

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanística

Proyecto para la elaboración de un informe de coyuntura sobre los
impactos del COVID-19 en el Turismo Comunitario de Guayas y Santa
Elena

PROYECTO INTEGRADOR

Previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo

Presentado por:

Gina Nicole Soledispa Castro

GUAYAQUIL – ECUADOR

2020

DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico a las personas más importantes de mi vida:
A mi hijo Dereck que me ha enseñado que puedo dar más de lo que creo.
A mis padres Bartolo Soledispa y Gina Castro, porque son los que me han dado su apoyo sin condiciones desde que nací. También a mis hermanos que siempre han estado cuando lo necesité.
A mi esposo, que también es mi mejor amigo y nunca dejó de creer en mí.
Igualmente, a las personas que aman el turismo como yo y están dispuestos a sacarlo adelante, a pesar de este gran desafío llamado COVID-19.
Este proyecto es para ustedes.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios que es el ser que nunca falla y está ahí cuando todos se van.

También a mis padres, por el sacrificio y la entrega para que pueda estudiar y tener un mejor futuro.

Muchas gracias para Herwin Alcívar, mi compañero de vida por la paciencia y colaboración en todo el proceso de mi carrera.

Por último, mi más sincero agradecimiento a cada participante en el estudio del proyecto y a cada amigo que estuvo dándome ánimos cuando desmayaba.

Mil gracias a todos.

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, me corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Gina Nicole Soledispa Castro* y doy mi consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"

A handwritten signature in blue ink on a light blue background. The signature is stylized, starting with a large, sweeping 'G' that loops around. To the right of the 'G', the name 'Gina Soledispa' is written in a cursive script.

Gina Soledispa

EVALUADORES

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Pecot', enclosed within a large, horizontal, hand-drawn oval.

Ph.D. Mathías Pecot
PROFESOR DE LA MATERIA

RESUMEN

El COVID-19 mantiene paralizado el turismo del país con la restricción de movilidad y el distanciamiento. Una de las modalidades perjudicadas es el turismo comunitario, el cual es importante porque genera beneficios para las comunidades; más aún, es considerada una oportunidad de reactivación turística durante la pandemia. Sin embargo, no hay disponibilidad de información actualizada y confiable del estado de las comunidades. Como solución, se propone desarrollar un informe de coyuntura de los impactos del COVID-19 en el Turismo Comunitario de Guayas y Santa Elena, que ofrezca visibilidad de las realidades y estimule la toma de decisiones.

Para elaborar el informe, se emplearon entrevistas online y telefónicas a los presidentes comunitarios y a prestadores de servicios turísticos, que identificaron las necesidades y acciones ejecutadas durante la pandemia. Asimismo, se utilizaron encuestas online a la población local para obtener las percepciones y afectaciones económicas.

Los resultados reflejaron que, socialmente, ocurrió una crisis humanitaria, una percepción de abandono por falta de colaboración, que ocasionó una autogestión y diversificación de actividades productivas. En el aspecto económico, los ingresos mensuales disminuyeron, y aumentaron los gastos de los emprendimientos.

Concluyendo que, en los Centros de Turismo Comunitario la crisis económica trae una necesidad de financiamiento con cuotas accesibles. También, la resiliencia ha emergido en las comunidades con el apoyo de familiares y amigos, y con la autoorganización comunitaria. Finalizando que, los trabajos alternativos al turismo aportan a la subsistencia de las comunidades mientras dura la crisis turística.

Palabras Clave: Comunidades, crisis, necesidades, colaboración, reactivación.

ABSTRACT

In Ecuador, Covid-19 keeps paralyzed the Tourism activities due. to mobility restrictions and distancing. One of the harmed modalities is community tourism, which is important because it generates benefits for the communities; moreover, it considered an opportunity for tourist reactivation during the pandemic. However, there is no availability of updated and reliable information on the state of the communities. As a solution, it proposed to develop a conjuncture report on the impacts of COVID-19 on Community Tourism in Guayas and Santa Elena, which offers visibility of the realities and stimulates decision-making.

To prepare the report, we made online interviews and call phones to community presidents and tourism services providers, that identified the needs and actions taken during the pandemic. Likewise, we made online surveys to the local population to get perceptions about economic effects.

The results reflected that a humanitarian crisis occurred socially, a perception of abandonment due to lack of collaboration, which led to self-management and diversification of productive activities. On the economic side, the monthly income decreased, and the expenses of the entrepreneurship increased.

In conclusion, in the Community Tourism Centers, the economic crisis brings a need for financing with accessible fees. Also, resilience has emerged in communities with the support of family and friends, and with community self-organization. Finally, alternative jobs to tourism contribute to the subsistence of communities while the tourism crisis lasts.

Keywords: Communities, crisis, needs, collaboration, reactivation.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	I
ABSTRACT	II
ÍNDICE GENERAL	III
ABREVIATURAS.....	I
ÍNDICE DE FIGURAS	II
ÍNDICE DE TABLAS.....	III
CAPÍTULO 1.....	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Descripción del problema	3
1.3 Justificación	3
1.4 Objetivos.....	4
1.5 Marco teórico	6
CAPÍTULO 2.....	13
2. METODOLOGÍA.....	13
2.1 Diseño de la investigación	14
2.2 Técnicas para la obtención de datos	14
2.3 Técnicas de análisis de datos	22
2.4 Criterio de rigor y ética.....	23
2.5 Validación	24
CAPÍTULO 3.....	25
3. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	25
3.1 Características de los CTC de Guayas y Santa Elena.....	25
3.2 Crisis humanitaria en los CTC	27
3.3 Colaboraciones	29

3.4	Percepción de abandono	30
3.5	Crisis económica.....	31
3.6	Diversificación de actividades productivas	35
3.7	Escenario de reactivación turística	36
3.8	Discusión de los resultados	39
3.9	Análisis de costos	41
3.10	Validación	42
CAPÍTULO 4.....		43
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43
4.1	Conclusiones	43
4.2	Recomendaciones	44
4.3	Discusión	45

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
CIEC	Centro de Investigaciones Económicas
OMS	Organización Mundial de la Salud
OMT	Organización Mundial del Turismo
MINTUR	Ministerio de Turismo
MSP	Ministerio de Salud Pública
GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado
CTC	Centros Turísticos Comunitario
FEPTCE	Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador
FENACAPTUR	Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo
COVID-19	Coronavirus Disease 2019
COWE	Comité de Operaciones Wuancavilca de Emergencia

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Restricciones de viaje globales relacionadas con COVID-19.....	10
Figura 2.2 Ubicación de Centros de Turismo Comunitario de Guayas y Santa Elena...	13
Figura 2.3. Proceso de recolección de información de las encuestas online	21
Figura 2.4 Pasos para la preparación del plan de comunicación del informe de coyuntura	22
Figura 2.5 Proceso de codificación aplicados a las entrevistas.....	23
Figura 3.6 Taxonomía de los Centros de Turismo Comunitario de Santa Elena	26
Figura 3.7 Taxonomía de los Centros de Turismo Comunitario de Guayas antes de la pandemia.....	27
Figura 3.8 Colaboraciones a los CTC durante la pandemia	29
Figura 3.9 Colaboraciones recibidas durante la pandemia.....	30
Figura 3.10 Ayuda recibida para los proveedores de servicios de los CTC	31
Figura 3.11 Reducción de ingreso de los residentes durante la pandemia	32
Figura 3.12 Ingreso mensual de los residentes durante la pandemia	32
Figura 3.13 Afectación económica de los pobladores	33
Figura 3.14 Gastos de los proveedores de servicios.....	34
Figura 3.15 Red de actividades productivas de los CTC y afectaciones por el COVID-19	35
Figura 3.16 Actividades productivas de la población de los CTC.....	36
Figura 3.17 Aceptación del turismo para la reactivación turística.....	36
Figura 3.18 ¿Considera subir el precio?.....	38
Figura 3.19 Matriz del turismo para la comunidad.....	38
Figura 3.20 Necesidades de reactivación turística	39
Figura 3.21 Retroalimentación del informe de coyuntura	42
Figura 4.22 Resultados obtenidos	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Objetivos multidisciplinares.....	5
Tabla 1.2 Historia de Turismo Comunitario en Ecuador	7
Tabla 1.3 Estrategias para una reactivación turística post COVID.....	11
Tabla 2.4 Estrategia de investigación para elaborar el informe de coyuntura	14
Tabla 2.5 Resumen de entrevistas realizadas a los presidentes de los CTC.....	15
Tabla 2.6 Oferta turística de los Centros de Turismo Comunitario	17
Tabla 2.7. Entrevistas realizadas a los proveedores de servicios turísticos de los CTC de Guayas y Santa Elena.....	18
Tabla 2.8 Población de estudio	20
Tabla 3.9 Comparación de la situación turística en los CTC	28
Tabla 3.10 Opinión de los créditos	34
Tabla 3.11 Explicación de medidas para repertura turística.....	37
Tabla 3.12 Análisis de gastos de la producción y difusión del informe de coyuntura	41
Tabla 3.13 Testimonios sobre el reflejo de la realidad de los beneficiarios	42

