



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Título**

**EFFECTOS DE LA COVID 19 EN EL SECTOR COMERCIAL-  
TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ULBA; BAÑOS, ECUADOR**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Autora:**

**Noboa Lluglla Evelyn Jazmin**

**Tutora:**

**Dra. Magda Francisca Cejas Martinez**

**Riobamba, Ecuador. 2023**

## DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Evelyn Jazmin Noboa Lluglla, con cédula de ciudadanía 1805459078, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: EFECTOS DE LA COVID 19 EN EL SECTOR COMERCIAL- TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ULBA;BAÑOS,ECUADOR, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos del autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 30 de junio,2023.



---

Evelyn Jazmin Noboa Lluglla

C.I: 1805459078

## DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Magda Francisca Cejas Martinez catedrático a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: EFECTOS DE LA COVID 19 EN EL SECTOR COMERCIAL\_ TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ULBA; BAÑOS, ECUADOR, bajo la autoría de Evelyn Jazmin Noboa Lluglla; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación. Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 30 días del mes de junio de 2023.



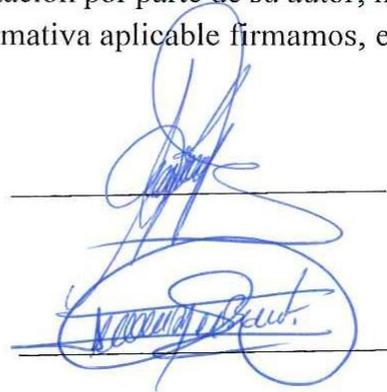
Dra. Magda Francisca Cejas Martinez

C.I: 1757404502

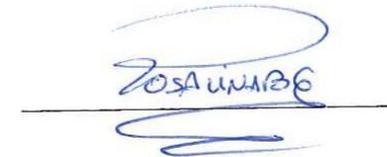
## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación EFECTOS DE LA COVID 19 EN EL SECTOR COMERCIAL\_ TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ULBA; BAÑOS, ECUADOR, presentado por Evelyn Jazmin Noboa Lluglla, con cédula de identidad número 1805459078, bajo la tutoría de Dr. Magda Francisca Cejas Martinez; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar. De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 30 de junio de 2023.

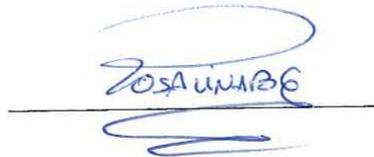
Presidente del Tribunal de Grado  
Mgs. Wilson Saltos Aguilar



Miembro del Tribunal de Grado  
Mgs. Cecilia Mendoza Basantes



Miembro del Tribunal de Grado  
Mgs. Rosalina Balanzategui Garcia





# CERTIFICACIÓN

Que, **NOBOA LLUGLLA EVELYN JAZMIN** con CC: **1805459078**, estudiante de la Carrera **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**EFFECTOS DE LA COVID 19 EN EL SECTOR COMERCIAL- TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ULBA, BAÑOS. ECUADOR**", cumple con el 4%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 12 de enero de 2023.



Verónica  
Susana Soto  
Benítez

Dra. Verónica Susana Soto Benítez  
**TUTORA**

## **DEDICATORIA**

A Dios por saber guiar mi camino, darme la fortaleza necesaria para seguir adelante y brindarme sabiduría para poder culminar mis estudios universitarios.

A mis amados padres Luis Noboa y Rosa Lluglla que con su amor han estado siempre conmigo y que con su paciencia supieron siempre apoyarme en todos los momentos.

A mis adorables angelitos en el cielo Danny Lluglla y Luis Lluglla, gracias por darme muchas alegrías, Dios les tenga en su santa gloria.

Evelyn Jazmin Noboa Lluglla

## **AGRADECIMIENTO**

A la **Universidad Nacional de Chimborazo**, porque en ella tuve oportunidades extraordinarias para crecer profesionalmente.

A la carrera de Administración de Empresas, sus docentes y sus autoridades porque por ello fue posible mi formación en la carrera.

A la Ing. Martha Romero como directora de la carrera y a todo el equipo administrativo que apoyó mi formación en la carrera.

A mi tutora Dra. Verónica Soto, quién ha orientado acertadamente este trabajo final de titulación.

A la Dra. Magda Cejas M, quién como docente de la asignatura Ejecución de la Integración Curricular y tutora ha guiado este proceso con paciencia en todo el desarrollo de la tesis.

A mis compañeros y amigos de la Universidad, por los buenos momentos compartidos.

# ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORIA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I .....	14
1.Introducción.....	14
1.1.Planteamiento del Problema .....	17
1.2.Justificación .....	17
1.3.Objetivos.....	19
1.3.1.Objetivo General.....	19
1.3.2.Objetivos Específicos.....	19
CAPÍTULO II.....	20
2.Marco Teórico .....	20
2.1. Estado del arte.....	20
CAPÍTULO III .....	31
3. Metodología .....	31
3.1.Tipo de investigación .....	31
3.2.Diseño de la Investigación.....	31
3.3.Investigación Descriptivo .....	31
3.4.No experimental.....	31
3.5.Técnicas de recolección de Datos .....	32
3.6.Población de estudio y tamaño de muestra.....	32
3.6.1.Población de estudio .....	32
3.6.2.Tamaño de muestra.....	32
3.7.Hipótesis .....	33
3.8.Método de análisis.....	33
3.9.Procesamiento de datos .....	33

CAPÍTULO IV .....	34
4.Resultados y Discusión .....	34
CAPÍTULO V .....	51
5.Conclusiones y Recomendaciones .....	51
5.1 Conclusiones .....	51
5.2 Recomendaciones.....	52
CAPITULO VI .....	53
6. Propuesta .....	53
6.1 Plan estratégico de marketing destinado al Turismo Rural .....	53
BIBLIOGRAFÍA .....	60
ANEXOS.....	63

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Atractivos Turísticos de la Parroquia Ulba .....	23
<b>Tabla 2</b> ¿En qué rango de edad se encuentra? .....	35
<b>Tabla 3</b> ¿Qué tipo de destino es de su preferencia? .....	36
<b>Tabla 4</b> ¿Piensa que la Covid 19 afectó el turismo en la Parroquia Ulba?.....	37
<b>Tabla 5</b> ¿Piensa usted que la Covid 19 incidió en el nivel de vida de las personas de la parroquia Ulba? .....	38
<b>Tabla 6</b> ¿Piensa que es necesario promocionar la Parroquia Ulba Baños de Agua Santa? 39	
<b>Tabla 7</b> ¿A raíz de la Covid 19 usted ha tenido oportunidades para realizar las visitas a las cascadas de la Parroquia Ulba? .....	40
<b>Tabla 8</b> ¿Cuántas veces ha visitado las cascadas de la Parroquia Ulba?.....	41
<b>Tabla 9</b> ¿Cree usted que debe mejorar los servicios ofertados al cliente para lograr mayor número de visitas a la Parroquia Ulba?.....	42
<b>Tabla 10</b> ¿Usted considera que la promoción de los servicios turísticos en la Parroquia Ulba es? .....	43
<b>Tabla 11</b> ¿Cómo calificaría usted al lugar turístico de la Parroquia Ulba?.....	44
<b>Tabla 12</b> El sector comercial de la Parroquia Ulba se vio afectado notablemente debido a la ausencia de turistas.....	46
<b>Tabla 13</b> Considera usted que aún con la Pandemia Covid 19 presente en muchas provincias del Ecuador, se debe seguir fomentando el turismo. ....	47
<b>Tabla 14</b> Frecuencias observadas.....	49
<b>Tabla 15</b> Frecuencias esperada .....	49
<b>Tabla 16</b> Gestión de campañas para destinos .....	57
<b>Tabla 17</b> Agenda Anual.....	58

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> ¿En qué rango de edad se encuentra?.....	35
<b>Figura 2</b> ¿Qué tipo de destino es de su preferencia?.....	36
<b>Figura 3</b> ¿Piensa que la Covid 19 afectó el turismo en la Parroquia Ulba?.....	37
<b>Figura 4</b> ¿Piensa usted que la Covid 19 incidió en el nivel de vida de las personas de la parroquia Ulba? .....	38
<b>Figura 5</b> ¿Piensa que es necesario promocionar la Parroquia Ulba Baños de Agua Santa? .....	39
<b>Figura 6</b> ¿A raíz de la Covid 19 usted ha tenido oportunidades para realizar las visitas a las cascadas de la Parroquia Ulba? .....	40
<b>Figura 7</b> ¿Cuántas veces ha visitado las cascadas de la Parroquia Ulba? .....	41
<b>Figura 8</b> ¿Cree usted que debe mejorar los servicios ofertados al cliente para lograr mayor número de visitas a la Parroquia Ulba?.....	42
<b>Figura 9</b> ¿Usted considera que la promoción de los servicios turísticos en la Parroquia Ulba es? .....	43
<b>Figura 10</b> ¿Cómo calificaría usted al lugar turístico de la Parroquia Ulba? .....	44
<b>Figura 11</b> ¿Qué atractivo turístico de la Parroquia Ulba visitó? .....	45
<b>Figura 12</b> El sector comercial de la Parroquia Ulba se vi afectado notablemente debido a la ausencia de turistas en el sector. ....	46
<b>Figura 13</b> Considera usted que aún con la Pandemia Covid 19 presente en muchas provincias del Ecuador, se debe seguir fomentando el turismo. ....	47
<b>Figura 14</b> Gráfica de Distribución .....	50
<b>Figura 15</b> Página de negocios de Facebook .....	54
<b>Figura 16</b> Ejemplo de página de Facebook .....	55
<b>Figura 17</b> Tríptico de la parroquia Ulba.....	56

## RESUMEN

La expansión del Covid 19 identificada en Wuhan China en diciembre del 2019, contrajo efectos comerciales y económicos de magnitud en la económica mundial, además el nuevo coronavirus ha originado alteraciones en la cadena de valor global, reducción en la demanda de ciertos bienes y servicios e incremento de otros, alterando así la dinámica de los mercados. La Covid 19 afecta de varias maneras a las personas al igual que al comercio y al turismo, puesto que los lugares turísticos fueron uno de los sectores más afectados por la Covid 19, ya que no podían ser visitados por los turistas por las restricciones que impuso el Comité de Operaciones de Emergencia “COE”.

El presente trabajo de investigación está enfocado en analizar la implicación de los efectos de la Covid 19 en el sector comercial turístico de la parroquia Ulba, Baños Ecuador, para identificar, describir y explicar los efectos de la Covid.

El instrumento aplicado constó de una encuesta de 12 ítems, realizadas a 68 personas considerando a cada una de las variables utilizando una investigación explorativa y descriptiva, tomando en cuenta la variable independiente “Efectos de la Covid 19” y la variable dependiente “Sector Comercial”. Se aplicó la prueba de chi cuadrado y se obtuvo como resultado  $X^2=3,841$  lo cual afirma la hipótesis inicial “El impacto que se genera en el comercio de la Parroquia Ulba debido a la Covid 19, incide en la situación económica”

**Palabras Clave:** Covid 19, Comercio, Turismo

## ABSTRACT

The spread of Covid 19, identified in Wuhan China in December 2019, had major commercial and economic effects on the world economy. The new coronavirus has also caused alterations in the global value chain, reducing the demand for certain goods and services, and increasing others, thus altering the dynamics of the markets. Covid 19 affects people in various ways, as well as commerce and tourism, since tourist sites were one of the sectors most affected by Covid 19, since they could not be visited by tourists due to the restrictions imposed by the Emergency Operations Committee "COE".

The present research work is focused on analyzing the implication of the effects of Covid 19 in the commercial tourism sector of the Ulba parish, Baños Ecuador, in order to identify, describe and explain the effects of Covid. Each one of the variables was considered using an explorative and descriptive research, as a second aspect the background, theoretical bases and methodology are mentioned.

The applied instrument consisted of a 12-item survey, carried on 68 people, considering each of the variables using and exploratory and descriptive investigation, taking into account the independent variable effects of Covid 19 and the dependent variable commercial sector. The chi square test was applied and we obtained as a result  $\chi=3.841$ , which affirms the initial hypothesis "The impact that is generated in the trade of the Ulba Parish due to Covid19, affects the economic situation"

Keywords: Covid 19, Commerce, Tourist

Reviewed by:



Lic. Andrea Rivera  
ENGLISH PROFESSOR  
C.C 0604464008

## CAPÍTULO I

### 1. Introducción

La pandemia afecta de distintas maneras a todas las personas, la mayoría han sufrido las consecuencias en el comercio, ya que es una fuente de recursos tanto para el empresario como para el país.

El presente trabajo de investigación está enfocado en analizar la implicación de los efectos de la pandemia en el sector comercial turístico de la parroquia Ulba, Baños Ecuador, para identificar, describir y explicar los efectos del virus . Se consideró a cada una de las variables utilizando una investigación explorativa y descriptiva, como segundo aspecto se mencionan los antecedentes, las bases teóricas y la metodología.

Para el desarrollo del trabajo fue necesario establecer el problema, los objetivos generales y específicos que son: determinar, describir, identificar y establecer los efectos en el sector comercial turístico causado por la irrupción de la pandemia en el contexto del debilitamiento ocasionado en el sector comercial turístico.

La pandemia ha golpeado fuertemente al Ecuador, el sector turístico local se vio afectado por una disminución de ingresos económicos ya que no recibía a los turistas nacionales ni extranjeros, porque que la actividad turística fue suspendida temporalmente.

