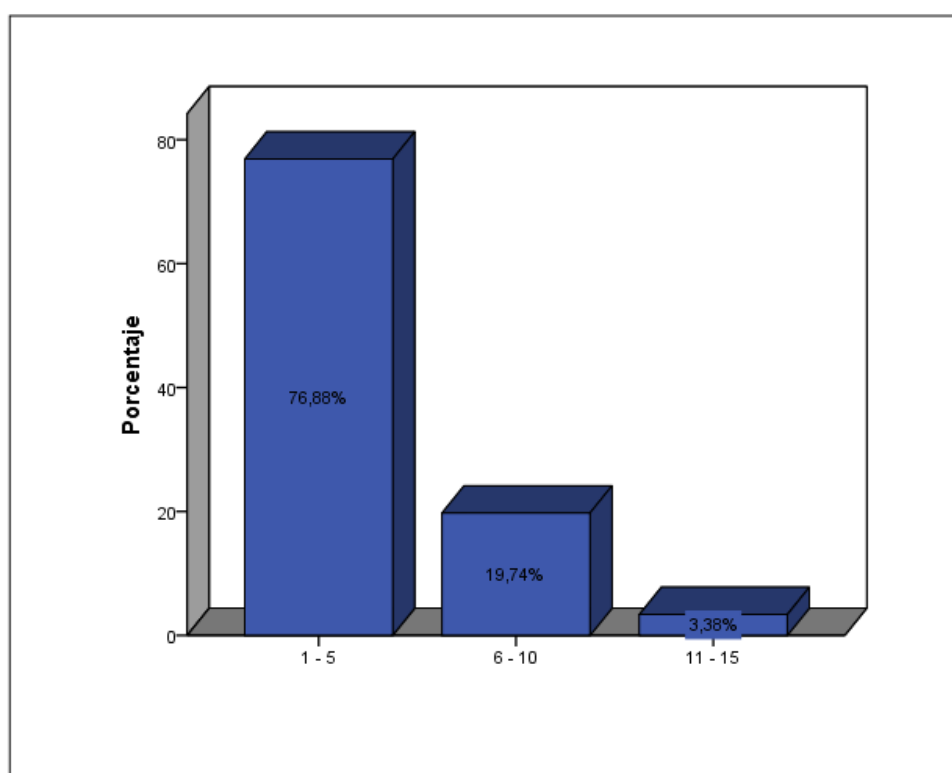


Figura 69. Establecimientos de alimentación conocidos en el sitio

Interpretación: Como se puede observar en el gráfico gran cantidad de personas encuestadas conocen los establecimientos de alimentación del cantón Cotacachi, ya que este servicio dentro del turismo es el más solicitado y necesario para el turista. Aunque no se conoce todos los restaurantes la mayor cantidad máximo conoce 5 de estos, con esto demuestra que no existe suficiente cantidad de información entregada al turista

70.- ¿Cuántas agencias de viajes conoce en el sitio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 70 se presentan en la tabla 74

Tabla 74. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 70

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Ninguno	217	56,4%
	1 - 5	168	43,6%
Total		385	100%