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El turismo comunitario en las provincias de Guayas y Santa Elena presenta vulnerabilidad dentro del ámbito social y económico a consecuencia de la enfermedad COVID-19. La paralización de los servicios turísticos en los Centros Turísticos Comunitarios (CTC) y la poca información de estos impactos ha conllevado al desconocimiento de las realidades que viven y experimentan aquellas personas que ejecutan actividades turísticas.

Por ende, se va a elaborar un informe de coyuntura como producto final en referencia a los impactos sociales y económicos de los CTC. Este proyecto contiene un análisis del levantamiento de datos sobre las percepciones y necesidades de las comunidades, escenarios antes y durante la pandemia con las acciones contra el COVID-19 y afectaciones económicas de la oferta turística y población local.

1.1 Antecedentes

El 11 de marzo del 2020 el Director General de la Organización Mundial de la Salud (OMS), declaró pandemia al contagio masivo del nuevo virus SARS-CoV2 que genera la enfermedad Corona Virus Disease 2019 (COVID-19). Este anuncio obligó a todos los países a reforzar sus medidas sanitarias. La pandemia del COVID-19 generó cambios drásticos en la forma de vivir de las personas alrededor del mundo, como fue el hecho de poner en cuarentena a la población de todos los países del mundo y suspender sus actividades sociales.

En relación con el sector turístico y la prestación de sus servicios fue uno de los más afectados. Según la Organización Mundial del Turismo OMT (2020) existe “una pérdida de 67 millones de llegadas de turistas internacionales y alrededor de 80.000 millones de USD en ingresos”. (p. 3)

Anteriormente, el turismo se vio alterado por otras enfermedades infecciosas, de acuerdo con Gössling, S., Scott, D. y Hall, CM. (2020) “El siglo XXI ya ha experimentado cuatro

pandemias: SARS en 2002 '. Gripe aviar 'en 2009, MERS en 2012 y Ébola” (p. 4); que, en su momento detuvo el turismo en los países donde llegó a propagarse, sin embargo, Ecuador fue una excepción a todos estos acontecimientos.

Por lo que se refiere a Ecuador, tras la aparición del primer caso positivo de COVID-19, de una adulta mayor que llegó desde España. Y posteriormente el anuncio de la pandemia por OMS se empezó a dictaminar medidas de prevención por parte del Ministerio de Salud Pública (MSP) y el Gobierno Nacional del Ecuador. Algunas de las medidas fueron: declaración de emergencia sanitaria en todo el país, mantenimiento de una cuarentena obligatoria, restricción de eventos masivos y concentración de gente, y más adelante, el decreto de un toque de queda que regía desde las 05:00 – 14:00 con medios de transporte cerrados, dieron paso a una fuerte limitación a los desplazamientos humanos.

En consecuencia, el turismo en Ecuador ha ido en declive. El presidente de la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo (FENACAPTUR) Holbach Muñeton, mencionó en una entrevista que: “Según el análisis que hemos realizado desde la Federación y con el Ministerio de Turismo, las pérdidas para el sector, que incluye hoteles, agencias de viaje y de guianza, restaurantes, las pérdidas ascienden aproximadamente a \$640 millones” (Toranzos, 2020).

Cabe recalcar, que este declive del turismo incluye al sector del turismo comunitario. Este se encuentra padeciendo los efectos negativos de la crisis, así lo constata el presidente de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), “Esta pandemia nos ha perjudicado en la actividad turística porque ya no llegan turistas a nuestras comunidades por eso estamos gravemente perjudicados económicamente...” (Villamil, 2020), en un video publicado en las redes sociales.

Por otra parte, aunque el COVID-19 se encuentra afectando el turismo a nivel mundial, con respecto al Ecuador, la ESPOL empezó a contribuir en la producción de información y divulgación científica técnica hacia actores del sector turístico, donde el Centro de Investigaciones Económicas (CIEC) ha elaborado dos primeros informes de coyuntura bajo las “150 propuestas de acciones para destinos, empresas y profesionales con miras hacia la regeneración del turismo en tiempos de crisis”.

1.2 Descripción del problema

El distanciamiento y restricción de movilización son algunas de las medidas de bioseguridad por el COVID-19. Medidas que impiden laborar a el sector turístico. Por el hecho de que involucra constante interacción social al realizar turismo. Lo que causa que, los CTC de Guayas y Santa Elena se encuentren sin afluencia de visitantes.

En referencia a las comunidades, debido a sus características, son más propensas a sufrir por la pandemia. Budke (2020) manifiesta que “los destinos vulnerables y las poblaciones más pobres a menudo se ven desproporcionadamente cargadas por brotes de enfermedades. Estas comunidades a menudo carecen de recursos adecuados para mitigar y recuperarse de los brotes” (p. 4), por ello, es primordial identificar el nivel de afectación de los CTC.

No obstante, los organismos rectores del turismo presentan escasa información del estado de las comunidades turísticas por el COVID-19. Aportando así al desconocimiento de las realidades económicas y sociales de esta tipología de turismo.

En consecuencia, se incrementa la incertidumbre y desconfianza en turistas y visitantes quienes desean viajar, pero se retractan al no tener seguridad en un destino. También, la capacidad de respuesta ante los cambios de los CTC se ve afectada ya que no pueden acceder información confiable y de calidad sobre cómo actuar los tiempos de crisis.

1.3 Justificación

La elaboración de informes de coyuntura sociales y económicos sobre turismo comunitario es relevante para los actores clave que trabajan y se involucran con el turismo en Ecuador.

Dado a que la pandemia, es uno de los desafíos más grandes que enfrenta el turismo y está totalmente paralizada, “se puede estimar que más del 90% de la población mundial se encuentra en países con cierto nivel de restricciones de viaje internacional y muchos de estos países también tienen cierto grado de restricciones en el movimiento interno”. (Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M., 2020, p. 7)

También, es relevante porque el turismo en el país es una de las principales fuentes de ingreso. Así lo publicó el diario el Universo “el ingreso de divisas por concepto del turismo receptor ascendió a \$2287,5 millones en 2019” (Ramos, 2020). En cuanto al turismo comunitario, este representa ganancias como generación de rentas económicas y empleos para las comunidades y los pueblos del país. Como ejemplo, destaca la comunidad de Santo Domingo de Los Tsáchilas quienes “Para 2016 la comunidad facturó cerca de USD 25.000, siendo su temporada alta los meses de junio a agosto” Cabanilla Vásconez, E., & Garrido Cornejo, C., (2018) (p. 308). Así mismo, Napo Wildlife Center en el Parque Nacional Yasuní “Los miembros de la comunidad trabajan como guías en las diferentes visitas que realizan los turistas nacionales y en su mayoría extranjeros” (Cabanilla Vásconez, E., & Garrido Cornejo, C., 2018, p. 309).

Debido a que, la pandemia ha golpeado drásticamente al turismo comunitario, se hace imprescindible detallar los impactos de los CTC en la Costa ecuatoriana. Como solución a la desinformación del COVID-19 en el turismo comunitario, se plantea realizar y difundir un informe de coyuntura económico y social.

1.4 Objetivos

La elaboración del informe de coyuntura se basa en un proyecto multidisciplinar, en donde los objetivos de cada carrera son diferentes. Pero ambos colaboran con información especializada para el informe. De tal forma, se detallan a continuación los objetivos generales y específicos de las carreras de Turismo y Economía, mediante un cuadro explicativo.