El presente trabajo se propone abordar algunas de las consecuencias que se han generado por la pandemia. El texto comienza con un breve análisis de las causas del coronavirus, centrando la atención específicamente en el sector turístico de la parroquia Ulba de Baños de Agua Santa. Posteriormente se describen, se identifican y se establecen los efectos que han surgido debido a la pandemia. Finalmente, se propone apreciar que la mayoría de los diferentes destinos turísticos tuvieron que cambiar sus normas y políticas de atención a los clientes implementando además estrategias para poder brindar medidas de bioseguridad.

El comercio es la principal actividad que se realiza en Ecuador y en otros países latinoamericanos, estas funciones comerciales representan un porcentaje significativo que

influye en el crecimiento socioeconómico de una población, por lo general estas acciones se llevan a cabo en los mercados, calles y zonas con mayor afluencia de personas.

En la Parroquia de Ulba situada en la provincia de Tungurahua, el comercio se convierte en una situación cotidiana y que en los últimos años ha tenido un aumento significativo, esta situación ha llamado la atención para que comerciantes formales e informales lleven a cabo diferentes actividades comerciales en los lugares turísticos de dicha parroquia.

Como efecto negativo de la pandemia se dio la suspensión de las actividades productivas y como resultado el comercio se vio gravemente afectado, estas consecuencias negativas pueden perdurar, debido a que no se ha regresado en su totalidad a la actividad del comercio.

Los efectos de la pandemia están alterando las economías del mundo. La pandemia ha perturbado el turismo, las cadenas globales de valor y la oferta de trabajo, afectando al comercio, la inversión y la producción total de los países llevando a un daño generalizado del crecimiento económico (Alonso, 2020).

En la parroquia Ulba el nivel de vida al igual que el comercio se vio afectado a consecuencia de la pandemia, por la ausencia de turismo en el sector los comercios no tenían los mismos ingresos como lo tenían antes, ya que la mayoría de las personas de la parroquia Ulba y del cantón Baños de Agua Santa viven directa o indirectamente de los ingresos que se generan gracias a los turistas.

Las posibles causas o consecuencias de este problema sería la afectación al nivel de vida de las personas que se dedican al comercio en la parroquia Ulba, la molestia y el descontento de los turistas que quieren acceder a los atractivos turísticos y no lo puedan hacer.

El turismo es una actividad económica compleja y con el tiempo se ha convertido en el principal motor del desarrollo socioeconómico, el turismo no se puede comparar con otras actividades económicas porque los turistas son quienes viajan y consumen los bienes y servicios, no solo bienes del sector turístico sino también productos no turísticos (Álvarez, 2018).

El día miércoles 10 de junio del 2020, Rosi Prado de Holguín, ministra de Turismo y su par de Paraguay, Sofía Montiel de Afara participaron en el webinar “Oportunidades del

turismo de naturaleza y experiencias en el ámbito rural”, organizado por la Secretaría de Turismo de Paraguay, en el cual intercambiaron experiencias, la ministra Prado informó que esta cartera de Estado trabaja de manera articulada con la industria, la academia, los GADs para la lograr una pronta reactivación turística del país, a la vez que explicó que en primer lugar se reactivará el turismo interno con los destinos rurales cercanos a las grandes ciudades, luego se apuntará al turismo regional y finalmente al internacional.

Esta noticia será de gran ayuda para el Ecuador, sus ciudades, provincias, parroquias y para todos los destinos que dependen directa e indirectamente del turismo ya sea nacional e internacional.

En el momento de escribir estas líneas (mayo de 2020) todavía no es posible calibrar la auténtica dimensión de los efectos derivados de la propagación de la pandemia, la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus SARS-CoV-2. No obstante, la industria del turismo, por su necesidad inherente de alimentar flujos de movilidad humana, constató enseguida la gravedad con la que quedaban afectados sus intereses.

La crisis sistémica del turismo está provocada por un estancamiento temporal de las estructuras que permiten el movimiento y el alojamiento de los millones de personas que la OMT define como turistas. Europa ha cerrado completamente sus fronteras al turismo internacional: 80% en América, el 70% en Asia y el Pacífico, el 62% en Oriente Medio y el 57% en África (OMT, 2020a). Suponiendo que se confirmela reapertura gradual de las fronteras y las restricciones de viaje se suavicen a partir de julio, la OMT estima que las llegadas de turistas internacionales caerán alrededor de un 58% (OMT, 2020b).

La pandemia del coronavirus no solo ha causado un desastre humanitario, sino que también ha paralizado varios sectores económicos en América Latina y el Caribe, incluido el turismo, la Organización Mundial del Turismo estima que para 2020, la cantidad de turistas internacionales en todo el mundo podría disminuir entre un 58% y un 78%. Otro de los efectos de la Covid 19 es la caída del turismo nacional e internacional, ya que debido a las restricciones que se han generado para evitar la propagación del virus “utilización de mascarilla ,distanciamiento social para evitar las aglomeraciones, etc” no era posible realizar viajes con fines turísticos. Por último, pero no menos importante otro de los efectos de la covid 19 ha sido la afectación del sector económico y social.

## **1.1.Planteamiento del Problema**

¿Cómo ha sido el impacto que genera el comercio en la parroquia Ulba después de pasar por una difícil situación económica debido a la Covid 19 ?

El auge del comercio que se va dando en la parroquia Ulba ha permitido que comerciantes formales apuesten por la creación de negocios y emprendimientos con el propósito de generar ingresos propios y a la vez satisfacer las necesidades de los habitantes y turistas, ofreciendo variedad de productos y servicios, esto ha provocado que la economía del sector se dinamice y crezca.

Por lo tanto, el crecimiento comercial que se lleva a cabo en la parroquia Ulba, ha generado la necesidad de determinar el impacto que generará el comercio luego de las difíciles condiciones económicas provocadas por la pandemia, y se realizan estudios de estos factores en sectores que permitan tomar decisiones. Alternativas de solución donde la actividad comercial tenga un impacto positivo y no se convierta en un obstáculo para el progreso turístico y la promoción del bienestar socioeconómico.

## **1.2. Justificación**

La pandemia del coronavirus tiene el potencial de causar estragos al comercio y el proceso de integración de América Latina y el Caribe (ALC), por lo que es vital que los gobiernos tomen medidas comerciales adecuadas para reducir su impacto en la economía y la vida de sus ciudadanos.

Los impactos de las crisis pandémicas al comercio mundial y regional han sido en su mayoría moderados, ya que afectaron principalmente países de menor peso económico en la economía global y porque se logró limitar el contagio.

Tal es el caso de Ecuador, cuya economía ha estado expuesta a los efectos del declive de China a través de los precios de las materias primas y los productos agrícolas. Según apunta el (MPCEIP, 2020) la pandemia afecta de manera directa varios mercados de exportaciones ecuatorianas ya que las dos terceras partes de las exportaciones de camarones van a China, por lo que el precio de este producto cayó significativamente. Si bien es cierto que China es uno de los grandes socios de Ecuador, la economía del país también depende en gran medida de las transacciones comerciales con Estados Unidos y Europa. Otro producto de exportación afectado son las flores, según (MPCEIP, 2020) las rosas tienen como uno de sus principales destinos Europa y, en menor medida, Estados Unidos. Ambos

mercados se ven afectados por las medidas para evitar la propagación de la pandemia en las fronteras. Este sector exportador también se verá afectado.

El comercio es una fuente de recursos tanto para el empresario como para el país en el que esté constituido: cuantas más empresas vendan el mismo producto o brinden el mismo servicio, se abaratan los costos. Por otra parte, el turismo es una actividad que se ha desarrollado en el país con gran interés por los beneficios económicos que proveen.

Ecuador ha declarado emergencia sanitaria con número de resolución No. -CPCCS-106-Covid-19-16-03-2020 tras la declaración del Covid 19 como pandemia por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 1 de marzo de 2020 y nuevas normas para promover la seguridad. Establecer cese de actividades como uso obligatorio de mascarilla, uso de gel desinfectante, distanciamiento social, restricciones a grandes eventos, prácticas religiosas, educación y trabajo personal, y uso de plataformas digitales para virtualizarlas. Estas medidas, combinadas con los toques de queda, llevaron a una grave crisis económica. Silva y Alvarado (2020) manifiestan: Sin embargo, pocos segmentos como abarrotes, suministros médicos y comercio electrónico crecieron. Ecuador ha tenido efectos diversos según el sector de la producción, las actividades económicas en el Ecuador han tenido un impacto variante dependiendo de los sectores productivos, puesto que a medida que las necesidades de la población cambian se han presentado nuevas demandas, mismas que antes de la pandemia no recibían la misma acogida.

Por otro lado, sectores importantes de la economía ecuatoriana como es el turismo, se han visto muy afectados no solo a nivel nacional sino también a nivel mundial. Una disminución en el turismo podría reducir el crecimiento turismo podría reducir el crecimiento general del PIB en el Caribe y América Latina en 8 puntos porcentuales y 1 punto porcentual, respectivamente, con caída del empleo general de 9 puntos porcentuales en el Caribe y 2 puntos porcentuales en América Latina. (CEPAL, 2020, p.1)

Para el Ecuador, el turismo es una de las fuentes de generación de divisas, de empleo y redistribución de la riqueza integradora y complementaria en múltiples actividades, debido a que por cada empleo directo que se genera en turismo, se crea entre 6 y 3 puestos de empleo indirecto (Barket,2014). Sin embargo, no hay manera de medir el impacto o el beneficio económico de la inversión pública en la sociedad.

Como actividad económica y sociocultural, el turismo es uno de los rubros generadores de divisas más importantes, por lo que es un sector estratégico representando la

cuarta actividad más importante en términos de importancia económica (Ministerio de Turismo, 2014). Por ello, Ecuador ha demostrado especial interés en turismo a través del Programas Cambio de Matriz Productiva y Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017 muestran especial interés por el turismo.

Los efectos de la Covid 19 en el sector comercial turístico de la parroquia Ulba, Baños. Ecuador fueron muchos, dicha parroquia se vio afectada debido a las restricciones del COE Nacional, puesto que personas "turistas" no puedan visitar las cascadas de dicha parroquia, ni practicar los deportes extremos.

Para el presente trabajo se utilizó el nivel descriptivo, explicativo y correlacional para la obtención de los datos. Mediante las encuestas se pudo constatar que los destinos turísticos si constan con sistemas de bioseguridad para sus visitantes tales como: desinfección del local con productos antibacteriales, implementos necesarios de protección a cada uno de sus trabajadores, además, exigen distanciamiento social y el respectivo lavado de manos. También se pudo verificar que a pesar de existir el riesgo de contagio que se puede producir por la pandemia actual, los turistas encuestados recomendaron visitar Baños de Agua Santa, ya que los diferentes atractivos turísticos cuentan con las respectivas medidas de bioseguridad, garantizando la protección de las personas que visitan estos diversos lugares. El estadígrafo del chi-cuadro permitió la verificación de la hipótesis que en este caso fue acerca de ver si es que la Covid 19 influye en los destinos turísticos, siendo esta la hipótesis alterna, mediante este proyecto se pudo apreciar que la mayoría de los diferentes destinos turísticos tuvieron que cambiar sus normas y políticas de atención a los clientes implementando además estrategias para poder brindar medidas de bioseguridad.

### **1.3.Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Determinar los efectos de la pandemia Covid 19 en el sector comercial turístico de la parroquia Ulba, Baños, con el fin de proponer estrategias que fomenten la mejora de este sector.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Describir los componentes que se derivan de la pandemia Covid 19 y que se relacionan con efectos preponderantes en el sector comercial turístico.

- Identificar a través de un diagnóstico aquellos efectos que ocasionó el Covid 19 en el sector comercial-turístico de la parroquia Ulba, Baños. Ecuador
- Establecer estrategias comerciales que impulsen la mejora del sector turístico de la parroquia Ulba ubicada en Baños.

## **CAPÍTULO II**

### **2. Marco Teórico**

#### **2.1. Estado del arte**

##### **2.1.1. Antecedentes**

Glenda Azucena Lucio Villacreses estudiante de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil en su trabajo de tesis realizado en el año 2017 “ Propuesta de una nueva estructura física organizacional para los comerciantes informales del cantón Jipijapa”, muestra las ventajas y desventajas del comercio informal de la siguiente manera: Precios más bajos que en el comercio formal, posibilidad de negociación de precios, calidad aceptable de los productos, lugar accesible para realizar las compras, beneficios para la población que tiene menos recursos económicos por el bajo costo de los productos, genera trabajo informal para cualquier persona. Por otro lado, las desventajas serían que no utilizan los beneficios que otorgan la ley, como la responsabilidad limitada, la facilidad para dividir los activos, la sucesión ilimitada, el acceso a crédito formal a tasas inferiores que las usualmente observadas en los mercados informales, etc.

Estos aspectos permiten en este estudio conocer y averiguar los aspectos que influyen de manera positiva y negativamente en el desarrollo del comercio de la Parroquia Ulba. Esta indagación ayudó en la comprensión de los efectos que trae consigo el comercio en general sobre los aspectos socioeconómicos de un determinado lugar, en este caso de la parroquia mencionada anteriormente.