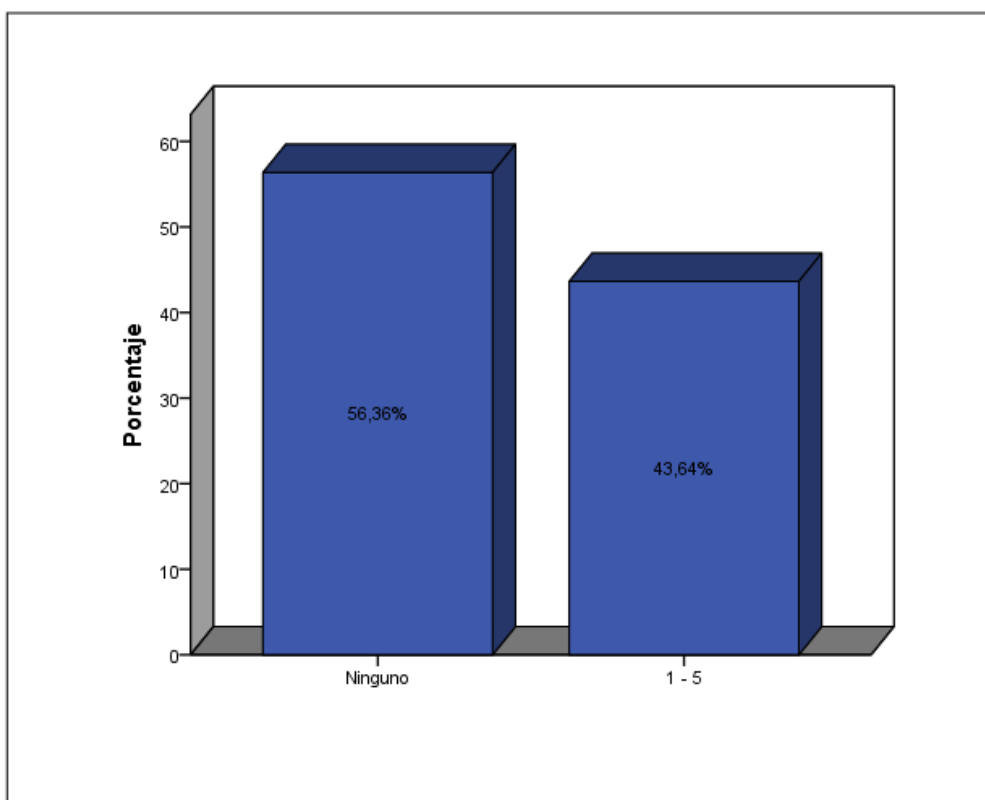


Figura 70. Agencias de viajes conocidas en el sitio

Interpretación: El desconocimiento que existe en el cantón acerca de agencias de viajes es elevado, sin embargo, es menor al que se presenta en San Gabriel, esto nos demuestra que las personas que viajan hacia los destinos que ofrece este cantón si utilizan este servicio cuando realizan turismo

71.- ¿Cuántos servicios de transporte turístico conoce en el sitio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 71 se presentan en la tabla 75

Tabla 75. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 71

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones		
Ninguno	217	56,4%
1 - 5	168	43,6%
Total	385	100%

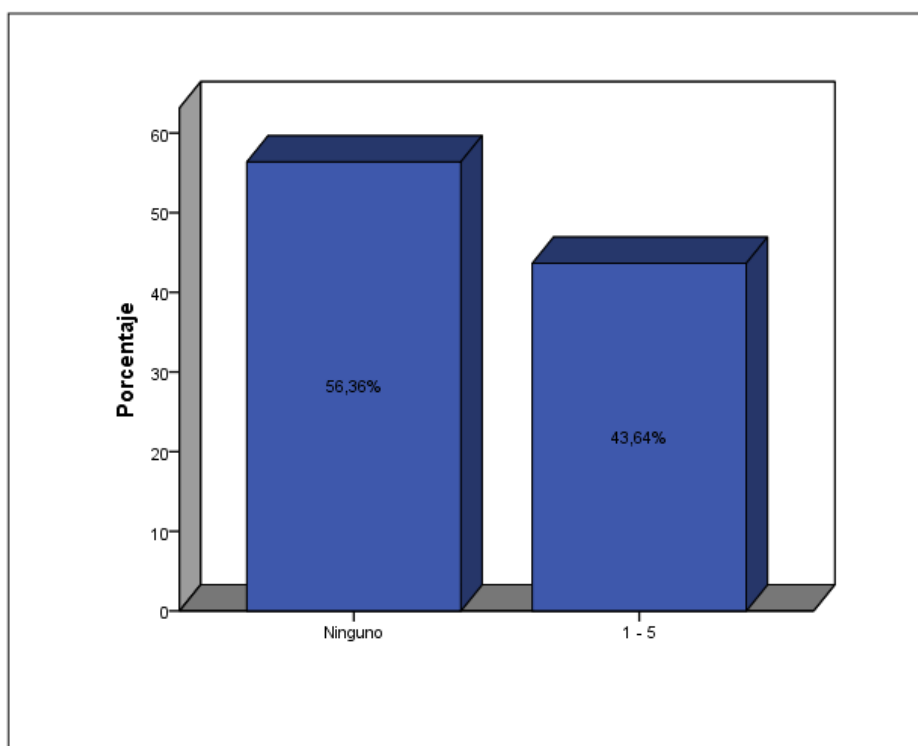


Figura 71. Servicios de transporte turístico conocidos en el sitio

Interpretación: La mayor cantidad de personas encuestadas manifestó que no conocen servicios turísticos de transporte del cantón Cotacachi, esto da a conocer que no se le brinda suficiente información acerca de los servicios que puede encontrar en el cantón siendo un punto muy negativo para el turismo de la zona.

72.- ¿Recomendaría los servicios turísticos brindados en el sitio?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 72 se presentan en la tabla 76

Tabla 76. Frecuencia y porcentajes – Pregunta 72

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones		
Si	286	58,4%
No	99	41,5%
Total	385	100%