Tabla 1.1 Objetivos multidisciplinares

Cuadro de objetivos	
Objetivo general multidisciplinario	
Análisis de los impactos económicos y sociales del Covid19 con perspectivas de los sectores turismo comunitario en las provincias de Guayas y Santa Elena.	
Objetivo general de Turismo	Objetivo general de Economía
Desarrollar un informe de coyuntura sobre los impactos del COVID-19 en el Turismo Comunitario de Guayas y Santa Elena, a través del acceso a datos levantados y analizados bajo criterios de rigor y ética, que ofrezca visibilidad de las realidades y estimule la toma de decisiones de la comunidad.	Desarrollar un análisis socioeconómico de coyuntura del impacto de la pandemia del Covid19 en el sector del turismo comunitario rural que aporte a la toma de decisiones de la comunidad.
Objetivos específicos de Turismo	Objetivos específicos de Economía
Recopilar data de las necesidades, percepciones e impactos del COVID-19 en la población local, prestadores de servicio y líderes comunitarios, mediante encuestas y entrevistas online presentando los cambios en el Turismo Comunitario.	Identificar los determinantes del impacto que generó la pandemia en las actividades del turismo comunitario rural para conocer la situación actual de las familias.
Transformar la recolección de data en información, por medio de un trabajo de codificación y análisis de datos, que detalle los efectos económicos y sociales del COVID-19.	Determinar el nivel de conocimiento de las medidas de bioseguridad para identificar si las comunas se encuentran aptas para la reactivación del sector.
Definir un plan de comunicación del informe de coyuntura a través de la publicación en redes sociales que brinde información confiable sobre el turismo comunitario y el COVID-19.	Proponer una estrategia de reactivación como herramienta para impulsar el sector de turismo comunitario rural.

Fuente: Elaboración propia

1.3.1 Objetivo General

- Desarrollar un informe de coyuntura sobre los impactos del COVID-19 en el Turismo Comunitario de Guayas y Santa Elena, a través del acceso a datos levantados y analizados bajo criterios de rigor y ética, que ofrezca visibilidad de las realidades y estimule la toma de decisiones de la comunidad.

1.4.2 Objetivos específicos

- Recopilar data de las necesidades, percepciones e impactos del COVID-19 en la población local, prestadores de servicio y líderes comunitarios, mediante encuestas y entrevistas online presentando los cambios en el Turismo Comunitario.
- Transformar la recolección de data en información, por medio de un trabajo de codificación y análisis de datos, que detalle los efectos económicos y sociales del COVID-19.
- Definir un plan de comunicación del informe de coyuntura a través de la publicación en redes sociales que brinde información confiable sobre el turismo comunitario y el COVID-19.

1.5 Marco teórico

1.5.1 Turismo comunitario

El turismo comunitario es un tipo de turismo que se ha desarrollado con más fuerza en algunos países de Latinoamérica y cuenta con una historia detrás que lo define. También está muy ligada a diferentes modalidades de turismo, las cuales, poco a poco se han ido adaptando a características similares y definiciones propias, según el país donde se practica. “Esta modalidad de operación estuvo ligada en sus inicios al ecoturismo o al ecoturismo comunitario indistintamente.” (Palacios, C. G., 2016).

Al mismo tiempo, la característica principal del turismo comunitario es la colaboración entre sus miembros y generar beneficios para todos. Así lo menciona Cabanilla, E.

(2018). “lo principal no es la generación de beneficios económicos, sino que se busca, de forma similar, generar impactos positivos en los entornos naturales y culturales, y con ello incidir en el buen vivir de todos los comuneros”. (p. 55)

Acerca de Ecuador, el turismo comunitario ha tenido una relación con la lucha constante de los pueblos indígenas. Quienes intentaron ser dueños de sus territorios y obtener una participación inclusiva que respete sus derechos en la ley, por medio del reconocimiento del turismo comunitario.

Tabla 1.2 Historia de Turismo Comunitario en Ecuador

Año	Normativas	Acontecimientos
2001	Reglamento de ecoturismo	Día del Turismo Andino
2002	Ley del Turismo	Las comunidades pueden prestar servicios turísticos
2002		Creación de la FEPTCE
2006	Reglamento para el registro de los centros de turismo comunitario	
2010	Reglamento para los Centros de Turismo Comunitario	

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Palacios, C. G. (2016).

En vista que, el turismo comunitario en Ecuador se ha ido desarrollando poco a poco, hasta conseguir su legalización turística y convertirse en CTC. Legalmente, con el artículo 2 del Reglamento para los Centros de Turísticos Comunitarios, publicado el 19 de marzo del 2010, en la página web del Ministerio de Turismo, se describe que:

La Gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

1.5.2 COVID-19 y los impactos en las comunidades

El COVID-19 es una enfermedad infecciosa que se caracteriza porque existen personas contagiadas que no presentan síntomas de la enfermedad, y son un foco de infección para los demás. Otra característica importante es la forma de transmisión del virus, y esta es una de las razones que lo hace muy peligroso.

“La enfermedad puede propagarse de persona a persona a través de pequeñas gotas de la nariz o la boca que se propagan cuando una persona con COVID-19 tose, estornuda o exhala. Estas gotas caen sobre objetos y superficies alrededor de la persona. Otras personas contraen COVID-19 al tocar estos objetos o superficies y luego tocarse los ojos, la nariz o la boca.” (Jones, P., & Comfort, D., 2020, p. 3).

Esta facilidad de propagación y contagio ha hecho que el turismo sea una actividad restringida mundialmente, pues supone un riesgo grave en la salud de las personas.

A su vez, las comunidades y zonas rurales que practican turismo son las más afectadas por el coronavirus. Ya que sus recursos económicos son limitados y dependen casi en su totalidad de las actividades turísticas para subsistir. “Se espera que los casos graves de COVID-19 se propaguen por estas comunidades debido a sus precarias condiciones de salud y de vida”. (Meneses-Navarro, *et al.*, 2020, p. 2).

Por tanto, las comunidades turísticas son olvidadas por las entidades rectoras de su país, y también no cuentan con medidas adecuadas para ayudarlas a salir adelante. Los gobernantes en América Latina se centran en ayudar y dar medidas de restauración a pueblos que hablan español y portugués y se olvidan en su totalidad de las comunidades y pueblos indígenas. (Meneses-Navarro, *et al.*, 2020, p. 2).

Un ejemplo de los efectos de pandemia en las comunidades es Nepal un destino que depende mucho del turismo:

El gobierno bloqueó el país y suspendió todos los vuelos nacionales e internacionales. Siguió cancelaciones masivas de reservas de hoteles y

turistas, lo que resultó en un desempleo generalizado, pérdida de ingresos y medios de vida amenazados para miles de personas. (Sah, *et al.* 2020, p 1).

Para terminar, con una alternativa de salvavidas para el turismo en las comunidades se menciona al trabajo en conjunto, de toda la industria turística con entidades públicas. Una solución dónde los resultados se reflejen en beneficios sociales para las comunidades y sociedad en general.

“Este comentario hace un llamado a las agencias gubernamentales a nivel nacional y local para abogar por los enfoques de planificación del turismo centrados en la comunidad y el medio ambiente, que incorporen valores locales o indígenas; así, las comunidades resilientes e involucradas pueden influir directamente en la respuesta post-COVID” (Carr, A., 2020).

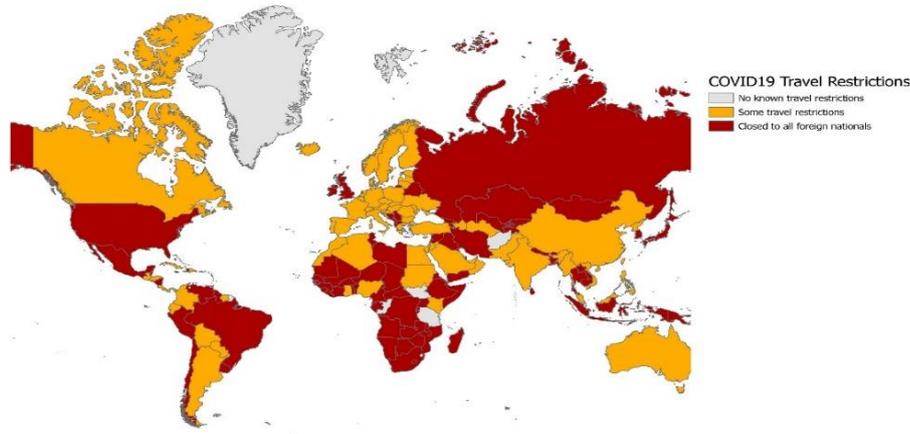
1.5.3 Cambios e impactos globales en el turismo

El turismo es el principal sector productivo afectado por la pandemia COVID-19 a nivel mundial, lo que ha provocado grandes cambios y efectos en la oferta y demanda turística.