En cuanto a la investigación realizada por Alcívar, Zamora, Montesdeoca, & Loor (2019) de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López” con el tema: “Análisis de las propuestas de reactivación económica para el sector turístico de Manabí, post 16 a.” cuyo principal objetivo es conocer las estrategias de reactivación socioeconómica tras la crisis del 16 de abril de 2016 cuando un terremoto de magnitud 7.8 grados en la escala de Richter considerado uno de los más trágicos de Ecuador afectó severamente a varias ciudades de esta provincia. Entre los grupos más importantes recogidos durante la encuesta aplicada a los informantes de alta calidad y turistas se establece que:

- Las mayores pérdidas se registraron en manufactura e infraestructura. Fue el sector turístico el que tuvo el mayor impacto en la economía debido a la devastación de importantes fuentes de ingreso como atractivos turísticos, hoteles y centros de recreativos. Por ello, el Estado les ofreció diversas propuestas de revitalización y nunca les faltó acceso a un crédito financiero que fuera destinado a alguna empresa turística o proyecto específico del sector que lo recibiría.
- Los resultados de este estudio mostraron que el 5% de la población accedió a créditos financieros. Aunque este fue solo un pequeño porcentaje, permitió la reconstrucción y también la compra de los recursos necesarios para el normal funcionamiento de las actividades, aportando así a la reactivación económica.

El aporte de esta tesis de trabajo que se está realizando principalmente fue el conocimiento de las estrategias llevadas a cabo por el gobierno para la reactivación socioeconómica las cuales podrían ayudar a mejorar el turismo en la parroquia Ulba.

En la presente investigación acerca de la pandemia y los destinos turísticos, realizado en el cantón Baños de Agua Santa de la provincia de Tungurahua se aplicó encuestas a 68 turistas de todo el Ecuador, teniendo como objetivo general el analizar los efectos ocasionados por la Covid 19 en el destino turístico de Baños de Agua Santa.

Santos del Valle, A. (2020) afirma que en los últimos 100 años la humanidad ha vivido siete pandemias, entre ellas el síndrome respiratorio agudo grave (SARS), la H1N1, la del Ébola. La epidemia del SARS en el 2003 registró una de las caídas más graves para el turismo con relación a la llegada de turistas internacionales. Asia fue el continente más afectado y, en consecuencia, sus principales destinos turísticos reportaron en el segundo trimestre de ese año tasas porcentuales decrecientes del 51.9% en Malasia, 57.9% en Hong Kong, 61.9% en Singapur, 71.5% en Taiwán, y 25.7% en Japón a pesar de no registrarse ningún deceso por esta enfermedad.

El Center for Disease Control and Prevention (2010) menciona que el 25 de abril la OMS “declaró emergencia de salud pública de preocupación internacional por el brote del virus H1N1 y recomendó que los países intensifiquen la vigilancia de brotes inusuales de enfermedades similares a la influenza y neumonía severa”.

Es por ello por lo que Estados Unidos de América ha recomendado posponer los viajes hacia México debido a que se incrementaron los casos de contagio y muerte por la pandemia. Según Barragán, A. (2009) esta medida tuvo graves consecuencias entre las cuales figuran

las cancelaciones de casi el 90% de reservas hoteleras y 10% de transporte, el cierre de 35 hoteles y la pérdida de aproximadamente 40 mil puestos de trabajos.

Dinero (2015) nos comenta que, según la OMS, hasta noviembre del año 2014 en el mundo se habían registrado 14 413 casos reportados de ébola y 5 177 muertes. Del 100% de los casos registrados, se precisó que el 99% pertenecían a Guinea, Liberia y Sierra con aproximadamente de dos mil a siete mil personas contagiadas. Además, el ministro de Turismo y Cultura de Gambia afirmó que la actividad turística en su país se ha reducido en aproximadamente un 50%. Dentro de las medidas que tomaron los gobiernos para evitar la expansión y propagación del virus se estableció el cierre de fronteras, lo cual representa una caída al turismo mayor a la que ya se presentaba. La Organización Mundial de Turismo (OMT), tenía expectativas sobre la tasa porcentual de crecimiento del cinco por ciento pese a las circunstancias se registró un crecimiento porcentual del 1,8%.

## **GENERALIDADES DE LA PARROQUIA ULBA.**

### **Ubicación Geográfica de la Parroquia Ulba**

En la provincia de Tungurahua con una ubicación privilegiada y recursos naturales estratégicos se encuentra la ciudad de Baños de Agua Santa, una de las ciudades que más turistas atrae en el Ecuador, la ciudad tiene 4 parroquias, Ulba es una parroquia rural del cantón Baños de Agua Santa. Los límites de la parroquia son: al Norte: Con el Cantón Patate (parroquia El Triunfo y cerros de Los Llanganates), al Sur: Con los páramos de Mintza en las faldas del Tungurahua, a una altitud de 3.600 msnm, al Este: Con la parroquia Río Verde (el Río Chinchín Chico en toda su extensión en, en una parte; y, en la otra la quebrada denominada Juana de Oro, en su parte alta y quebrada Chaquimayllana, en la parte baja, que separa de la parroquia Río Verde) y al Oeste: Con el Río Ulba, en toda su extensión hasta su desembocadura en el Río Pastaza.

La parroquia Ulba tiene una superficie de 86,5 km<sup>2</sup> o 8.950 hectáreas. Geográficamente se encuentra ubicada en el cañón que el río Pastaza crea al romper la roca cordillera, en su descenso hacia la Amazonía, cubriendo una franja que prácticamente atraviesa latitudinalmente toda la cuenca del río la parroquia además cuenta con diez centros o comunidades poblados como la Cabecera parroquial, Agoyán, Chamana, Nuevo Juive Grande, La Ciénega, Lligñay, El Porvenir, Río Blanco, Río Verde Chico y Vizcaya.

### **Características socioeconómicas de la Parroquia Ulba.**

Según el Censo de Población y Vivienda 2010 en la parroquia Ulba de la ciudad de Baños de Agua Santa aproximadamente habitan 2.532 personas, siendo así 1.271 la población masculina y 1.261 la población femenina. La vestimenta de los habitantes de esta parroquia para los hombres es pantalón ,camisa, chompa, y para los feligreses ternos en épocas de fiestas sociales o culturales, mientras que la vestimenta para las mujeres es pantalón o falda, chaquetas o sacos de lana y el uso de chalina en las mujeres adultas mayores.

### **Principales atractivos turísticos.**

A continuación, se representa los atractivos turísticos de la parroquia Ulba a través de una tabla resumen de los principales recursos turísticos con los que cuenta actualmente , basado en el inventario único de atractivos turísticos sistematizado por el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2016).

**Tabla 1** Atractivos Turísticos de la Parroquia Ulba

<b>ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA ULBA</b>		
<b>Río Ulba</b>	El río Ulba nace de los páramos de Mintza, que están ubicados dentro del Parque Nacional Sangay, en su paso hacia con influencia con el río Pastaza forma un gran salto de agua en la parte baja, la cascada Ulba.	
<b>7 cascadas o Chamana</b>	Es un grupo de siete cascadas formadas con las aguas del Río Ulbilla proveniente de las estribaciones del Tungurahua y los páramos de Minsa, cuenta con una caída de 42 metros de altura y una flora y fauna abundante.	

<p><b>Cascada El Silencio</b></p>	<p>Cascada es un sendero que está rodeada de una diversa vegetación.</p> <p>Esta es la última de una serie de cascadas que se precipitan a lo largo del río Ulba.</p> <p>Su acceso es por medio de escaleras ya que es una pendiente de 90 grados.</p>	
<p><b>Centro de Ulba</b></p>	<p>El parque central de la parroquia Ulba tiene espacios de sano esparcimiento familiar para los habitantes y turistas que lo visiten. Los usuarios de este espacio pueden disfrutar de áreas verdes, juegos infantiles, graderíos, áreas de descanso con cubierta y cancha de fútbol.</p>	
<p><b>Represa Agoyán</b></p>	<p>La Represa Agoyán es uno de los proyectos hidroeléctricos más importantes de nuestro Ecuador y fue creada para aprovechar el impetuoso del río Pastaza, está localizada en la provincia de Tungurahua a 180 km al sureste de la capital Quito y a 5 km al este de la ciudad de Baños. De aquí parte el sendero del contrabandista al sector la Ciénega.</p>	

<p><b>Parque de la Familia</b> <b>“Baños de Agua Santa”</b></p>	<p>El Parque de la Familia de Baños de Agua Santa es un espacio turístico para el descanso familiar, ofreciendo múltiples alternativas de distracción con aire puro para relajarse.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Amplio parqueadero</li> <li>-Gianza especializada</li> <li>-Feria Agroecológica</li> <li>-Feria Artesanal</li> <li>-Camping / Pic-nic</li> <li>-Enfermería</li> </ul>	
<p><b>Cascada Agoyán</b></p>	<p>Esta cascada es un antiguo símbolo de la zona debido a que se forma de las aguas del río Pastaza el mismo que se hunde a 61 metros, siendo así la cascada más alta de los Andes ecuatorianos.</p> <p>La fuerza de esta caída ha disminuido ya que las aguas de este río han sido empleadas por el Proyecto Hidroeléctrico Agoyán.</p>	
<p><b>Río Guamag Cascada del Río Guamag</b></p>	<p>Este río es la vertiente principal de la cascada Guamag que se encuentra junto a la cascada Agoyán. Cascada Guamag desciende los páramos de Mintza. Lo cruza el sendero del Contrabandista y da el nombre a la hacienda Guamag.</p>	

<p><b>Puerta del Cielo</b></p>	<p>Es una chorrera que cae sobre las rocas que fueron utilizadas para la construcción de los túneles, atracción turística para los visitantes.</p> <p>Sus aguas provienen de las lomas de Yunguilla.</p> <p>Está ubicada en la carretera antigua a Baños – Río Blanco.</p>	
<p><b>Cascada de la vida</b></p>	<p>Esta cascada se encuentra ubicada en la parte baja del Río Blanco, se la puede observar al momento en el que cruza al otro lado de la montaña gracias al canopy o por el puente tibetano.</p>	
<p><b>Río Blanco</b></p>	<p>Nace en las estribaciones del parque nacional Llamantes en la parte oriental. Desciende rápidamente tornando en un color blanquecino y en estas aguas se puede aprovechar para la realización del canyoning.</p>	
<p><b>Cascada Río Blanco</b></p>	<p>En esta cascada se practica el deporte de canyoning de alto grado de dificultad en donde encontramos tres cascadas de 30 metros, tres toboganes y una tirolesa, lugar preferido para los amantes de los deportes extremos.</p>	

<p><b>Mirador San Clemente (Río Pastaza)</b></p>	<p>Este mirador se encuentra en el caserío de San Clemente, a 10 minutos del centro de Ulba, se puede admirar el Río Pastaza donde sus aguas llegan a la cola del espejo de agua que forma la represa de Agoyán, también podemos visitar la hostería que lleva el mismo nombre.</p>	
<p><b>Río Verde Chico</b></p>	<p>Nace como río Muyo y recogiendo las aguas de los ríos Valencia, río Blanco, Calzoncillo, León pasando por la cascada del Torbellino. El río posee una pequeña caída de agua que forma parte del atractivo, sus aguas son de color verde y existe un puente para poder admirar el paisaje de mejor manera.</p>	

**Elaborado por:** Elaboración propia a partir de Altamirano Ximena (2016)

## Origen de la Covid 19

En China, a mediados de diciembre de 2019, un virus infeccioso y contagioso (COVID-19) sacudió la ciudad más poblada de Wuhan: por lo tanto, el gobierno chino publicó información sobre el coronavirus en enero del 2020 debido a la rápida propagación del virus, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha declarado que el virus es una pandemia mundial, y como resultado, la mayoría de los países establecieron restricciones al movimiento de personas (Yang et al., 2020).

## Concepto de Covid 19

Los CoV es un virus en forma de corona, agrupado en categorías: alphaCoV, betaCoV, deltaCoV, gammaCoV la representación del genoma ha evidenciado que posiblemente ratas y murciélagos son el origen de alphaCoV y betaCoV, por lo contrario las aves son la raíz genética de deltaCoV y gammaCoV, esta gran familia de virus puede originar enfermedades

respiratorias, hepáticas y neurológicas en distintas especies de animales; hasta la fecha se han registrado 7 CoV humanos, tiene el potencial de contagiar a los humanos, responsables de entre un 5% y 10% de los casos de infecciones respiratorias crónicas; (Casella, Rajnik, Cuomo, Dulebohn, & Di Napoli, 2020). Entre ellos está SARS CoV-2 uno de los tipos de CoV que causan enfermedades clínicas respiratorias y extra respiratorias con una tasa de mortalidad del 10% al 35%. Cuando se trata de betaCoV, son sensibles a la radiación ultravioleta pero este virus puede detenerse a 27 grados centígrados, de lo contrario es capaz de soportar temperaturas inferiores a cero grados.

Además, este virus se puede suspender con éter (75%), etanol y desinfectante que incluya cloro. Por otra parte, la OMS indica que un instrumento para batallar con el coronavirus Covid 19 es el lavado de manos diario e intenso, porque los jabones y desinfectantes a base de alcohol pueden deshacer al virus (Organización Mundial de la Salud, 2020). Como se ha dicho la Covid 19 es propenso a los rayos UV, desinfectantes durante un minuto (éter, etanol 62-75%, cloroformo, peróxido de hidrógeno al 0,5%) al encontrarse en las manos o fómites (Doremalen, 2020). Los síntomas más comunes son fiebre, tos seca, y el cansancio, uno de los síntomas menos frecuentes dolores y molestias, congestión nasal, dolor de cabeza, conjuntivitis, dolor de garganta, diarrea, pérdida del gusto u olfato cambio de color de piel en manos o pie. Las personas con más probabilidad de contagio son los de la tercera edad, las personas con hipertensión arterial, problemas cardíacos o pulmonares, diabetes o cáncer (Organización Mundial de la Salud, 2020).