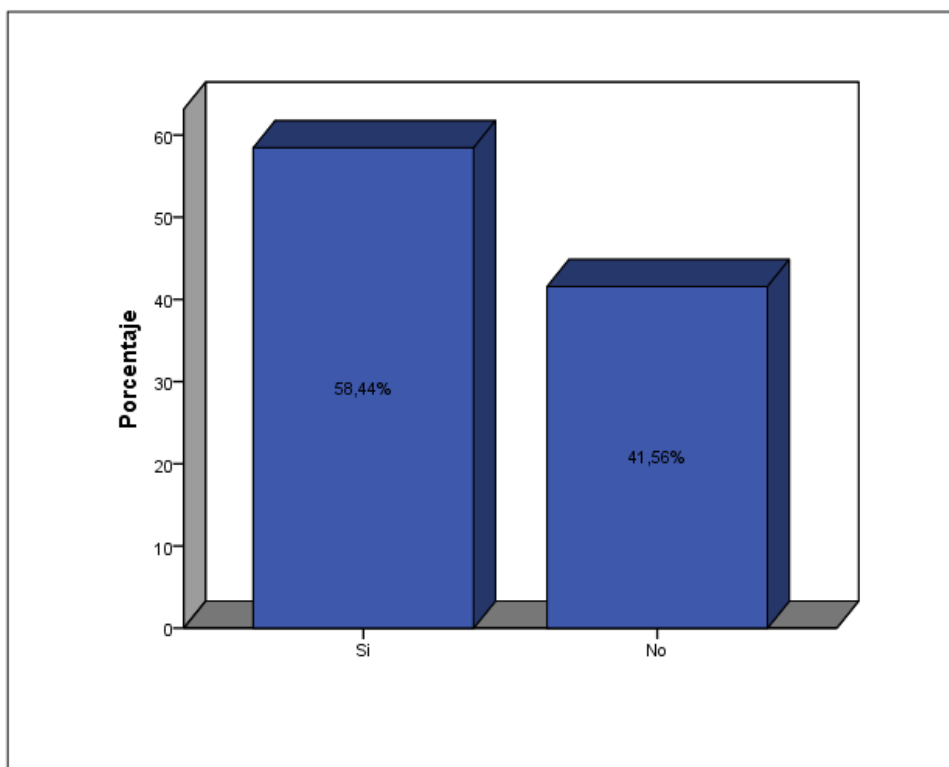


Figura 72. Recomendación los servicios brindados en el sitio

Interpretación: La mayor parte de personas que adquirieron servicios turísticos en Cotacachi si los recomiendan (58,4%), sin embargo, las personas que no los recomiendan representan un porcentaje muy significativo, llegando a casi la mitad del total de encuestados (41,56%), teniendo un gran margen de análisis en cuanto a mejoras que pueden tener los servicios turísticos ofertados.

Prueba de hipótesis

H0.1: La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de San Gabriel no incide en la demanda de sus servicios turísticos.

H0.2: La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de Cotacachi no incide en la demanda de sus servicios turísticos.

H1.1: La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de San Gabriel incide en la demanda de sus servicios turísticos.

H1.2: La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de Cotacachi incide en la demanda de sus servicios turísticos.

Para realizar la comprobación de la hipótesis planteada en la investigación se aplicó la prueba estadística de correlación Tau – B de Kendall que se observa en las tablas 77-84.

San Gabriel

Tabla 77. Interpretación de la prueba estadística – Servicio de alojamiento en San Gabriel

		Afectación de la pandemia en ingresos económicos		Ingresos destinados en servicio de alojamiento
Tau b de Kendall	Afectación de la pandemia en ingresos económicos	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 383	-,487** 101
	Ingresos destinados en servicio de alojamiento	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	-,487** ,000 101	1,000 101

Interpretación: El nivel de significancia es 0,000, siendo este $\leq 0,05$ el cual es el valor de P, rechazando automáticamente la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa

específicamente en el servicio de alojamiento en San Gabriel, afirmando así que “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de San Gabriel incide en la demanda de sus servicios turísticos de alojamiento.” El valor de Tau b calculado fue de -0,487 obteniendo así una moderada correlación negativa.

Tabla 78. Interpretación de la prueba estadística – Servicio de alimentación en San Gabriel

			Afectación de la pandemia en ingresos económicos	Ingresos destinados en servicio de alimentación
Tau b de Kendall	Afectación de la pandemia en ingresos económicos	Coefficiente de correlación	1,000	-,496**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	383	383
	Ingresos destinados en servicio de alimentación	Coefficiente de correlación	-,496**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	383	383

Interpretación: El nivel de significancia es 0,000, siendo este $\leq 0,05$ el cual es el valor de P, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa específicamente en el servicio de alimentación en San Gabriel, afirmando así que “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de San Gabriel incide en la demanda de sus servicios turísticos de alimentación.” El valor de Tau b calculado fue de -0,496 obteniendo así una moderada correlación negativa.

Tabla 79. Interpretación de la prueba estadística – Servicio de agencias de viajes en San Gabriel

			Afectación de la pandemia en ingresos económicos	Ingresos destinados en servicio de agencias de viajes
Tau b de Kendall	Afectación de la pandemia en ingresos económicos	Coefficiente de correlación	1,000	-,347**
		Sig. (bilateral)		,028
		N	383	66
	Ingresos destinados en servicio de agencias de viajes	Coefficiente de correlación	-,347**	1,000
		Sig. (bilateral)	,028	
		N	66	66

Interpretación: El nivel de significancia es 0,028, siendo este $\leq 0,05$ el cual es el valor de P, rechazando automáticamente la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa específicamente en el servicio de agencias de viajes en San Gabriel, afirmando así que “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de San Gabriel incide en la demanda de sus servicios turísticos de agencias de viajes.” El valor de Tau b calculado fue de -0,347 obteniendo así una baja correlación negativa.