Estos cambios que está viviendo el turismo son muy notables. Más aún, la oferta turística de los destinos tiene medidas como: “la eliminación del acceso a playas y parques nacionales. y el cierre de establecimientos comerciales y de hostelería no esenciales. (Baum, T., & Hai, N. T. T., 2020, p. 4).

El turismo es propiamente un desplazamiento y sin ellos no se puede realizar ninguna prestación de servicios. Las restricciones de movilidad en cuanto a viaje suponen el impacto más drástico de la pandemia.

Figura 1.1 Restricciones de viaje globales relacionadas con COVID-19.



Fuente: Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020).

Otro rasgo, el continente europeo contiene varios destinos cuyo PIB depende en gran medida del turismo, y se encuentran viendo las consecuencias de la pandemia.

1,6 millones de puestos de trabajo estaban en riesgo en el sector turístico en Alemania debido a la crisis del COVID-19, mientras que las cifras correspondientes para Rusia, Italia, España, Francia y Portugal fueron 1,1 millones, 1 millón, 0,8 millones, 0,8 millones y 0,3 millones, respectivamente. (Jones, P., & Comfort, D., 2020, p. 4).

En el caso de la demanda turística, el comportamiento de los visitantes y turistas está cambiando, poniendo como prioridad a la seguridad al momento de viajar. “viajen de forma independiente o en pequeños grupos para recuperarse del autoaislamiento durante el brote mientras se mantienen seguros (es decir, fuera de grandes grupos de personas). También pueden evitar visitar destinos turísticos abarrotados, prefiriendo lugares menos conocidos” (Wen, J., Kozak, M., Yang, S., & Liu, F., 2020, p. 6).

De igual modo, un estudio más técnico sobre la variabilidad en la demanda de turismo dio como resultados:

“la función de disminución de la demanda crea una disminución en el precio de equilibrio ofrecido y la cantidad de equilibrio ofrecida. La elasticidad precio de la demanda de la industria turística es 1.0. Este valor indica que la elasticidad precio está en el rango elástico.” (Bakar, N. A., & Rosbi, S., 2020, p. 5)

Lo que quiere decir que mientras sigan disminuyendo los turistas no se podrá llegar a vender la oferta necesaria para recuperar lo invertido en emprendimientos o negocios turísticos, implicando una pérdida para la oferta.

Para sintetizar los impactos, la UNWTO (2020) “300 millones menos de llegadas de turistas internacionales en enero-mayo de 2020 en comparación con el mismo período de 2019, lo que se traduce en una pérdida de ingresos por turismo internacional (ingresos por exportaciones) de USD 320 mil millones” (p. 1). Lo que representa la situación actual en el turismo mundial.

1.5.4 Reactivación turística en la nueva modalidad

La adaptación a los cambios que la pandemia ha expuesto en el turismo, son necesarios para una reapertura del sector. Luego de 7 meses de convivencia entre la pandemia y el turismo, la OMT (2020) anuncia que “40% de los destinos del mundo han flexibilizado ya las restricciones que impusieron al turismo internacional como respuesta a la COVID-19”. (p. 1).

Por lo tanto, tener parámetros de acción a la mano disminuirá los impactos negativos en la industria turística. A continuación, se muestran algunas estrategias turísticas según expertos para una reactivación pertinente por la pandemia.

Tabla 1.3 Estrategias para una reactivación turística post COVID.

Estrategias	Fuente
Reconsiderar el crecimiento del turismo por el número de turistas. Evitar el turismo de masas Turismo transforme su modelo actual a una economía circular	Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020) Wen, J., et al. (2020) Prideaux, B., Thompson, M., & Pabel, A. (2020).
Instalaciones de salud suficientes	Wen, J., et al. (2020)
Promocionar la tranquilidad de los destinos ecológicos.	Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020) Wen, J., et al. (2020)

Agentes de viajes que brinden orientación a la cultura.	Wen, J., et al. (2020)
Agencias de viajes que brinden paquetes turísticos de naturaleza.	Wen, J., et al. (2020)
Turismo inteligente y destinos digitales	Wen, J., et al. (2020) Sigala, M. (2020)

Fuente: Elaboración propia con base a investigación secundaria de los autores mencionados.

Se puede concluir que, la pandemia ha dejado en claro la necesidad de un cambio en el sistema turístico. Dónde el desarrollo del turismo no dependa de una llegada masiva de turistas.

CAPÍTULO 2

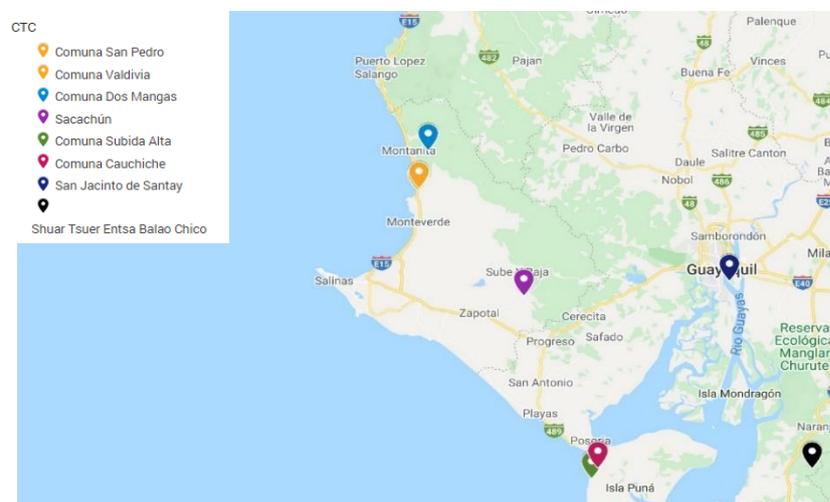
2. METODOLOGÍA

El informe de coyuntura sobre los impactos del COVID-19 en el Turismo Comunitario. Se realizó mediante la recolección de información sobre las realidades que están viviendo los presidentes comunales, como representantes de los CTC, proveedores de servicios turísticos y la población local de las comunidades. Estos actores claves fueron escogidos por estar involucrados con actividades turísticas, directa e indirectamente.

También, la difusión del informe es una fase clave para cumplir los objetivos del proyecto. Por ello, en las técnicas de recolección de datos, se indagaron los medios de comunicación accesibles en las comunidades, con el fin de brindar la información de los resultados.

En consecuencia, el presente capítulo contiene el tipo de investigación, técnicas de data colección y data análisis utilizados en la investigación de campo. El proceso de investigación se centró en CTC registrados oficialmente en el MINTUR; delimitados a las provincias de Guayas y Santa Elena. Además, el estudio de los impactos sociales fue contemplado a los líderes comunitarios, y en cuanto a los impactos económicos, se profundizaron en los proveedores de servicio turístico con la población local.

Figura 2.2 Ubicación de Centros de Turismo Comunitario de Guayas y Santa Elena



Fuente: Elaboración propia

2.1 Diseño de la investigación

El diseño de investigación tiene como finalidad recopilar información necesaria y requerida para continuar con el proceso de análisis y obtención de resultados del proyecto.

La elaboración del informe de coyuntura hizo uso de un diseño exploratorio, este se aplica cuando “existe poca información acerca de su comportamiento o sus causas. Sobre los temas novedosos son pocos los estudios, superficiales la mayoría; por ello la literatura disponible es limitada” (Rocha, C. M., 2015), que es lo que está sucediendo en estas comunidades.

Por otro lado, se empleó un diseño descriptivo que colabora en explicar las características de los CTC y los impactos del COVID-19, de una manera cuantitativa. Rocha, C. M. (2015) explica que “una investigación descriptiva pretende dar cuenta de las características de un fenómeno u objeto sujeto a investigación, de sus propiedades, características, atributos, componentes, elementos y relación entre ellos.”