### **Características de la Covid 19**

Durante todo este tiempo endemia, epidemia y pandemia se han desarrollado, simultáneamente brinda nuevos conocimientos para la civilización (Félix et al., 2020). Para ilustrar mejor, el planeta ha sido vulnerable a diversas enfermedades y con ello a pérdidas tanto económicas como humanas, El Cólera, Ébola, VIH son responsables de esto y actualmente el Covid 19 (Ledermann, 2003). Estas enfermedades provocan grandes pérdidas en la economía mundial, en definitiva, el incremento de contagios por Covid 19 debilitará la demanda del turismo que con dificultad intenta recuperarse (Guardia, 2020).

### **Impacto de la Covid 19**

El nuevo virus Covid 19 dio origen a más de 4.3 millones de casos positivos y alrededor de 290.000 muertes en el mundo. Por lo cual existe temores de una crisis económica y una recesión mundial y local. El alejamiento de la sociedad, el aislamiento de

cada uno y las limitaciones a los viajes ha disminuido considerablemente la fuerza de trabajo en todos los sectores. Como resultado de esta pandemia se resume los efectos socioeconómicos de Covid 19 en condiciones individuales de la economía mundial (Nicola et al., 2020).

### **Concepto de comercio**

Para el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte el comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes sea para su uso, para su venta o para su transformación.(SCIAN, 2002).

### **Concepto de libre comercio**

El libre comercio es un sistema en el cual el comercio de bienes y servicios entre países ingresan sin restricciones o ingresan con intervenciones impuestas por el gobierno.

Las intervenciones incluyen impuestos y aranceles, barreras no arancelarias, e incluso acuerdos comerciales gestionados intergubernamentalmente, como el Tratado de Libre Comercio (Comercio y Administración, 2014) El libre comercio se opone a todas las participaciones. El economista clásico David Ricardo en uno de sus estudios de la ventaja comparativa detalla como el comercio en los países se especializan en la producción y exportación de bienes que son bajos en costo en comparación con los más altos del resto del mundo.

El libre comercio implica las siguientes características:

- Comercio de mercancías sin impuestos u otras barreras comerciales
- Comercio de servicios sin impuestos u otras barreras comerciales
- La ausencia de políticas "distorsionan el comercio" que dan algunas empresas, hogares, o los factores de producción de una ventaja sobre los demás
- El libre acceso a los mercados
- El libre acceso a la información de mercado
- La incapacidad de las empresas para distorsionar los mercados a través de monopolio impuesto por el gobierno o el poder oligopolio.

### **Concepto de comercio internacional**

Julio Barberis (1982), concluye que los tratados o acuerdos internacionales se identifican principalmente, cuando dos o más personas de manera voluntaria y con

capacidad de discernimiento manifiestan comprometerse a cumplir una regla de orden jurídico interno, controlado directamente por las leyes internacionales. Adicionando el concepto de Barberis se puede declarar que son medios más frecuentes para formar reglas internacionales que los Estados y otros actores de la comunidad internacional deben respetar. Los acuerdos comerciales conocidos también como convenios sirven para establecer reglas concretas para áreas específicas y para ayudar a señalar posibles formas de cooperación futura.

### **Ventajas**

- Mejora nuestra competitividad.
- Generador de empleo.
- Atracción de nuevos inversores.
- Mayor eficiencia, mayores beneficios.
- Costes derivados de licencias y otras regulaciones.
- El idioma puede ser una trampa.
- La paciencia es clave.

### **Importancia**

El comercio nacional es necesario para mantener el dinero en circulación dentro de un país, lo cual mejora la economía y el nivel de vida de sus ciudadanos. Asimismo, el comercio entre regiones impulsa el desarrollo equitativo, el intercambio cultural, técnico y las inversiones a lo largo y ancho del país.

### **Tipos de comercio**

- **Comercio interior:** Se da dentro del territorio de un mismo país o comunidad, empleando un marco jurídico y financiero único y común.
- **Comercio exterior:** Es la compra de bienes o servicios que se realiza entre dos o más países.
- **Comercio terrestre, marítimo o aéreo:** Es el más utilizado por el comercio internacional por que puede trasladar a bienes o personas.
- **Comercio electrónico o e-commerce:** Consiste en la compra y venta de productos o servicios a través del internet.

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo de investigación**

Para el desarrollo de la presente investigación se ha utilizado los métodos explorativo y descriptivo, los cuales permitieron definir la descripción y análisis del proyecto.

#### **3.2. Diseño de la Investigación**

En la presente investigación se ha aplicado el tipo de investigación explorativo (diseño no experimental transversal exploratorio) que ha permitido plantear una hipótesis con relación al fenómeno de estudio. Como lo afirma Cejas (2014) & Tulio (2010), “ Una investigación se puede catalogar como exploratoria cuando su propósito es indagar acerca de una realidad poco estudiada o ha sido poco examinada, es decir cuando no hay suficientes estudios previos y es difícil formular hipótesis. El propósito de un diseño no experimental transversal exploratorio es una exploración inicial de un evento, fenómeno o situación en un momento específico y con unas variables específicas ” (pág. 105).

#### **3.3. Investigación Descriptivo**

También se utilizó el tipo de método descriptivo. Como afirma Cejas (2014) & Tulio (2010), “Son aquellos que buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno se someta a un análisis.” Este tipo de investigación obtiene información sobre el fenómeno o proceso para describir implicaciones, sin interesarse mucho (o muy poco) en conocer el origen o causa de la situación.

#### **3.4.No experimental**

El diseño de investigación ha sido no experimental evitando la manipulación de las variables, las cuales son la calidad en el servicio y fidelización del cliente.

Villacís & Miranda (2016), es prescindible seleccionar un tipo de diseño investigativo adecuado y específico que coadyuve a dar respuestas a preguntas debidamente planteadas tomando en cuenta los recursos con los que se dispone. El tipo de investigación empleado ha sido no experimental porque no ha existido manipulación deliberada de las variables.

### 3.5. Técnicas de recolección de Datos

En la presente tesis se utilizaron técnicas como: la encuesta y la observación directa que se aplicaron a las personas que visitan los lugares turísticos de la parroquia Ulba, con el objetivo de recolectar la información necesaria y realizar un estudio verídico, las encuestas son una serie de preguntas que se realizan a varias personas para así recolectar información de nuestro interés.

### 3.6. Población de estudio y tamaño de muestra

#### 3.6.1. Población de estudio

Según Otzen & Manterola (2017), manifiestan que la población es un elemento que da a conocer el conjunto de sujetos disponibles para la investigación, en este caso en particular del proyecto que se desarrollará la autora ha considerado como población a los 82 operadores turísticos existentes en Baños de Agua Santa.

#### 3.6.2. Tamaño de muestra

Otzen & Manterola (ob.cit), expresan que la muestra es un factor representativo que extrapolar y generaliza los resultados con un elevado nivel de veracidad. Determinándose que la muestra será de 68 personas.

**Fórmula:**

$$n = \frac{z^2 pq N}{NE^2 + z^2 pq}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 82}{82(0.05)^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{78.75}{1.16}$$

$$n = 68$$

**Dónde:**

N= tamaño de la población: 8

p= variabilidad positiva: 0.5

**q**= variabilidad negativa: 0.5

**z**= nivel de confianza 95% constante 1.96

**e**= error estándar :0.05

### **3.7.Hipótesis**

**Hi:** El impacto que se genera en el comercio de la parroquia Ulba debido a la Covid 19, incide en la situación económica.

**Ho:** El impacto que se genera en el comercio de la parroquia Ulba debido a la Covid 19, no incide en la situación económica.

### **3.8.Método de análisis**

Una vez adquirida la información necesaria mediante las técnicas de procesamiento de la información se procedió al análisis de los datos de forma adecuada, para el cuál se ha utilizado la estadística descriptiva y la presentación de tabla y gráficos estadísticos que posibilitaron una adecuada visualización del problema.

### **3.9.Procesamiento de datos**

Para la obtención de la información se usó técnicas de cuadros estadísticos, se emplearon los programas Excel y Word que han permitido elaborar el análisis, logrando determinar la relevancia del estudio realizado en la presente tesis.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **4.1. Análisis de Resultados y Discusión**

La fuerte caída del turismo nacional e internacional ha amenazado el sustento de millones de personas, muchas de ellas en países en desarrollo como Ecuador. Los gobiernos de todas las regiones del mundo tienen una doble responsabilidad: priorizar la salud pública y proteger al mismo tiempo los empleos y las empresas.

Una vez finalizada las encuestas, se procedió a organizar la información y tabular los resultados en cuadros y gráficos explicativos.

Con el fin de comparar la información, y así de esta manera garantizar los resultados de la presente investigación, se aplicó encuestas a operadores turísticos y turistas que acuden con frecuencia a los atractivos de la parroquia Ulba.

#### **4.2. Atractivos Turísticos**

- Río Ulba
- 7 cascadas o Chamana
- Cascada El Silencio
- Centro de Ulba
- Represa Agoyán
- Parque de la Familia “Baños de Agua Santa ”
- Cascada Agoyán
- Río Guamag Cascada del Río Guamag
- Puerta del Cielo
- Cascada de la vida
- Río Blanco
- Cascada Río Blanco
- Mirador San Clemente (Río Pastaza)
- Río Verde Chico

**Tabla 2** ¿En qué rango de edad se encuentra?

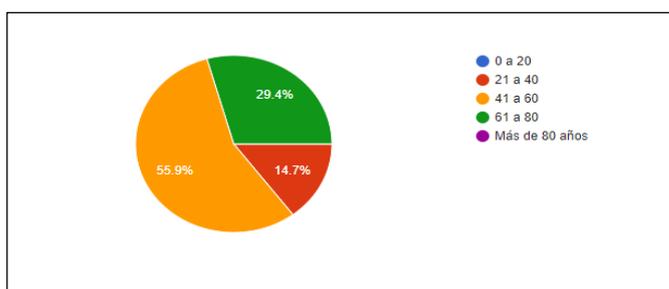
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE(%)
0 a 20	0	0%
21 a 40	10	14.70%
41 a 60	38	55.90%
61 a 80	20	29.40%
Más de 80 personas	0	0%
TOTAL	68	100%

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Análisis

En lo que se refiere a la edad de los visitantes los datos fueron los siguientes: no existieron personas en el rango de 0 a 20 años, tampoco rango de más de 80 años, el 14.7% representa a 10 personas que están en el rango de 21 a 40 años, el 55.9% representa el número mayor de los 41 a los 60 años de turistas, seguidos de la edad de 61 a 80 años con el 29.4%.

**Figura 1** ¿En qué rango de edad se encuentra?



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Interpretación

Los datos obtenidos, reflejan que las personas que prefieren el tipo de turismo que se oferta en la parroquia Ulba en su mayoría son adultos, ellos están de acuerdo en disponer de sus recursos para invertirlos en los lugares turísticos de dicha parroquia.

**Tabla 3** ¿Qué tipo de destino es de su preferencia?

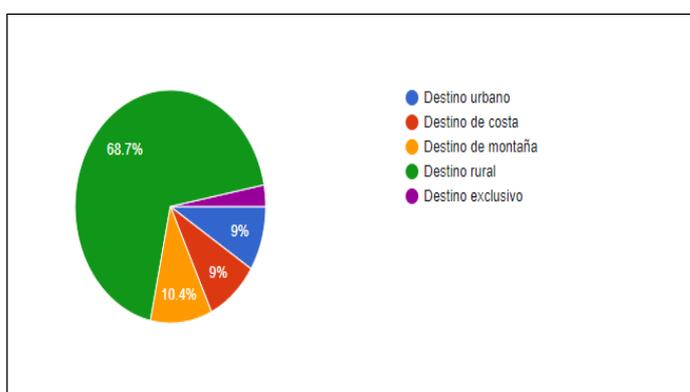
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE(%)
Destino urbano	6	9%
Destino de costa	6	9%
Destino de montaña	7	10.40%
Destino rural	47	68.70%
Destino exclusivo	2	3%
TOTAL	68	100%

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### **Análisis**

El 9% representa a las 6 personas que prefieren el destino urbano, el otro 9% a 6 personas que prefieren el destino de costa, el 10.4% a las 7 personas que prefieren el destino de montaña, el 68.7% a las 47 personas que prefieren el destino rural y el 3% finalmente representa a las 2 personas que prefieren el destino exclusivo, ya sea porque tienen un mayor nivel adquisitivo o porque prefieren disfrutar de los servicios de primera calidad.

**Figura 2** ¿Qué tipo de destino es de su preferencia?



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### **Interpretación**

Los datos obtenidos demuestran que el 68.7% de personas encuestadas prefieren como alternativa turística el destino rural.

**Tabla 4** ¿Piensa que la Covid 19 afectó el turismo en la Parroquia Ulba?

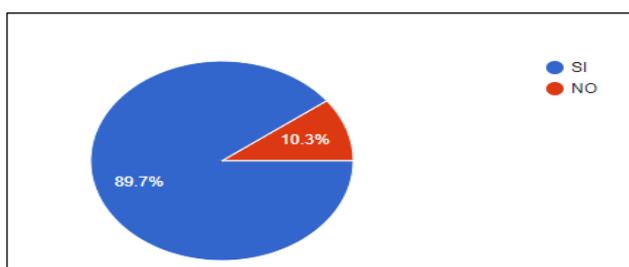
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE(%)
SI	61	89.7%
NO	7	10.3%
TOTAL	68	100%

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### **Análisis**

El 89.7% representa a las 61 personas que piensan que la Covid 19 afectó el turismo en la Parroquia Ulba, mientras que el 10.3% representa a las 7 personas que piensan lo contrario.