Tabla 80. Interpretación de la prueba estadística – Servicio de transporte turístico en San Gabriel

		Afectación de la pandemia en ingresos económicos	Ingresos destinados en servicio de transporte turístico
Tau b de Kendall	Afectación de la pandemia en ingresos económicos	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 -,384** 383 66
	Ingresos destinados en servicio de transporte turístico	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	-,384** ,021 66 66

Interpretación: El nivel de significancia es 0,021, siendo este $\leq 0,05$ el cual es el valor de P, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa específicamente en el servicio de transporte turístico en San Gabriel, afirmando así que “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de San Gabriel incide en la demanda de sus servicios de transporte turístico.” El valor de Tau b calculado fue de -0,384 obteniendo así una baja correlación negativa.

Cotacachi

Tabla 81. Interpretación de la prueba estadística – Servicio de alojamiento en Cotacachi

		Afectación de la pandemia en ingresos económicos	Ingresos destinados en servicio de alojamiento
--	--	---	--

Tau b de Kendall	Afectación de la	Coeficiente de	1,000	-,680**
	pandemia en	correlación		
	ingresos	Sig. (bilateral)		,000
	económicos	N	385	205
Tau b de Kendall	Ingresos destinados	Coeficiente de	-,680**	1,000
	en servicio de	correlación		
	alojamiento	Sig. (bilateral)	,000	
		N	205	205

Interpretación: El nivel de significancia es 0,000, siendo este $\leq 0,05$ el cual es el valor de P, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa específicamente en el servicio de alojamiento en Cotacachi, afirmando así que “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de Cotacachi incide en la demanda de sus servicios turísticos de alojamiento.” El valor de Tau b calculado fue de -0,680 obteniendo así una buena correlación negativa.

Tabla 82. Interpretación de la prueba estadística – Servicio de alimentación en Cotacachi

	Afectación de la		Afectación de la	Ingresos destinados
	pandemia en		pandemia en	en servicio de
	ingresos		ingresos	alimentación
	económicos		económicos	
Tau b de Kendall	Afectación de la	Coeficiente de	1,000	-,430**
	pandemia en	correlación		
	ingresos	Sig. (bilateral)		,000
	económicos	N	385	385
Tau b de Kendall	Ingresos destinados	Coeficiente de	-,430**	1,000
	en servicio de	correlación		
	alimentación	Sig. (bilateral)	,000	
		N	385	385

Interpretación: El nivel de significancia es 0,000, siendo este $\leq 0,05$ el cual es el valor de P, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa específicamente en el servicio de alimentación en Cotacachi, afirmando así que “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de Cotacachi incide en la demanda de sus servicios turísticos de alimentación.” El valor de Tau b calculado fue de -0,430 obteniendo así una moderada correlación negativa.

Tabla 83. Interpretación de la prueba estadística – Servicio de agencias de viajes en Cotacachi

			Afectación de la pandemia en ingresos económicos	Ingresos destinados en servicio de agencias de viajes
Tau b de Kendall	Afectación de la pandemia en ingresos económicos	Coeficiente de correlación	1,000	-,647**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	385	168
	Ingresos destinados en servicio de agencias de viajes	Coeficiente de correlación	-,647**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	168	168

Interpretación: El nivel de significancia es 0,000, siendo este $\leq 0,05$ el cual es el valor de P, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa específicamente en el servicio de agencias de viajes en Cotacachi, afirmando así que “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de Cotacachi incide en la demanda de sus servicios turísticos de agencias de viajes.” El valor de Tau b calculado fue de -0,647 obteniendo así una buena correlación negativa.

Tabla 84. Interpretación de la prueba estadística – Servicio de transporte turístico en Cotacachi

			Afectación de la pandemia en ingresos económicos	Ingresos destinados en servicio de transporte turístico
Tau b de Kendall	Afectación de la pandemia en ingresos económicos	Coeficiente de correlación	1,000	-,682**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	385	168
	Ingresos destinados en servicio de transporte turístico	Coeficiente de correlación	-,682**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	168	168

Interpretación: El nivel de significancia es 0,000, siendo este $\leq 0,05$ el cual es el valor de P, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa específicamente en el servicio de transporte turístico en Cotacachi, afirmando así que “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de Cotacachi incide en la demanda de sus servicios de transporte turístico.” El valor de Tau b calculado fue de -0,682 obteniendo así una buena correlación negativa.