Tabla 2.4 Estrategia de investigación para elaborar el informe de coyuntura

Diseño	Técnica de data colección
Investigación exploratoria	Entrevistas telefónicas y online
Investigación descriptiva	Encuestas online

Fuente: Elaboración propia

2.2 Técnicas para la obtención de datos

Las técnicas de obtención de datos para el método cualitativo fueron entrevistas, y para el método cuantitativo se aplicó encuestas.

2.2.1 Entrevistas semiestructuradas

Se emplearon entrevistas semiestructuradas, donde primero, se elaboró un guion de preguntas con información que se necesitaba obtener. Luego al aplicarlas, estas preguntas dieron paso a nuevas preguntas, que no se encontraban en el guion, sin embargo, obtenían información igualmente relevante del turismo comunitario. Así, de acuerdo con Díaz- Bravo (2013) las entrevistas semiestructuradas “parten de preguntas

planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos” (p. 2).

Esta técnica de recolección de datos sirvió para alcanzar el objetivo 1 del proyecto y, también para alcanzar el último objetivo de la difusión de los resultados. Debido a que, se obtuvo información de la situación real de la oferta turística y los presidentes brindaron información sobre los medios de comunicación que más utilizan en las comunidades.

2.2.1.1 Entrevistas a los líderes comunitarios

Estas entrevistas fueron realizadas por medio telefónico y online, con el fin de resguardar la salud de entrevistados y de los entrevistadores. También por las facilidades de comunicación de los presidentes de los CTC, adaptándose a las situaciones, donde, en ocasiones la conexión a la red de internet es deficiente.

Se puede agregar que, el uso del medio telefónico tiene varios beneficios: “los teléfonos pueden permitir a los encuestados revelar información confidencial más libremente, y se ha informado que la conversación telefónica contiene varias características que la hacen particularmente adecuada para entrevistas de investigación” (Novick, G., 2008, p. 7).

En particular, las entrevistas reflejaron las características los CTC antes del COVID-19, las colaboraciones, acciones implementadas para prevenir la enfermedad, y las necesidades con medidas de reactivación turística.

2.2.1.1.1 Censo y población de estudio

Se consideró que la población son todos los presidentes comunales de los CTC de Guayas y Santa Elena. Al ser un representante por cada CTC, se realizó un censo basado en 8 entrevistas, puesto que según Malhotra (2016) “Un tamaño pequeño de la población y una varianza elevada en la característica que se mida favorecen el censo” (p. 335).

Tabla 2.5 Resumen de entrevistas realizadas a los presidentes de los CTC

Entrevista	Fecha	Duración	Entrevistador
-------------------	--------------	-----------------	----------------------

1. Sacachún	13/07/2020	27min	Helen Rojas
2. San Pedro	15/07/2020	20min 20s	Gina Soledispa
3. Dos Mangas	16/07/2020	44min 40s	Helen Rojas
4. Centro Shuar Tsuer Entsa Balao Chico	17/07/2020	33min 20s	Gina Soledispa
5. Valdivia	18/07/2020	24min 06s	Gina Soledispa
6. Cauchiche	21/07/2020	36min 04s	Helen Rojas
7. Subida Alta	22/07/2020	37min 55s	Helen Rojas
8. San Jacinto de Santay	22/07/2020	34min 03s	Gina Soledispa

Fuente: Elaboración propia

2.2.1.2 Entrevistas a los proveedores de servicios turísticos de los CTC

Las entrevistas se aplicaron a los proveedores de servicios turísticos que existen en los CTC, debido a que se enfoca en identificar los impactos económicos que están sufriendo los emprendimientos. Y son los dueños o gerentes, quienes conocen los registros económicos más exactos de cada uno de ellos. Por haber varios tipos de servicio turístico ofertados, las preguntas fueron adaptadas para que sean generalizadas a cada actividad que realicen en las comunas.

2.2.1.2.1 Censo y población de estudio

Una nueva población de estudio se generó para obtener la información económica más detallada del turismo comunitario, esta población son los dueños de las actividades turísticas que ofrecen los CTC de Guayas y Santa Elena. Según el artículo 2 del Reglamento para los Centros de Turismo Comunitario, publicado el 19 de marzo del 2010, en la página web del Ministerio de Turismo, se establece que “Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades: - Alojamiento. - Alimentos y bebidas. - Transportación turística. - Operación. - Organización de eventos. - Congresos. – Convenciones”.

En base a las entrevistas con los presidentes de los CTC, se obtuvo que las actividades turísticas que ofertan cada comunidad son las que se muestra a continuación:

Tabla 2.6 Oferta turística de los Centros de Turismo Comunitario

Provincia	Nombres de los CTC	Actividades turísticas
Guayas	Subida Alta	2 Cabañas 4 restaurantes Guianza
	Comuna Cauchiche	1 hostería 1 restaurante
	San Jacinto de Santay	Cabañas Restaurantes Guianza
	Centro Shuar Tsuer Entsa Balao Chico	Restaurantes Hosterías Aguas termales
Santa Elena	Comuna San Pedro	Restaurantes Parapente
	Dos Mangas	Hosterías Artesanías Restaurantes Paseo en caballo
	Comuna Valdivia	Hosterías, Museo Cocteles
	Comuna Sacachún	Restaurantes Evento "San Viritute"

Fuente: Elaboración propia con base a las entrevistas

Por cada comunidad, se procedió a realizar las entrevistas a las personas que gestionan estos servicios, en esta ocasión, el medio usado para recopilar información fue el teléfono celular, porque facilitó la obtención de información y la accesibilidad a la comunicación.

De igual modo, se efectuó un censo para esta investigación cualitativa, y los detalles se encuentran a continuación

Tabla 2.7. Entrevistas realizadas a los proveedores de servicios turísticos de los CTC de Guayas y Santa Elena

Comunidad	Entrevista a los proveedores	Fecha	Duración	Entrevistador
Dos Mangas	1. Guía y artesano	23/07/2020	26min 09s	Gina Soledispa
	2. Guía local	24/07/2020	29min 23s	Estrella Maza
	3. Artesana	27/07/2020	18min 36s	Gina Soledispa
San Pedro	4. Parapente	25/07/2020	12min 30s	Paulette Montesdeoca
	5. Parapente	25/07/2020	38 min 08s	Helen Rojas
	6. Restauración	25/07/2020	30min 36s	Estrella Maza
Valdivia	7. Coctelero	25/07/2020	39 min 15s	Helen Rojas
	8. Coctelero	27/07/2020	18min 34s	Gina Soledispa
	9. Coctelero	27/07/2020	24min 28s	Estrella Maza
	10. Coctelero	28/07/2020	11min 57s	Gina Soledispa
	11. Administrador del Museo Valdivia	29/07/2020	19min 21s	Gina Soledispa
	12. Restauración	30/07/2020	24min 52s	Estrella Maza
Sacachún	13. Restauración	30/07/2020	23 min 47s	Helen Rojas
Cauchiche	14. Restauración	23/07/2020	38 min 07s	Helen Rojas
	15. Restauración	24/07/2020	27 min 47s	Helen Rojas

	16. Transporte	25/07/2020	44 min 01s	Helen Rojas
Subida Alta	17. Alojamiento	22/07/2020	30min 29s	Estrella Maza
	18. Restauración	26/07/2020	29 min	Gina Soledispa
	19. Guía	26/07/2020	19min 44s	Paulette Montesdeoca
	20. Restauración	27/07/2020	12min 37s	Paulette Montesdeoca
Centro Shuar Tsuer Entsa Balao Chico	21. Restauración	25/07/2020	22min 07s	Gina Soledispa

Fuente: Elaboración propia

2.2.2 Encuestas

De acuerdo con Díaz (2017) “La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados” (p. 1). Esta técnica fue aplicada a la población local que residen en los CTC, el propósito es conocer los impactos económicos y sociales que están padeciendo estas personas, quienes han convivido con el turismo desde hace años.

Nuevamente, el coexistir con la pandemia del COVID-19 impide que la investigación de campo sea in situ, por ello, el tipo de encuesta utilizada es una encuesta online enviadas a través de redes sociales. (Malhotra, 2016) explica que “las encuestas por Internet utilizan el lenguaje de marcas de hipertexto (HTML), el lenguaje de la Web, y se publican en una página de Internet” (p. 192).