**Figura 3** ¿Piensa que la Covid 19 afectó el turismo en la Parroquia Ulba?



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### **Interpretación**

Los datos obtenidos en esta pregunta demuestran que la Covid 19 incidió notablemente en el turismo de la parroquia Ulba.

**Tabla 5** ¿Piensa usted que la Covid 19 incidió en el nivel de vida de las personas de la parroquia Ulba?

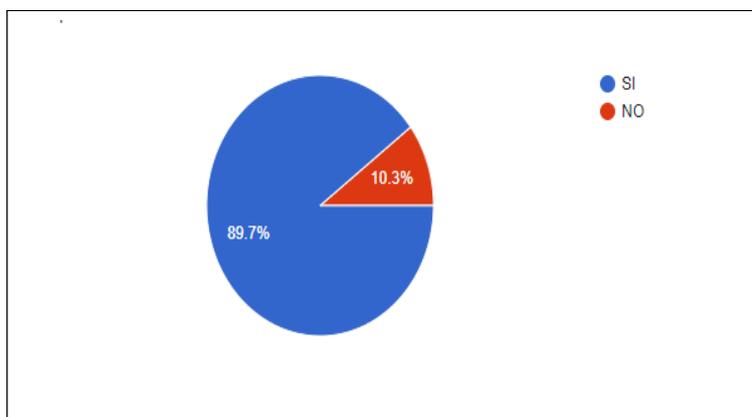
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE(%)
SI	61	89.70%
NO	7	10.30%
TOTAL	68	100%

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### **Análisis**

El 89.7% representa a las 61 personas que piensan que la Covid 19 incidió en el nivel de vida de las personas de la parroquia Ulba, por otro lado, el 10.3% representa a las 7 personas que piensan lo contrario.

**Figura 4** ¿Piensa usted que la Covid 19 incidió en el nivel de vida de las personas de la parroquia Ulba?



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### **Interpretación**

La mayoría de las personas encuestadas piensa que la Covid 19 incidió en el nivel de vida de las personas de la parroquia Ulba.

**Tabla 6** ¿Piensa que es necesario promocionar la Parroquia Ulba Baños de Agua Santa?

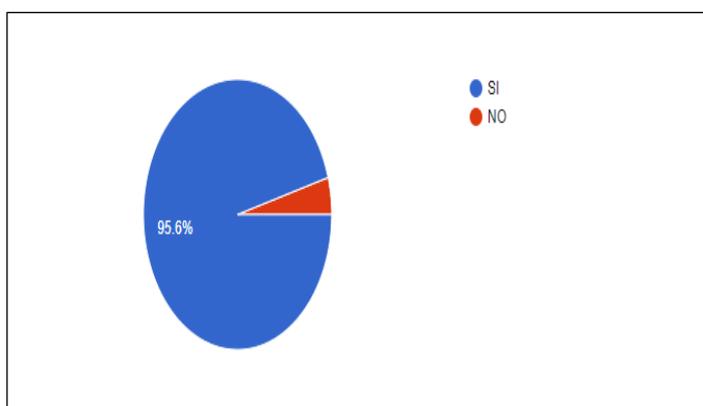
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE(%)
SI	65	95.60%
NO	3	4.40%
TOTAL	68	100%

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### **Análisis**

El 100% representa a las 68 personas encuestadas que piensan que es necesario promocionar la Parroquia Ulba Baños de Agua Santa.

**Figura 5** ¿Piensa que es necesario promocionar la Parroquia Ulba Baños de Agua Santa?



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### **Interpretación**

Considerando estos resultados es posible afirmar que todas las personas encuestadas concuerdan que es necesario promocionar la Parroquia Ulba Baños de Agua Santa.

**Tabla 7** ¿A raíz de la Covid 19 usted ha tenido oportunidades para realizar las visitas a las cascadas de la Parroquia Ulba?

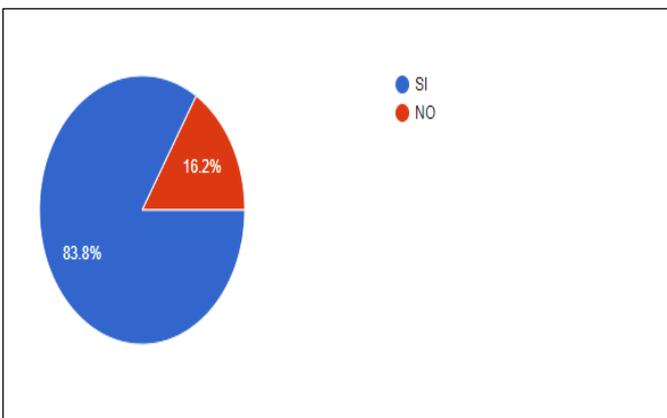
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE(%)
SI	57	83.80%
NO	11	16.20%
TOTAL	68	100%

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Análisis

El 83.8% representa a las 57 personas que han tenido oportunidades para realizar visitas a las cascadas de la Parroquia Ulba, mientras que el 16.2% representan a las 11 personas que no las han podido visitar.

**Figura 6** ¿A raíz de la Covid 19 usted ha tenido oportunidades para realizar las visitas a las cascadas de la Parroquia Ulba?



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Interpretación

En consecuencia, de acuerdo con los datos obtenidos en esta pregunta la mayoría de las personas encuestadas aseguran que han tenido la oportunidad de visitar las cascadas de la Parroquia Ulba.

**Tabla 8** ¿Cuántas veces ha visitado las cascadas de la Parroquia Ulba?

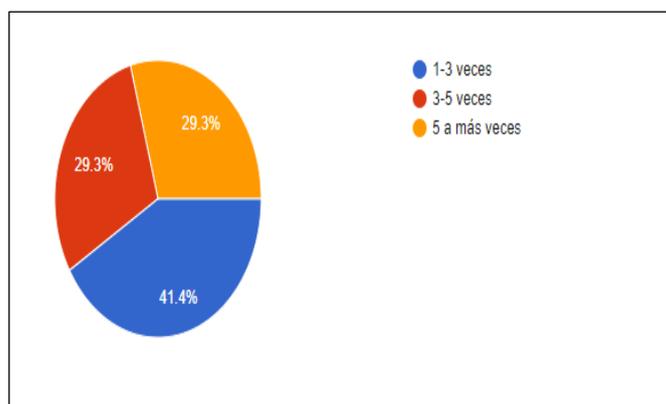
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE(%)
1-3 veces	28	41.40%
3-5 veces	20	29.30%
5 a más veces	20	29.30%
TOTAL	68	100%

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Análisis

La presente investigación da como resultado que el 41.4% representa a las 28 personas que han visitado de 1 a 3 veces las cascadas de la Parroquia Ulba, mientras que el 29.3% a las 20 personas que han visitado de 3 a 5 veces y el otro 29.3% a las 20 personas que han visitado de 5 a más veces las cascadas de la Parroquia Ulba.

**Figura 7** ¿Cuántas veces ha visitado las cascadas de la Parroquia Ulba?



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Interpretación

El 41.4% representa a las 28 personas encuestadas que aseguran que han visitado las cascadas de la Parroquia Ulba de 1 a 3 veces.

**Tabla 9** ¿Cree usted que debe mejorar los servicios ofertados al cliente para lograr mayor número de visitas a la Parroquia Ulba?

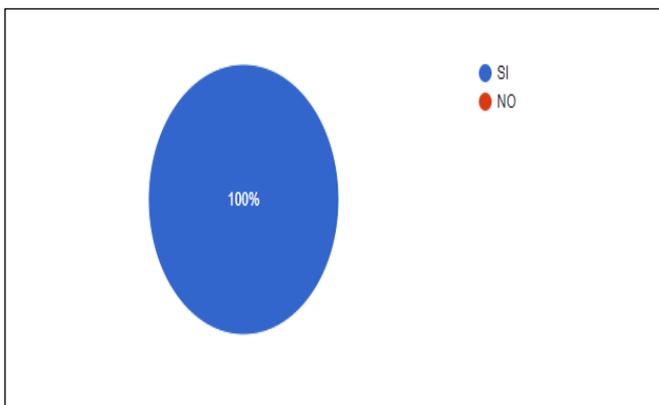
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE(%)
SI	68	100%
NO	0	0%
TOTAL	68	100%

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Análisis

Las 68 personas encuestadas piensan que debe mejorar los servicios ofertados al cliente para lograr mayor número de visitas a la Parroquia Ulba.

**Figura 8** ¿Cree usted que debe mejorar los servicios ofertados al cliente para lograr mayor número de visitas a la Parroquia Ulba?



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Interpretación

Todas las personas encuestadas están de acuerdo en que debe mejorar los servicios ofertados al cliente para lograr mayor número de visitas a la Parroquia Ulba.

**Tabla 10** ¿Usted considera que la promoción de los servicios turísticos en la Parroquia Ulba es?

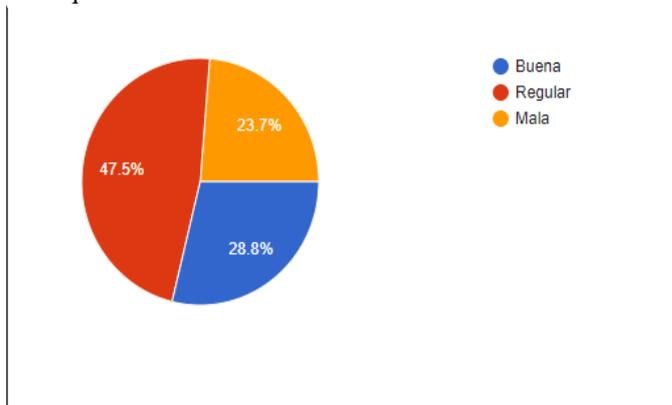
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE(%)
Buena	20	28.80%
Regular	32	47.50%
Mala	16	23.70%
TOTAL	68	100%

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Análisis

Con respecto a la promoción de los servicios públicos el 28.8% representa a las 20 personas que respondieron a la pregunta con alternativa buena, el 47.5% representa a las 32 personas que respondieron con la alternativa regular y por último el 23.7% representa a las 16 personas que consideran que la promoción de los servicios turísticos en la Parroquia Ulba es mala.

**Figura 9** ¿Usted considera que la promoción de los servicios turísticos en la Parroquia Ulba es?



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Interpretación

La mayoría de las personas encuestadas consideran que la promoción de los servicios turísticos en la Parroquia Ulba es regular, es decir que se le permite conocer lugares de interés al turista y también a las personas que habitan dicha parroquia.

**Tabla 11** ¿Cómo calificaría usted al lugar turístico de la Parroquia Ulba?

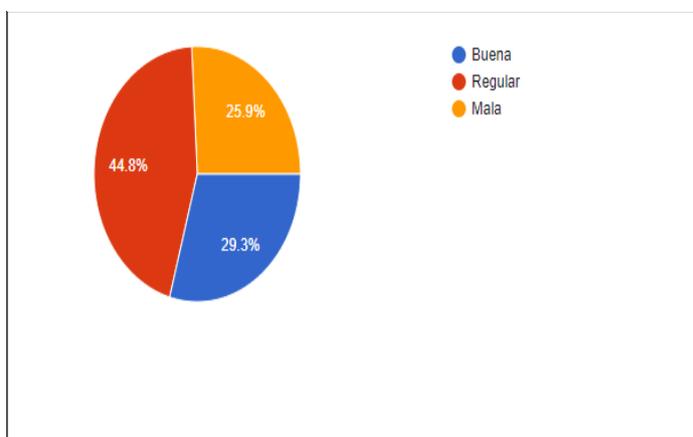
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE(%)
Buena	20	29.30%
Regular	30	44.80%
Mala	18	25.90%
TOTAL	68	100%

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Análisis

El 29.3% representa a las 20 personas que calificaron como bueno al lugar turístico de la Parroquia Ulba, mientras que el 44.8% a las 30 personas que piensan que es regular y el 25.9% representa a las 18 personas que calificaron como mala al lugar turístico de la Parroquia Ulba.

**Figura 10** ¿Cómo calificaría usted al lugar turístico de la Parroquia Ulba?

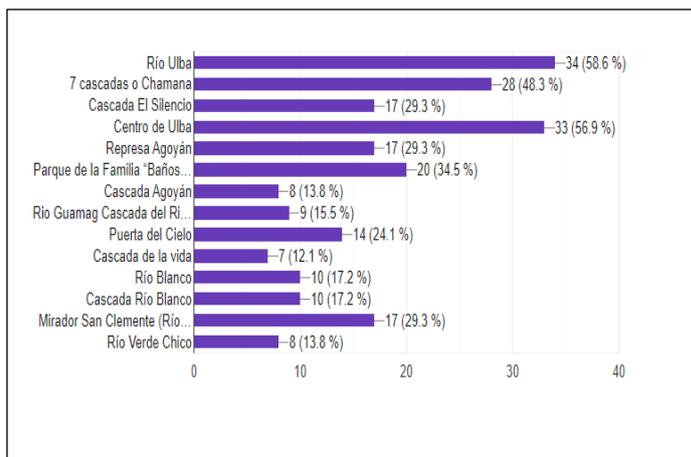


**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Interpretación

Como se puede apreciar, los resultados obtenidos a la pregunta de ¿Cómo calificaría usted al lugar turístico de la Parroquia Ulba?, indican que los porcentajes de la opción buena y regular son del 74.1%, lo que indica que dicho lugar turístico no satisface sus necesidades.