Los datos expuestos anteriormente corresponden a la correlación de variables de cada servicio turístico de San Gabriel y Cotacachi y para poder obtener una correlación de manera general de todos los servicios turísticos de los dos lugares investigados se procede a calcular la media aritmética de sus correlaciones teniendo así los siguientes resultados reflejados en la tabla 85:

Tabla 85. Media aritmética de las correlaciones de San Gabriel y Cotacachi

	San Gabriel	Cotacachi
Alojamiento	-,487	-,680
Alimentación	-,496	-,430
Agencias de viajes	-,347	-,647
Transporte turístico	-,384	-,682
Media calculada	-,428	-,609

Con los datos obtenidos, consiguiendo una correlación general de San Gabriel y Cotacachi, se procede a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, afirmando así que “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de San Gabriel y Cotacachi incide en la demanda de sus servicios turísticos.”, obteniendo como única diferencia el valor de Tau b siendo -,428 en San Gabriel, dando como resultado una moderada correlación negativa, por otro lado en Cotacachi el valor obtenido de Tau b fue de -,609, dando como resultado una buena correlación negativa. Esto puede atribuirse a otros factores externos a la pandemia que representan significancia en cuanto a la demanda de servicios turísticos en San Gabriel.

4.2 Discusión

La investigación tuvo como objetivo general comparar la incidencia de la pandemia por COVID-19 en la demanda de los servicios turísticos de San Gabriel y Cotacachi para la identificación de su afectación. Para la recolección de la información necesaria se aplicó encuestas dirigidas a los turistas de los dos lugares a investigar. Una vez obtenidos los datos se utilizó el estadístico SPSS para la tabulación de datos, el mismo que mediante la prueba estadística Tau B de Kendall proporcionó los resultados que permitieron aceptar la hipótesis alternativa, la misma que expresa que “La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de San Gabriel y Cotacachi incide en la demanda de sus servicios turísticos.”, es importante destacar que la investigación se desarrolló específicamente por cada servicio turístico investigado, siendo estos los de: alimentación, alojamiento, agencias de viajes y transporte turístico, teniendo un amplio bagaje de resultados en cuanto a la incidencia de las variables, obteniendo así un panorama particular de cada servicio turístico, como de manera general, tanto de San Gabriel y Cotacachi, para lo cual fue necesario calcular la media aritmética de las correlaciones obtenidas entre la variable independiente y dependiente de investigación. Dentro de los resultados obtenidos correspondientes a cada variable de investigación se logró identificar la existencia de una correlación entre variables, teniendo así una incidencia de la pandemia por COVID -19 sobre la demanda turística de San Gabriel y Cotacachi, obteniendo un valor de Tau – b de $-0,428$ en San Gabriel y un valor de Tau – b de $-0,609$ en Cotacachi, consiguiendo así una moderada correlación negativa y una buena correlación negativa respectivamente. Una correlación negativa se refiere a la asociación de dos variables de manera inversa, existiendo una relación invertida entre las mismas, siendo así que mientras los valores de una variable tienden a incrementarse, los valores de la otra variable descienden, es decir, mientras los efectos provocados por la pandemia por COVID – 19 se incrementen, la demanda de servicios turísticos tanto de San Gabriel como de Cotacachi disminuirá. Dentro de los datos obtenidos acerca de la variable dependiente se pudo conocer que el servicio turístico de mayor demanda, tanto en Cotacachi como en San Gabriel, es el de alimentación, utilizado por la totalidad de turistas encuestados en los dos sitios, mientras que los servicios turísticos de menor demanda en los dos sitios fueron los de agencias de viajes y transporte turístico, ($16,7\%$ y $43,6\%$ en San Gabriel y Cotacachi respectivamente). Otro dato de suma importancia dentro de la comparativa de los sitios es la diferencia de demandantes entre San Gabriel y Cotacachi en cuanto a servicio de

alojamiento se refiere. En la ciudad perteneciente a la provincia del Carchi el servicio fue demandado por el 26,6% de la totalidad de turistas encuestados, mientras que, en la ciudad ubicada en Imbabura, este servicio tuvo una frecuencia de demanda del 53,26% del total de turistas encuestados, representando el doble de demandantes, siendo esto una diferencia a tomar en cuenta.

En el escrito presentado por Félix y García (2020) “Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador” los autores se afirma que “En la industria del turismo uno de los subsectores de actividad más afectados por las situaciones de crisis post-desastre es, sin duda, el de los alojamientos hoteleros, presentando problemas de vulnerabilidad multifacéticos”. Durante el desarrollo de la presente investigación, si se pudo observar al sector de servicios de alojamiento como uno de los más afectados por la pandemia en el sector turístico de San Gabriel y Cotacachi, sin embargo, los servicios turísticos que más se vieron afectados por este fenómeno fueron los de transporte turístico y agencias de viajes. Esta afirmación puede ser interpretada con los datos obtenidos acerca del porcentaje de demandantes de estos servicios turísticos, teniendo una diferencia del 9.92% de demandantes entre estos servicios en San Gabriel y una diferencia del 9,59% de demandantes de alojamientos hoteleros, frente a demandantes de agencias de viajes y transporte turístico en Cotacachi.