Para elaborar las encuestas se utilizó la aplicación de “Google Forms”, misma que es parte de Google Docs que “es una interfaz disponible libremente para compartir, editar y dar seguimiento de documentos online” (Alarco, J. J., & Álvarez-Andrade, E. V., 2012, p. 9).

En este caso, esta técnica cumplió con el objetivo específico 1 y 3 del proyecto, permitiendo la recolección de impactos económicos y sociales del COVID-19 y los medios de comunicación y promoción que se utilizan en los CTC.

2.2.2.1 Población, muestreo y muestra

La población de estudio son personas mayores de edad que viven en las provincias de Guayas y Santa Elena y residen en los CTC y tengan acceso a Internet o redes sociales.

Tabla 2.8 Población de estudio

Comunidad	Población Promedio	Fuente
San Pedro	3460 personas	Aguirre, Benavides y Jarra (2012)
Dos Mangas	950 habitantes	(Elena, 2010)
Valdivia	3880 habitantes	(Vera, 2015)
Sacachún	120 habitantes	(Lino, 2020)
Cauchiche	700 habitantes	(MINTUR, 2017)
San Jacinto de Santay	250 habitantes	(Loaiza, J., & Chávez J., 2017)
Centro Shuar Tsuer Entsa Balao Chico	260 personas	(Vásquez, 2020)
Subida Alta	300 personas	(Quinde, 2020)

Fuente: Elaboración propia basada en información secundaria y primaria de las entrevistas

Considerando los datos obtenidos, la suma de habitantes da una población de 9920 personas como población meta. Se debe recalcar que según el INEC (2010) el 7,2% de los pobladores de Santa Elena usa internet y el 13,9% es el porcentaje de personas que usan Internet en Guayas.

Dicho lo anterior, la presente investigación utilizó el muestreo no probabilístico, debido a las medidas de restricción de movilidad existentes en el país. Este muestreo es el más accesible para recolectar información con encuestas, por ser “un procedimiento de muestreo que no ofrecerá una base para ninguna opinión de probabilidad de que los elementos en el universo tengan la oportunidad de ser incluidos en la muestra del estudio” (Etikan, I., & Bala, K., 2017, p. 1).

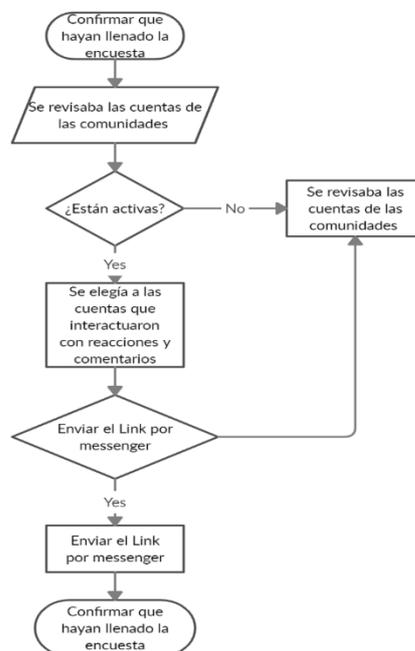
Por consiguiente, el diseño del muestreo no probabilístico fue el muestreo por juicio o intencional, el cual “se refiere a un proceso en el que los participantes son seleccionados

porque cumplen con los criterios predeterminados por el investigador como relevantes para abordar la pregunta de investigación” (Given, 2008, p. 562).

La información obtenida de las encuestas es válida debido a la naturaleza del muestreo intencional, donde la intención es la descripción de las comunidades por medio de una la construcción de una propia muestra. Así lo indica es Given (2008) “apropiado cuando los investigadores están interesados en estudiar los rasgos de un grupo específico y no necesariamente están interesados en extender los resultados a la población en general”. (p. 592)

Avanzando con el razonamiento planteado, la estrategia de muestreo intencional utilizada en las encuestas online fue “Muestreo de criterios: implica la búsqueda de casos o individuos que cumplan con un determinado criterio” Given, L. M. (Ed.). (2008) (p. 697). Con el fin de evitar sesgos en la investigación se usó el siguiente proceso para recopilar información:

Figura 2.3. Proceso de recolección de información de las encuestas online



Fuente: Elaboración propia

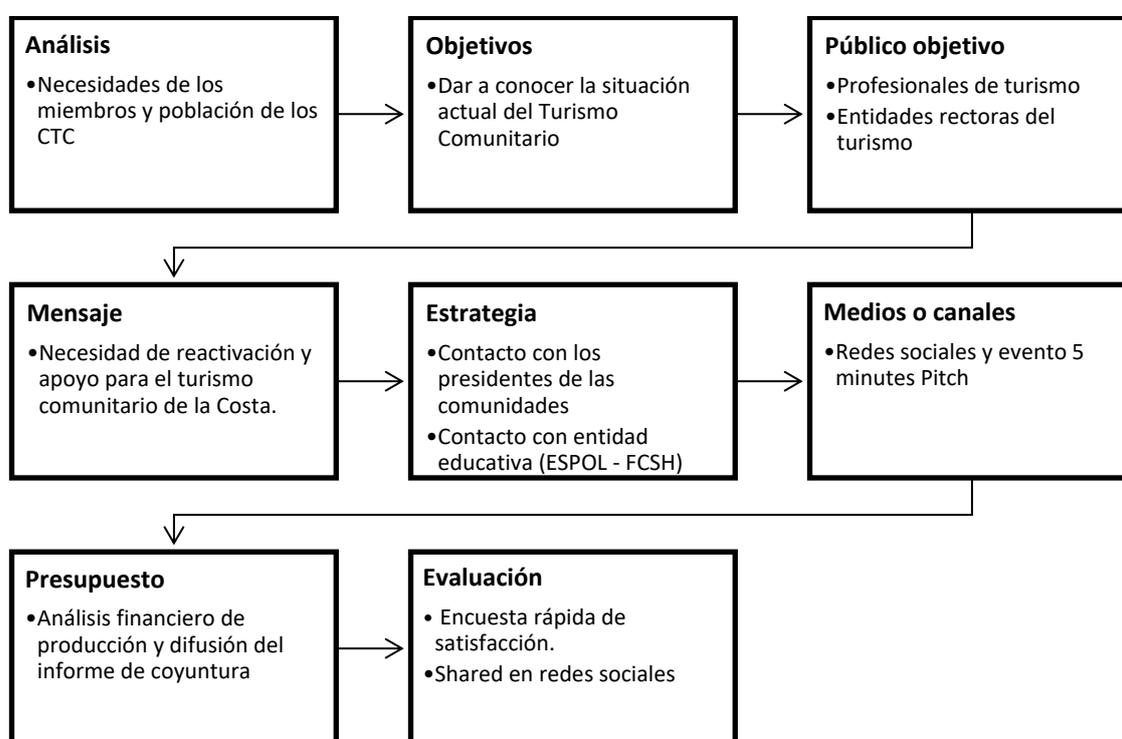
Muchas personas dijeron que querían colaborar con la encuesta, pero no tenían acceso a internet, como opción a ellos se les enviaba fotos con preguntas de la encuesta y ellos las iban respondiendo, así se pudo lograr un mayor número de encuestas.

Finalmente, se obtuvieron 175 encuestas de personas residentes en los CTC de Guayas y Santa Elena.