**Figura 11** ¿Qué atractivo turístico de la Parroquia Ulba visitó?



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### **Análisis**

El 58.6% de las personas encuestadas representa a las 34 personas que ha visitado el Río Ulba, el 48.3% representa a las 28 personas que visitaron las 7 cascadas o Chamana, el 29.3% representa a las 17 personas que visitaron la Cascada El Silencio, el 56.9% representa a las 33 personas que visitaron el Centro de Ulba, el 29.3% representa a las 17 personas que visitaron la Represa Agoyán, el 34.5% representa a las 20 personas que visitaron el Parque de la Familia "Baños de Agua Santa" ,el 13.8% representa a 8 personas que visitaron la Cascada de Agoyán, el 15.5% a las 9 personas que visitaron el Río Guamag Cascad del Río Guamag ,24.1% a las 14 personas que visitaron la Puerta del Cielo, el 12.1 a las 7 personas que visitaron la Cascada de la vida, el 17.2% representa a las 10 personas que visitaron Río Blanco, el otro 17.2% representa a 10 personas que visitaron la Cascada Río Blanco, el 29.3% representa las 17 personas que visitaron el Mirador San Clemente (Río Pastaza ), por último, el 13.8% representa a las 8 personas que visitaron Río Verde Chico.

### **Interpretación**

La mayoría de las personas encuestadas han visitado el Centro, el Río Ulba y las 7 cascadas o Chamana.

**Tabla 12** El sector comercial de la Parroquia Ulba se vio afectado notablemente debido a la ausencia de turistas.

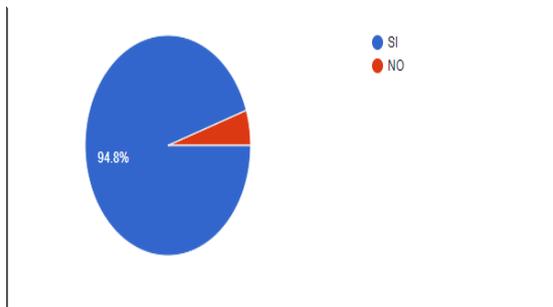
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE(%)
SI	64	94.8%
NO	4	5.2%
TOTAL	68	100%

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Análisis

Se observa que el 94.8% representa a las 64 personas encuestadas que piensan que el sector comercial de la Parroquia Ulba se vio afectado notablemente debido a la ausencia de turistas, mientras que el 4% representa a una persona que opina lo contrario.

**Figura 12** El sector comercial de la Parroquia Ulba se vi afectado notablemente debido a la ausencia de turistas en el sector.



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Interpretación

Considerando el resultado de esta pregunta, podemos decir que el sector comercial de la Parroquia Ulba se vio afectado notablemente debido a la ausencia de turistas en el sector, ya que no cuenta con una actividad turística inclusiva.

**Tabla 13** Considera usted que aún con la Pandemia Covid 19 presente en muchas provincias del Ecuador, se debe seguir fomentando el turismo.

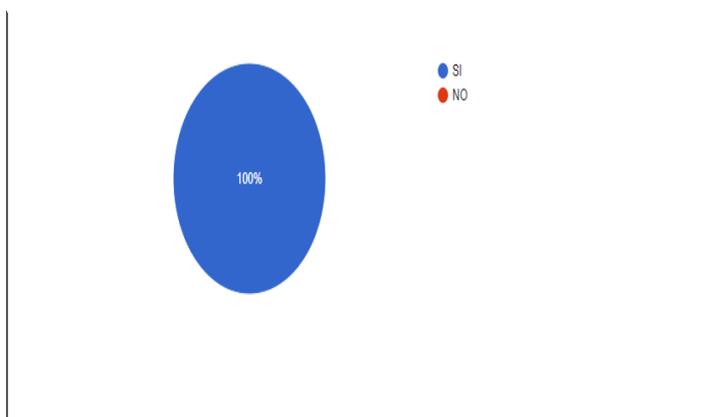
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE(%)
SI	68	100%
NO	0	0%
TOTAL	68	100%

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### **Análisis**

El 100% representa a las 68 personas encuestadas las mismas consideran que aún con la Pandemia Covid 19 presente en muchas provincias del Ecuador, se debe seguir fomentando el turismo.

**Figura 13** Considera usted que aún con la Pandemia Covid 19 presente en muchas provincias del Ecuador, se debe seguir fomentando el turismo.



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### **Interpretación**

Todas las personas encuestadas consideran que aún con la Pandemia Covid 19 presente en muchas provincias del Ecuador, se debe seguir fomentando el turismo.

### **Verificación de la Hipótesis:**

Para la comprobación de la hipótesis se ha realizado un análisis aplicando el estadístico de chi cuadrado, que ha permitido crear correlación entre las variables, constatando la percepción de los dos grupos en estudio. Para este caso se han considerado las variables, considerando las preguntas 4 y 12.

**Variable Independiente:** Efectos de la Covid-19

**Variable Dependiente:** Sector Comercial

**Planteamiento de la Hipótesis:** La hipótesis propuesta por la investigadora asegura que:

### **Modelo Lógico:**

**Hi:** El impacto que se genera en el comercio de la parroquia Ulba debido a la Covid 19, incide en la situación económica.

**Ho:** El impacto que se genera en el comercio de la parroquia Ulba debido a la Covid 19, no incide en la situación económica.

### **Selección del nivel de significación.**

Se utiliza el nivel de confianza 95% constante 1.96

### **Descripción de la población.**

Se extrajo una muestra de 68 personas relacionadas con turismo.

### **Especificación de las Regiones de Aceptación y Rechazo**

Primero determinamos los grados de libertad, (gl) conociendo que el cuadro está formado por cuatro filas y dos columnas.

**Grados de Libertad (gl):** Es el valor dado por el conteo de los datos de la muestra propuestos en la tabla de contingencia de la frecuencia esperada, se obtiene del número de columnas menos 1 y del número de filas menos 1.

### **Chi Cuadrado Crítico**

Filas= f  $gl= (f-1) (c-1)$

Columnas= c  $gl= (2-1) (2-1)$

Grados de libertad= gl  $gl= 1$

Entonces con un grado de libertad y un nivel de 0,05 grados de incertidumbre, el valor correspondiente en la tabla del chi cuadrado es  $X^2= 3,841$ .

### Recolección de datos y cálculos estadísticos

**Frecuencia Observada (O):** Son los datos obtenidos de la sistematización de las herramientas de recolección de información, que en este caso corresponden a los datos de las preguntas 4 y 12 de la encuesta realizada.

**Tabla 14** Frecuencias observadas

¿Piensa usted que la Covid 19 incidió en el nivel de vida de las personas de la parroquia Ulba?	El sector comercial de la Parroquia Ulba se vio afectado notablemente debido a la ausencia de turistas en el sector.		
		SI	NO
SI	61	64	125
NO	7	4	11
Subtotal	68	68	136

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

**Frecuencia esperada (E):** Son los datos teóricos promedios esperados que se esperan en una celda.

**Tabla 15** Frecuencias esperada

$68 \cdot 125 / 100 = 85$	$125 \cdot 68 / 100 = 85$
$68 \cdot 11 / 100 = 7$	$11 \cdot 68 / 100 = 7$

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### Especificación del estadístico

Se trata de un cuadro de contingencia de 2x2 con la aplicación de la siguiente fórmula estadística:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

$\Sigma$  = Sumatoria

### Chi Calculado

$X^2$  = Chi cuadrado

$$\text{Chi Calculado} = \Sigma 85 + 7 + 85 + 7$$

O = Frecuencias observadas

$$\text{Chi Calculado} = 184$$

E = Frecuencias esperadas

Se rechaza  $H_0$  si el valor calculado de chi-cuadrado es menor o igual que el de la tabla con sus respectivos grados de libertad.

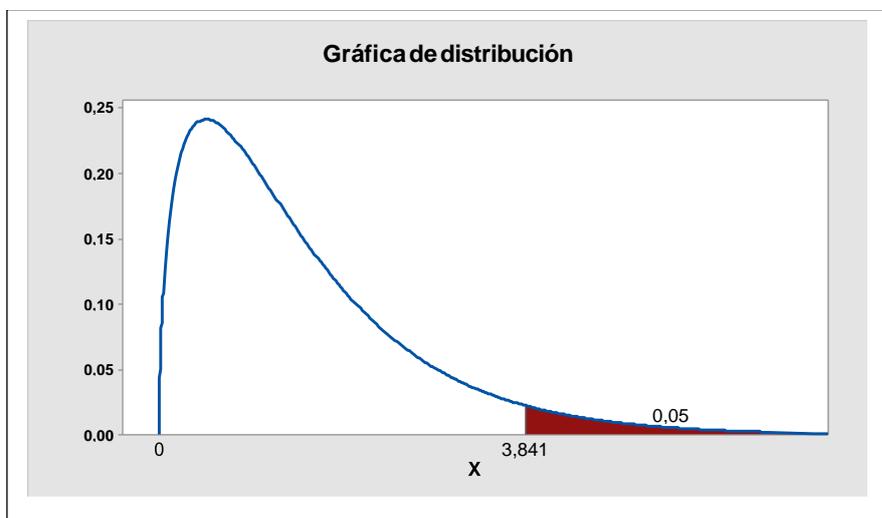
Chi-Cuadrado Calculado: 184

Chi Cuadrado Obtenido de la Tabla de Distribución: 3,841

Como observamos se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$  quedando de la siguiente manera:

$H_1$ : El impacto que genera en el comercio de la parroquia Ulba debido a la Covid 19, índice en la situación económica.

**Figura 14** Gráfica de Distribución



**Elaborado por:** Elaboración propia a partir de Altamirano Ximena (2016)

Para un grado de libertad y un nivel  $\alpha=0.05$  se obtiene en la tabla del chi cuadrado 3,841 siendo el valor del chi cuadrado calculado 184 se encuentra fuera de la región de aceptación, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- La Covid 19 afectó al sector comercial turístico de la parroquia Ulba, ya que por restricciones impuestas por el Comité de Operaciones de Operaciones de Emergencia “COE” Nacional no era posible salir de nuestras viviendas, impidiendo así el turismo de dicha parroquia , ya en la actualidad gracias a la finalización de varias restricciones podemos salir y seguir fomentando el turismo en la parroquia, con el fin de captar a nuevos y más turistas.
- Entonces de acuerdo con lo investigado con las personas involucradas en el sector turístico comercial de la parroquia Ulba, dicha parroquia cuenta con atractivos de mucho interés para poder visitarlos de una manera biosegura, ya que es un destino rural preferido por la mayoría de las personas que han sido implicadas y que han visitado el Río Ulba, 7 cascadas o Chamana, Cascada El Silencio, Centro de Ulba, Represa Agoyán, Parque de la Familia “Baños de Agua Santa” , Cascada Agoyán, Río Guamag Cascada del Río Guamag, Puerta del Cielo, Cascada de la vida, Río Blanco, Cascada Río Blanco, Mirador San Clemente (Río Pastaza), Río Verde Chico.
- Por lo cual la actividad turística de la parroquia Ulba mejorará gracias a que los ingresos incrementarán debido a la mejora y promoción de los atractivos turísticos existentes, logrando la captación de más turistas y por consiguiente más ingresos, gracias a las visitas a dichos lugares turísticos de la parroquia. También se pudo constatar que el nivel de vida de las personas que son aledañas a estos atractivos mejorará de acuerdo con el presente trabajo investigativo.

Las comunidades realizan actividades de turismo rural basadas en el uso de recursos naturales y culturales para promover el desarrollo. El objetivo es que las personas construyan su propia economía proporcionando servicios turísticos para generar recursos.

Los turistas buscan un ambiente diferente fuera de la rutina, lugares abiertos en donde puedan disfrutar de la naturaleza, y dichos lugares se encuentran en las parroquias rurales.

“En el entorno mencionado, el empleo en el turismo rural es una actividad cada vez más importante que en muchos casos complementa la renta de los

agricultores, lo que también puede evitar la despoblación de estas zonas” (Martín, P,2013)

El turismo rural impulsa la economía al aumentar la demanda de turistas y aumentar las oportunidades de empleo, ya que la mayoría de los habitantes rurales son agricultores que pueden encontrar una variedad de oportunidades laborales en lugar de depender únicamente del sector agrícola. El turismo rural surge del interés de los turistas por explorar el paisaje y la cultura rural, y crea oportunidades para diversificar la producción para el destino de acogida.

El turismo rural permite a los beneficiarios mejorar o introducir nuevas ofertas especiales , mejorando sus servicios y calidad, creando nuevas ofertas turísticas , pero al mismo tiempo la falta de recursos puede cambiar las características de cada zona o lugar que posee.

## **5.2 Recomendaciones**

- Evaluar la propuesta para potencializar los atractivos de la parroquia Ulba y a futuro se conviertan en uno de los mejores destinos turísticos del cantón Baños de Agua Santa.
- Lograr que las autoridades den el debido mantenimiento a las vías de acceso a todos los lugares turísticos de la parroquia Ulba, para dar una mejor imagen a los turistas.
- Incentivar a futuras investigaciones que favorezcan a la mejora de los atractivos turísticos de la parroquia y del cantón Baños de Agua Santa, para tener un mejor desarrollo económico.

## **CAPITULO VI**

### **6. PROPUESTA**

A partir de la obtención de resultados y discusión se obtuvieron datos en donde la parroquia Ulba posee varios atractivos y recursos naturales, los cuales son aptos para realizar el turismo en esta zona. Sin embargo, cuenta con varias debilidades las cuales no han permitido el progreso del turismo en la parroquia.

La pandemia afectó el turismo, ya que todas las personas encuestadas piensan que si incidió en el nivel de vida de las personas de la parroquia Ulba.