Según Mooney y Zegarra (2020) en su investigación COVID -19: Shock sin precedentes sobre el turismo en América Latina y el Caribe, “el turismo se ha visto afectado según el nivel de dependencia al turismo que este tiene, estos cálculos los realizaron utilizando promedios de la contribución del turismo al empleo y al PBI. El Ecuador tiene un porcentaje del 5.6% de dependencia. En la investigación realizada se determinó por medio de la pregunta: ¿Las medidas de bioseguridad implementadas le han dificultado adquirir servicios turísticos? con los datos de San Gabriel un 25.1%% de encuestados respondió que se encuentra de acuerdo y en el cantón Cotacachi con un 31.2% de acuerdo, en la pandemia en el Ecuador se tomaron medidas por parte del COE nacional, estas medias fueron la semaforización de las provincias, prohibición de eventos públicos, horarios restringidos, pico y placa para los automóviles, aforos limitados en los servicios turísticos, etc. Estos resultados demuestran que el turismo en el cantón Cotacachi fue más afectado, ya que este es el que más turistas recibe, porque sus negocios tuvieron que cerrar y también su principal atracción, la Reserva Ecológica Cotacachi -Cayapas.

En la investigación desarrollada por Velva (2020) “El Covid – 19 en los destinos turísticos”, para la obtención de los resultados que buscan analizar los efectos causados por el Covid – 19 en los destinos turísticos, se aplica la prueba estadística Tau b de Kendall, habiendo sido esto una importante base en cuanto al desarrollo de la metodología aplicada en la presente investigación. La aplicación de la prueba estadística de Tau b de Kendall fue óptima, porque los resultados conseguidos de la investigación fueron obtenidos mediante una encuesta conformada por preguntas donde se empleó la escala de Likert, teniendo el mismo número de opción de respuestas tanto en la variable independiente, como en la variable dependiente, siendo así innecesario aplicar la prueba Tau c de Kendall, porque se construyó un instrumento de forma “cuadrada”.

Segarra, (2021) en su estudio “Percepción empresarial de la pandemia por COVID-19 y su impacto en el turismo: un análisis cualitativo del destino Extremadura, España”, afirma que: “La oferta turística deberá replantear también sus políticas de precios, como consecuencia de la reducción de la demanda, donde las políticas de precios deberán ser mucho más dinámicas a partir de ahora para adaptarse de manera casi instantánea a la demanda”. Durante el desarrollo de la presente investigación, se logró conocer la percepción de los turistas acerca de la importancia del precio de un servicio turístico, la cual obtiene porcentajes de mucha importancia, sin embargo, es importante no dejar de lado otro aspecto que tuvo más relevancia para los turistas dentro de los servicios turísticos, el cual es el cumplimiento de las medidas de bioseguridad, por lo cual se plantea que si bien la oferta turística deberá replantear su política de precios, de igual manera deberá plantear una política de cumplimiento de medidas de bioseguridad.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Al obtener datos de correlación distintos en los dos lugares investigados, se concluye que la pandemia por COVID -19 tuvo mayor afectación sobre la demanda de los servicios turísticos de Cotacachi, en comparación con San Gabriel, obteniendo una diferencia de 0,181 en el valor de Tau b – de Kendall calculado, lo que permite obtener una moderada correlación en San Gabriel, frente a una buena correlación en Cotacachi.
- Los principales efectos provocados por la pandemia en el sector turístico de San Gabriel y Cotacachi son la afectación de la demanda de sus servicios turísticos, y el bajo nivel de renta disponible de los turistas, causados principalmente por factores económicos y de prevención de contagios del COVID - 19, respectivamente.
- Al realizar una comparativa con los datos obtenidos de la investigación, se logró identificar una mayor demanda de servicios turísticos de Cotacachi en comparación con San Gabriel, obteniendo un crecimiento del 26,6% en la demanda de servicios de alojamiento y el 26,9% en la demanda de servicios de agencias de viajes y transporte turístico.
- Mediante los datos obtenidos se pudo concluir que los servicios turísticos de transporte y agencias de viajes han sido los menos demandados por los turistas, tanto en Cotacachi como en San Gabriel, obteniendo en los 2 lugares una demanda turística por debajo del 50% del total de turistas encuestados (43,6% en Cotacachi y 16,7% en San Gabriel).

5.2 Recomendaciones

- Aplicar estrategias de promoción y de cumplimiento de medidas de bioseguridad en los distintos servicios turísticos que le permitan adquirirlos con mayor frecuencia y confianza tanto en San Gabriel como en Cotacachi.
- Coordinar y aplicar acciones en el sector turístico de San Gabriel que busque un crecimiento de la demanda de sus servicios turísticos, para convertirlo en un destino turístico más competitivo
- Aplicar medidas de solución en los servicios turísticos de agencias de viajes y transporte turístico, tanto en San Gabriel como en Cotacachi, como campañas publicitarias y de promoción por medios tecnológicos que permitan el crecimiento de su demanda turística
- Generar mesas de trabajo, entre las autoridades y los prestadores de servicios turísticos, para poder generar estrategias y proponer nuevas ideas que contribuyan con el crecimiento de la demanda de los servicios turísticos de Cotacachi y San Gabriel.
- Ofertar precios más accesibles o promociones que permitan adquirir al turista con mayor frecuencia los servicios turísticos tanto en San Gabriel y Cotacachi, como también aplicar más estrictamente las medidas de bioseguridad en los mismos.