2.2.3 Plan de comunicación

Los CTC han sido impactados social y económicamente por el COVID-19. Dejando grandes necesidades en el turismo comunitario. Los miembros y población de las comunidades quieren que se escuche su voz. Por esta razón se plantea la comunicación y difusión de los resultados del informe de coyuntura de la siguiente manera:

Figura 2.4 Pasos para la preparación del plan de comunicación del informe de coyuntura



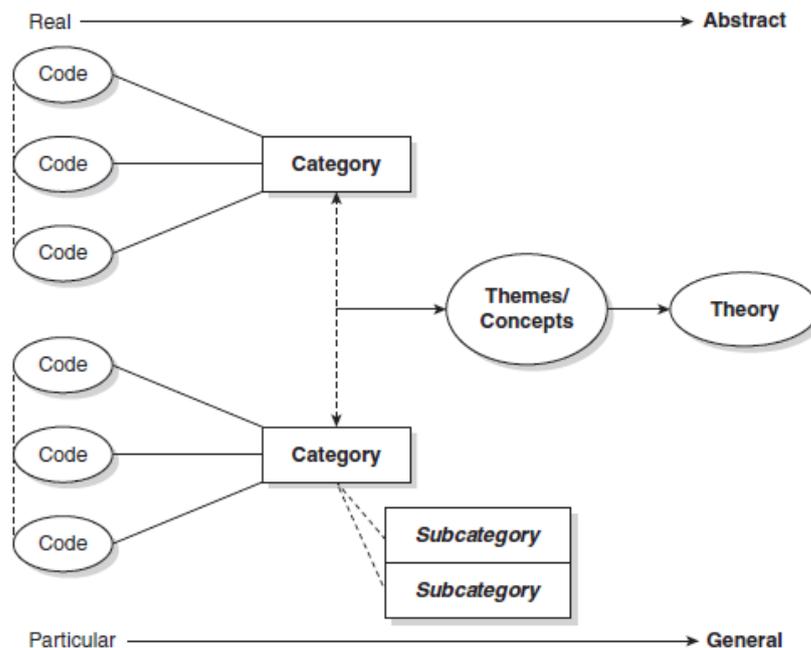
Fuente: Elaboración propia

2.3 Técnicas de análisis de datos

Los datos recolectados de las entrevistas se analizaron por medio de la técnica de códigos y codificación utilizados para los datos cualitativos. Saldaña (2015) explica que un código “es a menudo una palabra o frase corta que asigna simbólicamente un atributo sumativo, destacado, captador de esencia y/o evocador para una porción de datos visuales o basados en el lenguaje” (p. 4), por otra parte, la codificación son todos estos datos que han sido puestos como códigos y “es principalmente un acto interpretativo” (Saldaña, 2015, p. 5).

Con base a estas características técnicas, se analizó la información obtenida de las entrevistas. A continuación, se presentan con más detalle el proceso:

Figura 2.5 Proceso de codificación aplicados a las entrevistas



Fuente: Saldaña, J. (2015).

En relación con las encuestas online, los datos se analizaron automáticamente, con la aplicación de “Google Forms”, este sistema generó un Excel automático que clasificó las respuestas obtenidas. Así lo afirman Regmi, *et al.* (2016), diciendo que las encuestas online “brindan la capacidad de exportar respuestas a una base de datos compatible, elimina los errores de transcripción y evita la modificación de la encuesta por parte del participante” (p. 2), siendo este el procedimiento de análisis utilizado en las encuestas.

Siguiendo con las encuestas, existían respuestas abiertas, que se codificaron por las que más se repiten, usando un número que representa cada respuesta dada.

2.4 Criterio de rigor y ética

La aplicación de criterios de rigor y ética en la investigación otorgó validez y calidad a la información obtenida ya que hubo un cuidado riguroso cuando se realizaron la obtención, análisis y el procesamiento de datos. Así mismo, estos criterios otorgaron seguridad y confianza a los sujetos estudiados para participar en el estudio.

2.4.1 Rigor

Noreña, *et al.* (2012) menciona a la credibilidad, confirmabilidad y relevancia como criterios de rigor. Estos 3 criterios han sido empleados en la presente investigación, a través de información reconocida como honesta y real por los participantes sobre su convivencia con el COVID-19. También con la confirmabilidad aplicada en la transcripción real de los datos de las entrevistas. Por último, la relevancia con el cumplimiento de los objetivos generales y específicos y que los resultados colaboren a aumentar los conocimientos.

2.4.2 Ética

Noreña, *et al.* (2012) “La ética busca el acercamiento a la realidad del ser humano de manera holística y con mínima intrusión, otorgando libertad a los participantes y considerándolos sujetos, no objetos de estudio” (p. 9). Entre los criterios éticos, se determinó que hubo de por medio un consentimiento informado a cada participante, que contenía el respeto a la confidencialidad si los participantes así lo deseaban.

Gracias a esta protección, las personas brindaron información transparente para dar veracidad a la investigación, incluyendo el respaldo de las entrevistas grabadas para su resguardo.

2.5 Validación

El informe de coyuntura con los resultados de la investigación fue basado en un proceso de retroalimentación con expertos y beneficiarios. Es decir, se obtuvo una revisión exhaustiva de parte de los docentes: Mathías Pecot, Mariela Pérez y Donald Zhangallimbay, quienes dieron sus observaciones y mejoras en cuanto a contenido, forma y redacción del escrito.

Una vez hechas las correcciones respectivas se envió el borrador del documento a los líderes comunitarios con el fin de conocer su opinión y el reflejo de su realidad en el mismo.

Todo este proceso utilizó la comunicación por correo electrónico y llamadas telefónicas y los resultados fueron tomados en cuenta para perfeccionar el informe de coyuntura.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

El turismo comunitario de Guayas y Santa Elena recibió impactos inesperados. Los actores turísticos de los CTC vieron sus actividades totalmente paralizadas y, la población local que se involucra indirectamente en el turismo también sufre de los impactos del COVID-19.

El presente capítulo contiene los resultados obtenidos de 8 entrevistas a los presidentes, también 21 entrevistas a proveedores de servicios y 176 encuestas de la población local de los CTC de Guayas y Santa Elena. El trabajo de campo se realizó en 4 semanas desde el 13 de julio hasta el 7 de agosto.

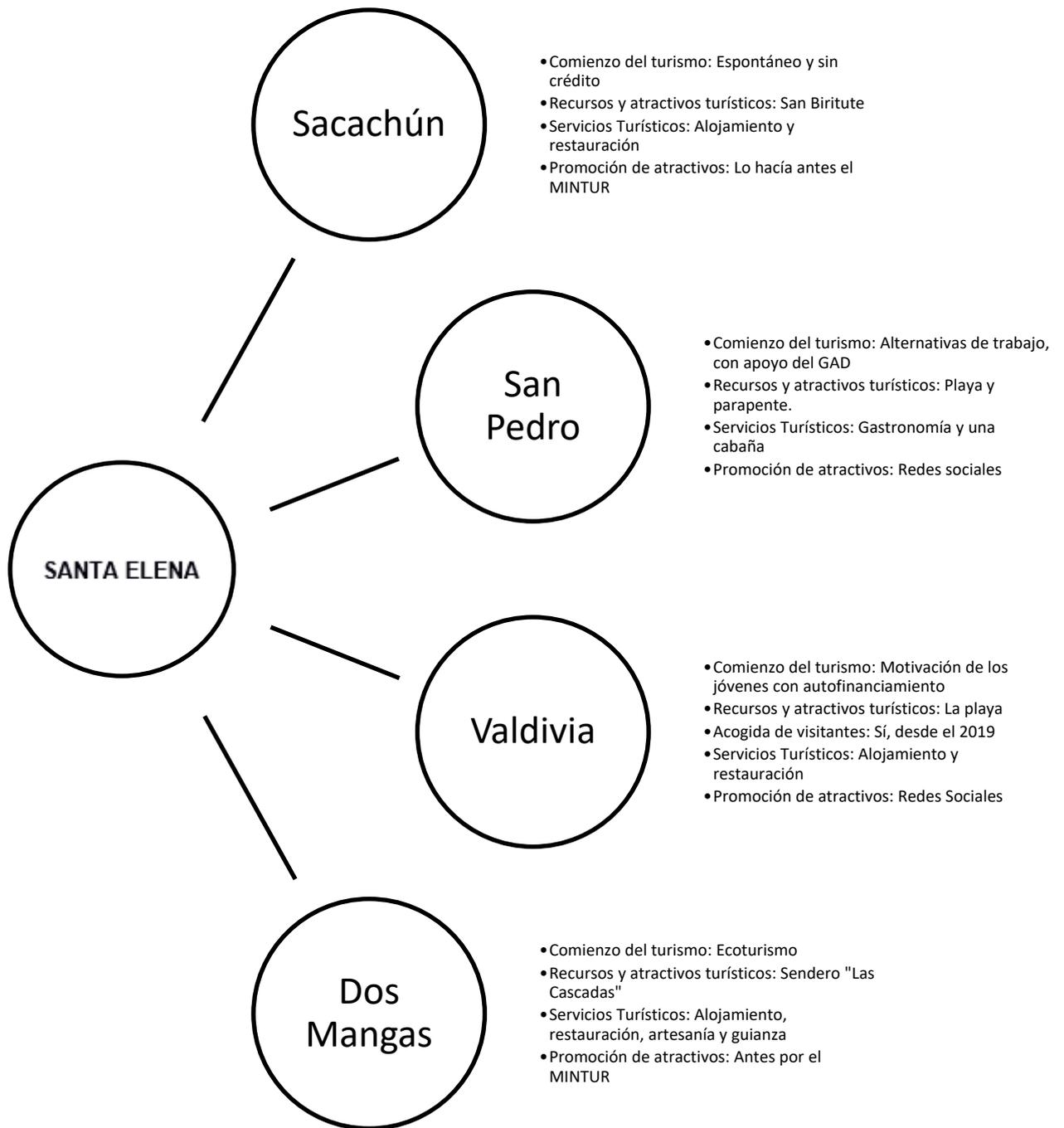
Recopilar data de las necesidades, percepciones e impactos del COVID-19

Se consiguió alcanzar el primer objetivo específico del proyecto mediante la recolección de información que se presenta desde los temas 3.1 al 3.5 a continuación.