Se puede evidenciar que los principales problemas son:

- Mala promoción de los servicios turísticos
- Inadecuada publicidad y promoción de la parroquia.
- Ausencia de turistas.

#### **6.1 Plan estratégico de marketing destinado al Turismo Rural**

La información turística es un ámbito determinante en la parroquia de Ulba, ya que en la actualidad no se ha desarrollado, los turistas no tienen la información completa o adecuada, mientras que por otra parte los pobladores no se encuentran al tanto de todos los atractivos que posee la parroquia Ulba.

El objetivo de esta estrategia es ofrecer información turística, por medio de un espacio adecuado para los visitantes, para generar el desarrollo local.

La prestación del servicio de información se la tiene que brindar de forma actualizada, privado (prestadores de servicios) y turistas, para lo cual se tiene que realizar un estudio constante de la oferta y demanda de la parroquia y como permite esta información turística llegar a los pobladores de la parroquia de Ulba.

Mediante el análisis de resultados se pudo determinar por medio de la encuesta que la información turística es uno de los servicios que se debe mejorar, ya que los turistas consideran que no se tiene información completa sobre los atractivos turísticos y de las actividades que se ofertan dentro de la parroquia de Ulba.

El involucramiento de los actores que participan en el turismo como el privado, público y la comunidad local, es importante al momento de transmitir información turística y crear una visión de destino en donde los turistas asemejan a la parroquia.

## Redes Sociales

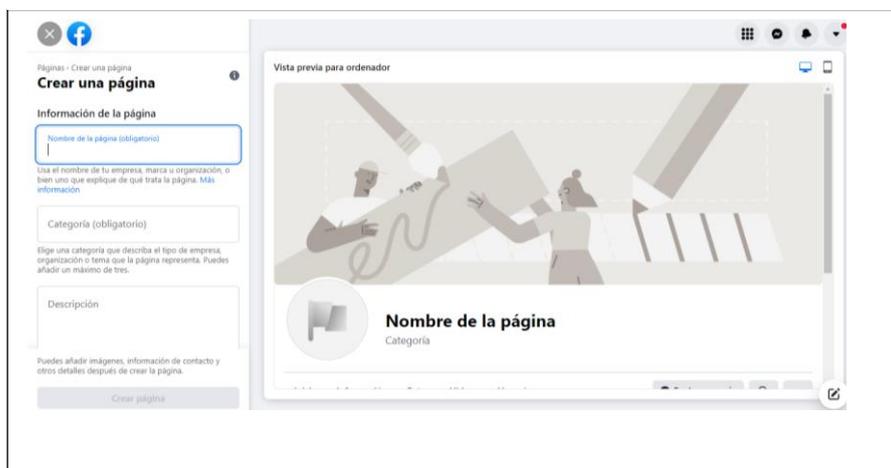
En la actualidad las redes sociales tienen un gran impacto dentro de los turistas, ya que ellos se informan por medio de las grandes plataformas sociales teniendo.

En todas estas redes sociales se puede realizar la promoción de la parroquia Ulba que posee una característica importante ya que la parroquia cuenta con varios atractivos turísticos por lo cual se podría incentivar a los turistas a conocer, mediante una agencia de viajes o de manera independiente.

Pasos para crear una página de negocios de Facebook:

- Dar clic en la parte superior de la página de inicio “Crear” y seleccionar “Página”. Después elegir una categoría de página: “Negocio o Marca” o “Comunidad o figura pública”.
- Agregar la información relevante en la página. Elegir el nombre deseado, una categoría y agrega más detalles . Después, hacer clic en “Crear página”.
- Seleccionar la foto de perfil y portada.
- Seleccionar “Siguiete” para ir a la nueva página.

**Figura 15** Página de negocios de Facebook



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

Qué publicar: Anunciar eventos y lanzamientos, promocionar los atractivos turísticos de la parroquia . Crear contenido atractivo para captar la atención de todas las personas.

Con qué frecuencia publicar: Se debe crear un calendario de publicación y programar al menos tres publicaciones a la semana de contenido de creación propia. Los otros días se puede publicar artículos de blog.

Ejemplo de contenido: Este tipo de publicación en Facebook es una idea de contenido liviano que desaparecerá después de 24 horas lo cual genera una pregunta a los usuarios, lo que provoca el compromiso a través de comentarios.

**Figura 16** Ejemplo de página de Facebook



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

## Tríptico

La parroquia en la actualidad no posee un mapa turístico sobre los atractivos de la parroquia, tampoco tiene un tríptico de información importante en donde se represente la marca turística e información del sitio.

**Figura 17** Tríptico de la parroquia Ulba



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

Los trípticos serán a color en papel de formato A4 de 130 gramos, la dimensión de 30 por 20 cm; la información requerida para esta parte de la promoción se desarrollará de la siguiente manera, constará en tres partes:

- La portada constará del nombre de la parroquia y una foto representativa.
- Se observará las debilidades de la parroquia Ulba.
- Se compondrá de la contraportada y se colocará las características.
- Se encontrará las estrategias a emplear en la parroquia Ulba.

Algunos de estos trípticos serán distribuidos en diferentes lugares estratégicos como, por ejemplo: terminales, tiendas, agencia de viajes, peajes etc.

De acuerdo con el modelo presentado se puede desarrollar un tríptico para la parroquia de la parroquia Ulba, teniendo en cuenta la información del sitio actualizada y la marca turística que es la estrategia.

## Brindar capacitación y asesoría

De acuerdo con el autor Chiavenato (2007) se considera que la Capacitación es un proceso que se da en un plazo corto, es importante tener un sistema organizado en donde un conjunto de personas obtiene habilidades, conocimientos y competencias de acuerdo con objetivos establecidos para alcanzar un bien común.

El objetivo de esta estrategia es capacitar a los pobladores de la parroquia Ulba, mediante la asesoría de expertos turísticos, para implementar conocimientos, habilidades y destrezas en el sector turístico y contribuir al desarrollo local de la parroquia.

La capacitación es un aspecto determinante dentro del Turismo, ya que la población puede brindar un servicio de calidad por medio de las charlas que se darían de acuerdo con un cronograma en donde se determinen aspectos que falta a los pobladores fortalecer. Es importante poner énfasis que el turismo es un bien intangible, en donde la calidad y la atención de los prestadores de servicios es primordial, ya que de ello depende si las personas regresan o pueden recomendar visitar la parroquia a sus familiares.

**Tabla 16** Gestión de campañas para destinos

<b>Tema:</b> Gestión de destinos turísticos		<b>Responsable:</b> GAD de Ulba	<b>Tiempo:</b> un día
<b>Objetivo:</b> Capacitar a los pobladores de la parroquia Ulba en gestión turística, para brindar un mejor servicio a los visitantes.			
Contenido	Recursos	Metodología	
<ul style="list-style-type: none"><li>Gestión de la identificación turística colectiva.</li><li>Planificación estratégica.</li><li>Estrategias de marketing y nuevas tendencias turísticas para gestión de destinos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Proyector.</li><li>Material didáctico.</li><li>Manual.</li></ul>	Se realizará una clase teórica y práctica en donde se darán casos de éxito.	
<b>Nota:</b> cada uno de los contenidos se van a dividir en otros de acuerdo con la importancia, dando a conocer lo relevante para la gestión de destinos turísticos.			
<b>Fuente:</b> Elaboración propia a partir de Guerrero (2019).			

**Tabla 17** Agenda Anual

---

**Tema:** Agenda anual para los prestadores turísticos de la parroquia Ulba

---

**Objetivo:** Capacitar a los prestadores turísticos de la parroquia Ulba, para brindar un mejor servicio a los visitantes.

---

Mes	Contenido	Recursos	Metodología
Enero	Censo e identificación de Operadores	• Proyector.	Se realizará clases teóricas y prácticas.
Febrero	Capacitación de SRI	• Material	
Marzo	Capacitación de Seguridad	didáctico.	
Abril	Capacitación de nómina	• Manual.	
Mayo	Riesgos laborales		
Junio	Atención al cliente		
Julio	Calidad de servicio		
Agosto	Estrategias de Marketing		
Septiembre	Motivación y liderazgo		
Octubre	Técnicas de guía y animación de grupos		
Noviembre	Manejo de redes sociales para destinos turísticos		
Diciembre	Innovación de paquetes turísticos		

---

**Nota:** Los cursos serán obligatorios para todos los prestadores turísticos de la parroquia Ulba.

---

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Guerrero (2019).

El turismo es una práctica social colectiva que se perfila como uno de los principales proveedores de actividades económicas alternativas en espacios rurales, que incluso involucra los sectores marginados del mercado laboral como jóvenes, mujeres y adultos mayores. (Pérez,S, 2010)

Los turistas que generalmente llegan a la parroquia Ulba son hombres y mujeres en su mayoría entre los 41 a los 60 años, sin embargo, existe un número importante de turistas ubicados en el grupo de 61 a 80 años, la mayoría de ellos prefieren el destino rural , aseguraban que la Covid 19 afectó el turismo en la parroquia Ulba, sobre el servicio, todas las personas creen que debe mejorar los servicios ofertados al cliente para lograr mayor número de visitas a la parroquia Ulba. Estos resultados se confirman con el trabajo de investigación realizado por NOBOA, (2021) al analizar la variable sector turístico englobando a los turistas nacionales, servicio al turista y actividad turística.

Se implementará una estrategia de marketing por posicionamiento estratégico con el objetivo de incrementar el número de los visitantes a la parroquia Ulba, utilizando publicidad digital, contando también con las tecnologías de la información y comunicación.

Por lo cual para (Salcedo, 2017) el marketing puede presentarse de manera similar en todos los dominios en términos de competencia; esto no ocurre según la cantidad consumida y el tipo de comprador. Una forma de ayudar al turismo es capacitar a los miembros de la parroquia Ulba con programas informáticos básicos gratuitos como una herramienta empresarial, lo cual se logrará con el apoyo del personal capacitado del Infocentro de dicha parroquia.

La calidad de la atención turística es parte del posicionamiento, la atención de los visitantes será el eje principal. Por lo tanto, se plantean varios eventos y talleres para promover el turismo. Usando las redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter, podemos llegar directamente a las personas que están interesadas directamente y pueden comunicarse para recibir más información sobre la atracción de la e imaginar una página con fotos y buenas críticas de las personas que visitan esta hermosa parroquia.

Los componentes que se derivan de la pandemia que se relacionan con los efectos en el sector turístico de la parroquia Ulba encontrados en esta investigación son:

- Nivel de vida de las personas de la parroquia Ulba.
- Afectado notablemente debido a la ausencia de turismo en el sector.
- Se debe mejorarlos servicios ofertados.

La promoción de ventas es una estrategia de venta muy conocida y usada de manera habitual por muchos negocios tradicionales. Se trata de una oferta limitada en el tiempo, concebida para alcanzar determinados efectos a corto plazo.

Además de las ofertas antes mencionadas incluye los descuentos y promociones para los clientes en ciertas fechas o circunstancias.

Los precios por paquetes son una de las técnicas que integran la estrategia de promoción de ventas. Es el famoso “¡Paga 3 y llévate 4!”. Podemos promocionar los paquetes turísticos de la misma manera, ya que, si los turistas tienen algún descuento, más personas decidirán realizar las actividades turísticas que se ofrecen en la parroquia Ulba.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcívar, B., Zamora, Y., Montesdeoca, M., & Loor, Y. (2019). Análisis De Las Propuestas De Reactivación Económica Para El Sector Turístico De Manabí, Post 16 A. Revista Eca Sinergia, 16.
- Altamirano, X. (2016). “Los Atractivos Turísticos De Las Parroquias Rurales De Ulba Y Lligua, Como Aporte A La Oferta Turística Complementaria Del Cantón Baños De Agua Santa, Provincia De Tungurahua”  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24850/1/Ximena%20Andrea%20Altamirano%20Robalino.pdf>
- Alonso, J. (2020). La Pandemia Económica Del Sudeste Asiático. <https://bit.ly/31cG7v5>
- Barberis, J. (1982). En El Concepto De Tratado Internacional (Págs. 3-28). Navarra: Servicio De Publicaciones De La Universidad De Navarra.
- Barragán, A. (2009). México. El Impacto De La Contingencia Sanitaria Por El Virus De Influenza Humana En El Sector Turismo En México Al Segundo Trimestre De 2009. <https://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/2009/cefp0522009.pdf>
- Cepal. (2020). Dimensionar Los Efectos Del Covid-19 Para Pensar En La Reactivación. Informe Especial N°2.  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45445/1/S2000286\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45445/1/S2000286_es.pdf)
- Cepal (Comisión Económica Para América Latina Y El Caribe) (2020), “El Desafío Social En Tiempos Del Covid-19”, Informe Especial Covid-19, N° 3, Santiago, 12 De Mayo.  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438_es.pdf)
- Cejas, Magda (2017). Metodología De La Investigación. Salgolqui: Editorial Espe.Lederman ConceptoDefinicion.De, Redacción. (Última Edición:18 De Julio Del 2019). Definición De Libre Comercio. <https://conceptoDefinicion.de/libre-comercio/>
- Doremalen, N. (2020). Covid - 19 Resumen De La Guía # 7 Gestión De La Limpieza Y La Desinfección. Centro De Información Fip Covid-19, 2020.  
<https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/nejmc2004973>