VI REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acle, R., Morales, A. y Gómez, E. (2017) *Factores determinantes en la viabilidad del turismo de negocios en Puebla, México, como oportunidad de desarrollo económico*. Revista *Interamericana de Ambiente y Turismo*, Vol. 13. p.190.
- Amella, S. (2020). *Situación del sector turístico y de la crisis. El turismo después de la pandemia global análisis, perspectivas y vías de recuperación*. España
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación 6ta Edición*. Ed: Epistheme. Venezuela
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos 6ta Edición*. Ed: Interamericana Editores SA. México
- Becerra, F., Ruiz, J., & Orellana, M. (2021). *Impacto financiero del covid-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación*. 593 digital Publisher CEIT, p 214.
- Castello, G. (2020). *Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19*.
- Cauas, H. (s.f.) *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación*.
- Félix, A. & García, N. (2020). *Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador*. Revista Internacional De Turismo, Empresa Y Territorio
- González, E. & Conde, E. (2011). *Procedimiento Para Medir La Demanda Turística En Un Destino*. Revista Tur&Des Vol. 4, N.º 11
- Gómez, M. (2006). *El Conocimiento Científico Y Otros Tipos De Conocimiento*.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación, Sexta edición*. México.
- MINTUR (2018). *Reglamento Turístico De Alimentos y Bebidas*. Recuperado de: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- MINTUR (2016). *Reglamento De Alojamiento Turístico*. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/wp-ent/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

- MINTUR, (2016) *Reglamento De Operación E Intermediación Turística*. Recuperado de:
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/Reglamento-de-Operación-e-Intermediacion-Turistica.pdf>
- MINTUR (2018). *Reglamento Turístico De Alimentos y Bebidas*. Recuperado de:
https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- MINTUR (2016). *Reglamento De Alojamiento Turístico*. Recuperado de:
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- MINTUR, (2016) *Reglamento De Operación E Intermediación Turística*. Recuperado de:
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/Reglamento-de-Operación-e-Intermediacion-Turistica.pdf>
- MINTUR (2014). *Reglamento De Transporte Terrestre Turístico*. Recuperado de:
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/4.REGLAMENTO-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO.pdf>
- MINTUR (2020). *Guía Documental Programa Pueblos Mágicos Ecuador – 4 Mundos*.
 Recuperado de:
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/PueblosMagicos/Guia-documental-pueblos-magis-Ecuador.pdf>
- Mooney, H. & Segarra, M. (2020). *COVID-19: shock sin precedentes sobre el turismo en América Latina y el Caribe*.
- Morillo, M (2010). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*.
- Municipio de Quito (2020). *Informe Técnico Impacto Pandemia Covid-19 En El Sector Turístico De Quito*, p2.
- OMS (s.f.). *Coronavirus*. Recuperado de: https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab_1
- Prado, R. (2020). *¿Cuántos millones perderá el sector turístico de Ecuador mensualmente, por la pandemia?* Recuperado de:
<https://www.vistazo.com/actualidad/nacional/cuantos-millones-perdera-el-sector-turistico-de-ecuador-LWVI183181>

- Ramírez, C. (S.f.). *Servicios turísticos I*. Universidad Tecnológica Nacional. Recuperado de: <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Saldaña, M. (2012). *Estructura y administración de agencias de viajes*. Estado de México
- Sánchez, M. (2021). *Percepción empresarial de la pandemia por COVID-19 y su impacto en el turismo: un análisis cualitativo del destino Extremadura, España*
- Socateli ,M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Costa Rica.
- Velva, S. (2021). *El Covid 19 En Los Destinos Turísticos*. Tesis de Licenciatura en Turismo. Universidad Técnica De Ambato, Ecuador.