- Dinero, (2015). Artículo: África No Se Resiste A Los Efectos Del Ébola.  
<https://www.semana.com/economia/articulo/afecto-ebola-turismo-africa/210579/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Ulba. (2012). Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Parroquia Ulba 2012 - 2015. Baños De Agua Santa.  
[http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1865019340001\\_Diagn%C3%B3stico%20Ulba%20Ago15%20corrV2\\_17-08-2015\\_15-06-31.pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1865019340001_Diagn%C3%B3stico%20Ulba%20Ago15%20corrV2_17-08-2015_15-06-31.pdf)
- Guardia, F. (2020, March 13). Impacto De Las Enfermedades En La Economía Mundial.  
[https://Www.Ey.Com/Es\\_Mx/Future-Health/Impacto-De-Las-Enfermedades-En-La-Economia-Mundial](https://Www.Ey.Com/Es_Mx/Future-Health/Impacto-De-Las-Enfermedades-En-La-Economia-Mundial)
- Guerrero, S. (Septiembre De 2019). Andalucía Lab.  
<https://www.andalucialab.org/eventos/gestion-de-campanas-para-destinos-turisticos-19197/>
- Instituto Nacional De Estadística Y Censos (2012). Memorias Del Censo De Población Y Vivienda.  
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wpcontent/descargas/Libros/Demografia/documentofinall1.pdf>
- Ledermann, W. (2003). El Hombre Y Sus Epidemias A Través De La Historia. Revista Chilena De Infectología, 20, 13–17.  
<https://doi.org/10.4067/s0716-10182003020200003>
- Martín,P. (2013). La Situación Del Empleo En Turismo Rural En España. Econpapers, 31.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7637281>
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., Agha, M., & Agha, R. (2020). The Socio-Economic Implications Of The Coronavirus And Covid-19 Pandemic: A Review. In International Journal Of Surgery. Ijs Publishing Group Ltd.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijssu.2020.04.018>
- Salcedo, A. (2017). Marketing Turístico Aplicado. Madrid: ESIC.  
<https://books.google.com.ec/books?id=5q04DwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

- Santos Del Valle (2020). La Industria Turística Y El Impacto Del Covid-19. Escenarios Y Propuestas. Global Journey Consulting. [https://Worldshoppingtourism.Com/Downloads/GJC\\_La\\_Industria\\_Turistica\\_E\\_Impacto\\_Covid\\_19\\_Escenarios\\_Y\\_Propuestas.Pdf](https://Worldshoppingtourism.Com/Downloads/GJC_La_Industria_Turistica_E_Impacto_Covid_19_Escenarios_Y_Propuestas.Pdf)
- Silva, M., & Alvarado, P. (12 De Junio De 2020). El Comercio. Recuperado El 27 De Octubre De 2020, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/perdidas-covid19-ecuador-economia-negocios.html>
- OMT (2020b). Las Cifras De Turistas Internacionales Podrían Caer Un 60-80% En 2020. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-las-cifras-de-turistas-internacionales-podriancaer-un-60-80-en-2020>
- Ortiz Uribe y García M. (2007 p.63-67)  
<https://libreria-limusa.com/producto/metodologia-de-la-investigacion/>
- Pérez,S. (2010). El Valor Estratégico Del Turismo Rural Como Alternativa. Scielo, 4. <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v28n3/v28n3a18.pdf>
- Plaza, D. (2013). Turismo Rural Como Actividad Dinamizadora Del Desarrollo Local En La Comuna De Curicó. Santiago De Chile: Universidad De Chile.  
<http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/07/Plaza-D.-Turismo-y-des-local-curico.-Tesis-Geografia-2013.-148-pgs.-pdf.pdf>
- Yang, Y., Zhang, H., & Chen, X. (2020). Coronavirus Pandemic And Tourism: Dynamic Stochastic General Equilibrium Modeling Of Infectious Disease Outbreak. *Annals Of Tourism Research*, February, 102913. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102913>

## ANEXOS



**Título de la Investigación:** “EFECTOS DE LA COVID 19 EN EL SECTOR COMERCIAL- TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ULBA, BAÑOS. ECUADOR ”

**Objetivo:** La presente encuesta tiene como finalidad analizar la implicación de los efectos de la Covid 19 en el sector comercial turístico de la parroquia Ulba, Baños. Ecuador.

Por favor marque con una X en el casillero correspondiente según la respuesta que considere correcta.

**Género:** Femenino  Masculino  LGBTI

1 ¿En qué rango de edad se encuentra?

a)	0 a 20	
b)	21 a 40	
c)	41 a 60	
d)	61 a 80	
e)	Más de 80 años	

2 ¿Qué tipo de destino es de su preferencia?

Destino urbano	
Destino de costa	
Destino de montaña	
Destino rural	
Destino exclusivo	

3 ¿Piensa que la Covid 19 afectó el turismo en la Parroquia Ulba?

Si

No

4 ¿Piensa usted que la Covid 19 incidió en el nivel de vida de las personas de la parroquia Ulba?

Si

No

5 ¿Piensa que es necesario promocionar la Parroquia Ulba Baños de Agua Santa?

Si

No

6 ¿A raíz de la Covid 19 usted ha tenido oportunidades para realizar las visitas a las cascadas de la Parroquia Ulba?

Si

No

**En caso de que haya respondido afirmativo a la pregunta 6 continúe con la pregunta 7 de la encuesta, en caso de responder negativo, no continúe la encuesta ha terminado.**

7 ¿Cuántas veces ha visitado las cascadas de la Parroquia Ulba?

1-3 veces

3-5 veces

5 a más veces

8 ¿Cree usted que debe mejorar los servicios ofertados al cliente para lograr mayor número de visitas a la Parroquia Ulba ?

Si

No

9 ¿Usted considera que la promoción de los servicios turísticos en la Parroquia Ulba es?

Buena

Regular

Mala

10 ¿Cómo calificaría usted al lugar turístico de la Parroquia Ulba?

Buena

Regular

Mala

- 11 A continuación, señale con una X en el casillero correspondiente según la respuesta que considere correcta. ¿Qué atractivos turísticos de la Parroquia Ulba visitó?

<b>Río Ulba</b>		<b>Río Guamag Cascada del Río Guamag</b>	
<b>7 cascadas o Chamana</b>		<b>Puerta del Cielo</b>	
<b>Cascada El Silencio</b>		<b>Cascada de la vida</b>	
<b>Centro de Ulba</b>		<b>Río Blanco</b>	
<b>Represa Agoyán</b>		<b>Cascada Río Blanco</b>	
<b>Parque de la Familia “Baños de Agua Santa”</b>		<b>Mirador San Clemente (Río Pastaza)</b>	
<b>Cascada Agoyán</b>		<b>Río Verde Chico</b>	

- 12 El sector comercial de la Parroquia Ulba se vio afectado notablemente debido a la ausencia de turistas en el sector.

Si

No

- 13 Considera usted que aún con la Pandemia Covid 19 presente en muchas provincias del Ecuador, se debe seguir fomentando el turismo.

Si

No

Gracias por su tiempo prestado.

EFFECTOS DE LA COVID 19 EN EL SECTOR COMERCIAL- TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ULBA, BAÑOS. ECUADOR

<b>Formulación del problema</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>
¿Cómo ha sido el impacto que genera el comercio en la parroquia Ulba después de pasar por una difícil situación económica debido a la Covid 19?	Determinar los efectos de la pandemia Covid 19 en el sector comercial turístico de la parroquia Ulba, Baños con el fin de proponer estrategias que fomenten la mejora en este sector.	El impacto que se genera en el comercio de la parroquia Ulba debido a la Covid 19, incide en la situación económica.
<b>Problemas derivados</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicas</b>
¿Cómo se vio afectado el sector turístico de la parroquia Ulba por la Covid 19?	Describir los componentes que se derivan de la pandemia Covid 19 y que se relacionan con efectos preponderantes en el sector comercial turístico.	
¿De qué manera los efectos de la Covid 19 afectó al sector comercial-turístico de la parroquia Ulba, Baños Ecuador?	Identificar a través de un diagnóstico aquellos efectos que ocasionó el Covid 19 en el sector comercial-turístico de la parroquia Ulba, Baños. Ecuador	
¿Cuáles son los efectos que se han generado a consecuencia de la Covid 19 en el sector comercial de la parroquia Ulba?	Establecer estrategias comerciales que impulsen la mejora del sector turístico de la parroquia Ulba ubicada en Baños.	

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

**10.1.1 Cuadro:** Operacionalización Variable Independiente (Sector Turístico)

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e Instrumentos
<p><b>Sector turístico</b></p> <p>Según el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa” (Ramírez, 1981, p.184).</p> <p>El sector turístico engloba a todas las empresas, hoteles, hosterías, restaurantes, paraderos(restaurantes de comida típica), transporte entre otras actividades que realizan los turistas nacionales e internacionales.</p>	<p>Turistas Nacionales</p> <p>Servicio al turista</p> <p>Actividad turística</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de clientes.</li> <li>• Atractivos turísticos.</li> <li>• Actividad turística y lucrativa.</li> <li>• Nivel de satisfacción.</li> <li>• Precio de productos turísticos.</li> <li>• Garantía de servicio seguro.</li> <li>• Porcentaje de Reservas.</li> <li>• Número de hoteles y negocios turísticos.</li> <li>• Oferta y demanda turística.</li> </ul>	<p><b>Técnicas:</b></p> <p>Encuestas</p> <p><b>Instrumento:</b></p> <p>Cuestionarios de Encuestas</p>

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

### 10.1.2 Operacionalización Variable Dependiente (Covid 19)

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e Instrumentos
<p><b>Covid 19</b></p> <p>Es una enfermedad respiratoria contagiosa causada por el virus SARS-CoV-2. Que ocasiona efectos invasivos en las personas y en la sociedad en general; determinándose grandes efectos a nivel comercial turístico, económico, social, entre otros.</p> <p>El sector turístico y el sector comercial se vieron gravemente afectados debido a la Covid 19.</p>	Sector Turístico-Covid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de turistas nacionales.</li> <li>• Disminución de demanda turística nacional.</li> <li>• Disminución de demanda turística internacional.</li> </ul>	<p><b>Técnicas:</b></p> <p>Encuestas</p> <p><b>Instrumento:</b></p> <p>Cuestionarios de Encuestas</p>
	Sector Comercial-Covid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de ventas en productos turísticos.</li> <li>• Numero de proveedores</li> <li>• Cantidad de clientes turísticos</li> </ul>	
	Sector Social-Covid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones de bio-seguridad.</li> <li>• Número de contagios</li> <li>• Tipos de riesgos</li> </ul>	

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

Catastro Prestadores de Servicios Turísticos

ACTIVIDAD	CATEGORÍA	PROPIETARIO	RUC
AGOYAN EXTREMESPORT CIA. LTDA.	Operadora	IGLESIAS FLOR PAQUITO GERSON	1891766935
ALEX TRAVEL AVENTURE	Operadora	GUAPISACA CHALUIS SEGUNDO ALBERTO	1891768237
AVENTUR BAÑOS	Operadora	QUILUMBA VALLEJO VIVIANA	1891759912
ALEXANDER TOUR	Operadora	INES CARMELA AGUILAR	1891712274
ANINGA TRAVEL	Operadora	ANGEL GUSTAVO MOYOTA SANCHEZ	1891745989
ARCOFIMUND CASA DEL ARBOL	Operadora	SANCHEZ UBILLUZ ALEXANDRA GUADALUPE	1891770576
AVENTURA Y DEPORTES EXTREMOS ADAN Y EVA AVDEXAECOM CIA. LTDA	Operadora	CHIMBO PIÑA LUIS ADAN	1891768318
AVENTURAS AGUILAS DEL MANTO	Operadora	RAZO BERMEO HUGO WAPSOTN	1891768210
AVENTURE ECOTURISMOAGOYAN CIA. LTDA	Operadora	BARRIGA MANUEL	1891766854
BAÑOS XTREME SPORT	Operadora	SANDERS PATRICIO VARELA ALARCON	1891723489
BERMEO NAVEDA HERMANOS COMPAÑIA LIMITADA	Operadora	BERMEO NAVEDA RODRIGO VICTOR	1891714234
BETSATOUR	Operadora	VITERI VEGA ROLANDO JOSUE	1891773990
CAROLINES TOUR	Operadora	FIALLOS NAVEDA YOLANDA ELIZABETH	1891734820001.00

CARRILLO HERMANOS	Operadora	VALLEJO VALLEJO TERESA ISABEL	1891716474
CASAHURCO TRAVEL	Operadora	KARLA ELISABETH BARRIONUEVO BERMEO	1391717654
CHEBAS TOUR	Operadora	RAFAEL SEBASTIAN VEGA	1891721745
COMP. TARABITA CHINCHIN ADVENT	Operadora	LESCANO QUEVEDO LUCIA	160051954-8
COMP. TURIST. STAR LINE ECUADOR	Operadora	VELASTEGUÍ MARTÍNEZ FABRICIO	160035825-1
COMPAÑIA ECOTURISTICA, CETUMIR CIA. LTDA.	Operadora	QUILUMBA ESCOBAR JOSE ALBERTO	1690017330
COMPAÑIA EL VUELO DEL CONDOR CONDORFLY	Operadora	GUEVARA BARRIGA LIDIA HERMINIA	1891770835
DISTRACTURS	Operadora	CALVA GOMEZ JAVIER	1890152690
DOAVEX	Operadora	FREIRE MORALES DELIA ALEXANDRA	1891722873
DOGUI TOUR SUCURSAL	Operadora	SANCHEZ BRAVO JUAN MARCONY	1891735185
DOGUITOURS	Operadora	SANCHEZ BRAVO JUAN MARCONY	1891735185
DORADO AVENTURA Y EXPEDICIONES	Operadora	FREIRE MORALES DELIA ALEXANDRA	1891722873

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Ximena (2016)