VII. ANEXOS

Anexo 1: Acta de la sustentación de pre-defensa del TIC



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE TURISMO



ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR:

NOMBRE: Jarrín Chamorro Raquel Erika
Peñaherrera Narváez David Ihsahn
CÉDULA DE IDENTIDAD: 1004186423
0401942446
NIVEL/PARALELO: **PERIODO ACADÉMICO:** 2022 A

TEMA DEL TIC: La Pandemia por COVID – 19 en el sector turístico de los pueblos mágicos de San Gabriel y Cotacachi y la demanda de los servicios turísticos

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:
PRESIDENTE: MSC. ITURRALDE VALLEJOS JAIME ALEJANDRO
DOCENTE TUTOR: MSC. GUEVARA ROSERO JAIRO MAURICIO
DOCENTE: MSC. GUEVARA GUEVARA ELIZABETH JOSEFINA

De acuerdo al artículo 32: Una vez entregados los documentos; y, cumplidos los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director/a de Carrera designará el Tribunal, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS 4 **AULA:** 206

FECHA: lunes, 04 de julio de 2022

HORA: 15H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,31
2) Trabajo escrito 2,70
Nota final de PRE DEFENSA 8,01

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el lunes, 04 de julio de 2022

MSC. ITURRALDE VALLEJOS JAIME ALEJANDRO
PRESIDENTE

MSC. GUEVARA ROSERO JAIRO MAURICIO
DOCENTE TUTOR

MSC. GUEVARA GUEVARA ELIZABETH JOSEFINA
DOCENTE

Adj.: Observaciones y recomendaciones

Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: David Ihsahn Peñaherrera Narváez y Raquel Erika Jarrín Chamorro

Fecha de recepción del abstract: 6 de julio de 2022

Fecha de entrega del informe: 6 de julio de 2022

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Firmado electrónicamente por:
EDISON BOANERGES
PENAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo 3: Encuesta aplicada variable independiente

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS
AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO



Instrumento para la identificación de la incidencia de la pandemia por COVID-19 en la demanda de los servicios turísticos de San Gabriel y Cotacachi.

Lugar de aplicación de encuestas: San Gabriel y Cotacachi

Variable: Pandemia en el sector turístico

1. ¿Considera que la pandemia afectó en sus ingresos económicos?

Seleccione una opción, considerando que:

1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. ¿Las medidas de bioseguridad implementadas le han dificultado adquirir servicios turísticos?

Seleccione una opción, considerando que:

1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. ¿Qué tan seguro se siente al adquirir un servicio turístico del lugar en época de pandemia?

Seleccione una opción, considerando que:

1: Totalmente inseguro 2: Inseguro 3: Ni seguro, ni inseguro 4: Seguro 5: Totalmente seguro

Alojamiento:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Alimentación:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Agencias de viajes:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Transporte turístico:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. ¿Qué tanto considera que se están cumpliendo las medidas de bioseguridad en los servicios turísticos del lugar?

Seleccione una opción, considerando que:

1: Nada 2: Poco 3: Regular 4: Considerablemente 5: Totalmente

Alojamiento:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Alimentación:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Agencias de viajes:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Transporte turístico:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Anexo 4: Encuesta aplicada variable dependiente

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS
AMBIENTALES
CARRERA DE TURISMO



Instrumento para la identificación de la incidencia de la pandemia por COVID-19 en la demanda de los servicios turísticos de San Gabriel y Cotacachi.

Lugar de aplicación de encuestas: San Gabriel y Cotacachi

Variable: Demanda turística

1. ¿Cuánto tiempo estima permanecer en el lugar?

Seleccione una opción, considerando que:

1: Un día 2: 2-3 días 3: 4-5 días 4: 6-7 días 5: Más de 7 días

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. De los siguientes servicios turísticos que se ofrecen en el lugar, indique aquellos que usted ha adquirido

Alojamiento
Alimentación
Agencias de viajes
Transporte turístico

3. ¿Cómo calificaría la calidad del servicio turístico que adquirió?

Seleccione una opción, considerando que:

1: Pésima 2: Mala 3: Regular 4: Buena 5: Excelente

Alojamiento:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Alimentación:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Agencias de viajes:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Transporte turístico:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. De los siguientes servicios turísticos que se ofrecen en el lugar, califique del 1 al 5 el nivel de importancia que tiene para usted requerirlos.

Seleccione una opción, considerando que:

1: Nada importante 2: Poco importante 3: Regular 4: Importante 5: Muy importante

Alojamiento:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Alimentación:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Agencias de viajes:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Transporte turístico:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5. Si usted solicitaría un servicio turístico en época de pandemia, ¿Qué importancia le daría a cada uno de los siguientes aspectos?

Seleccione una opción, considerando que:

1: Nada importante 2: Poco importante 3: Regular 4: Importante 5: Muy importante

Medidas de bioseguridad:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Precio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Calidad de servicio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Ubicación:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. ¿Cómo mediría los ingresos que destina o destinaría al consumo de servicios turísticos?

Seleccione una opción, considerando que:

1: Muy bajos 2: Bajos 3: Regulares 4: Altos 5: Muy altos

Alojamiento:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Alimentación:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Agencias de viajes:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Transporte turístico:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

7. ¿Cuántos servicios turísticos conoce en la ciudad?

Seleccione una opción, considerando que:

1: Ninguno 2: 1-5 3: 6-10 4: 11-15 5: 16-20

Alojamiento:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Alimentación:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Agencias de viajes:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Transporte turístico:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

8. ¿Recomendaría usted los servicios turísticos del lugar?

Si

No



Figura 73. Aplicación de encuestas



Figura 74. Aplicación de encuestas