3.1 Características de los CTC de Guayas y Santa Elena

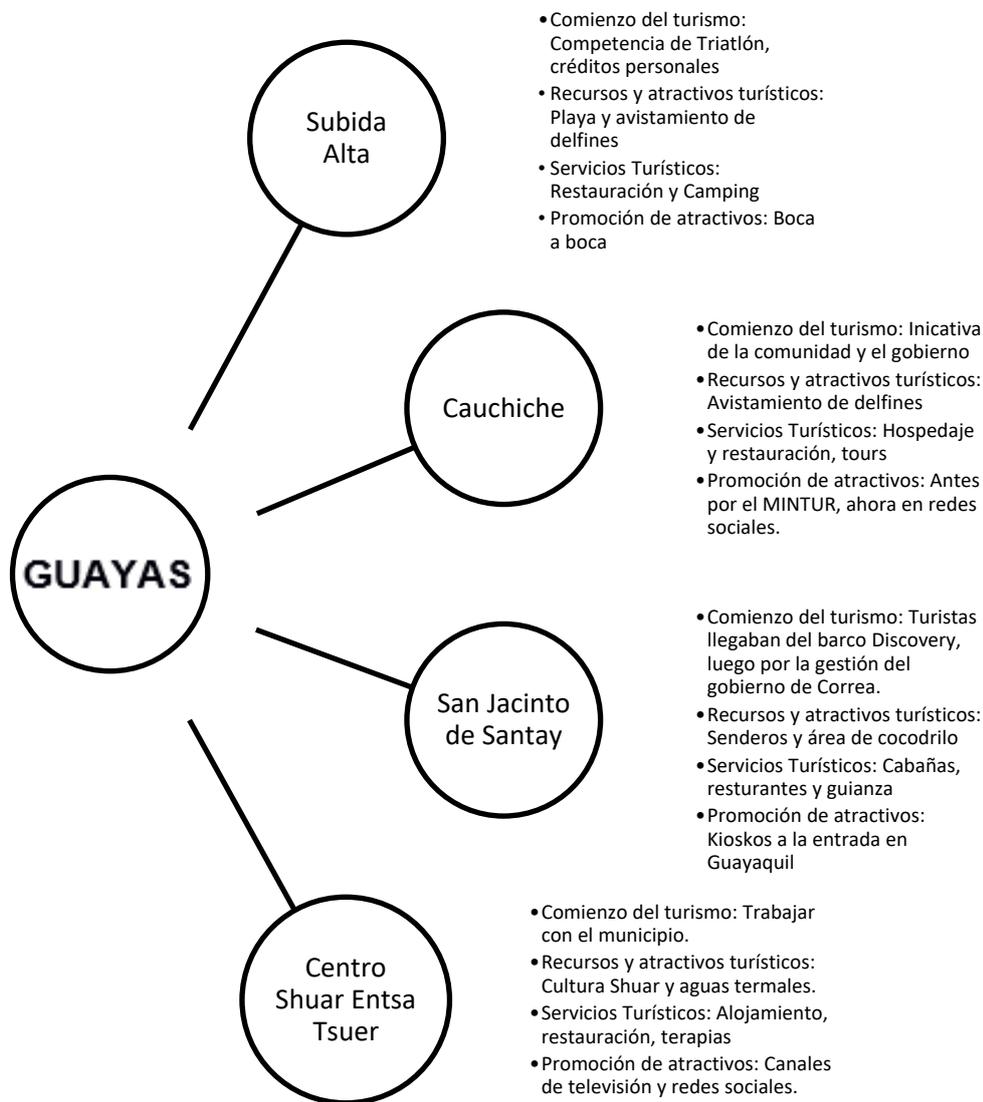
En el ámbito descriptivo, se logró obtener información del comienzo del turismo comunitario en los CTC, atractivos y la forma de promocionar su turismo.

Figura 3.6 Taxonomía de los Centros de Turismo Comunitario de Santa Elena



Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas con los presidentes de los CTC

Figura 3.7 Taxonomía de los Centros de Turismo Comunitario de Guayas antes de la pandemia



Fuente: Elaboración propia con base a las entrevistas con los presidentes de los CTC

3.2 Crisis humanitaria en los CTC

En las comunidades, los problemas sociales se han agravado debido a las medidas de restricción de movilidad por el COVID-19. Algunos de los CTC, presentan mayores efectos negativos, no solo en el ámbito turístico por la falta de trabajo. Sino que, los impactos van más allá con problemas de escasez de servicios básicos como agua y luz. También la deficiente conexión a la telefonía móvil y de internet.

Las comunidades, por ser rurales, se encuentran lejanas a los centros médicos y por la cuarentena que se ha llevado a cabo en las comunidades causa complicaciones en la salud al no tener una disponibilidad de centros médicos. A esto, se le suma la inaccesibilidad a los alimentos, lo que complica la vivencia de los residentes.

Tabla 3.9 Comparación de la situación turística en los CTC

SANTA ELENA				
Comunidades	Sacachún	San Pedro	Valdivia	Dos Mangas
Situación	<i>“no hay ingresos de visitantes en la comuna”</i>	<i>“San Pedro cuenta con alrededor de 49 muertos es decir con la comuna de mayor habitantes que fallecieron”</i>	<i>“Nos habíamos preparado de una manera bastante fuerte para atender a los turistas, pero al no ser así, los compañeros que se estaban activando en el sector playas cerraron y hasta la fecha sigue cerrado va a costar nuevamente levantarnos.”</i>	<i>“En el sector turístico va a afectar un poquito primero que las personas que venden comidas, estas ya se han comido el dinero que tenían en ventas”</i>
GUAYAS				
Comunidades	Subida Alta	Cauchiche	San Jacinto de Santay	Centro Shuar Tsuer Entsa
Situación	<i>“Cerramos totalmente el acceso a nuestra comunidad no solo al turismo sino también a todas las personas familiares que se quedaron fuera de la comunidad”. “Por lo que no hay una autoridad competente que de control a los visitantes”</i>	<i>La actividad más vulnerable, la más afectado es la de los botes nos pusimos en cuarentena aquí y la gente salía en botes solo para abastecerse en Posorja y regresar.</i>	<i>“ahora estamos a oscuras, mire que hubo un incendio aquí en la isla se quemó una casa una vivienda porque no tenemos luz ahorita con velas nos estamos alumbrando” (...) “no hay guardias no hay policías, antes había guardias y policías que sacaban la basura y la llevaban afuera y ahora no hay nada hasta horita”</i>	<i>“Nosotros estamos viviendo sobreviviendo de las plantas medicinales, muchas personas vienen aquí por llevar una medicina y hacerse curar de la pandemia también, hemos tratado mucho pacientes de aquí mismo de la comunidades”</i>

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas con los presidentes de los CTC

3.3 Colaboraciones

De manera general, las colaboraciones recibidas en los CTC fueron de parte de GAD Municipales y Parroquiales, escasamente los presidentes comunales nombran al gobierno nacional.

Figura 3.8 Colaboraciones a los CTC durante la pandemia



Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas con los presidentes comunitarios

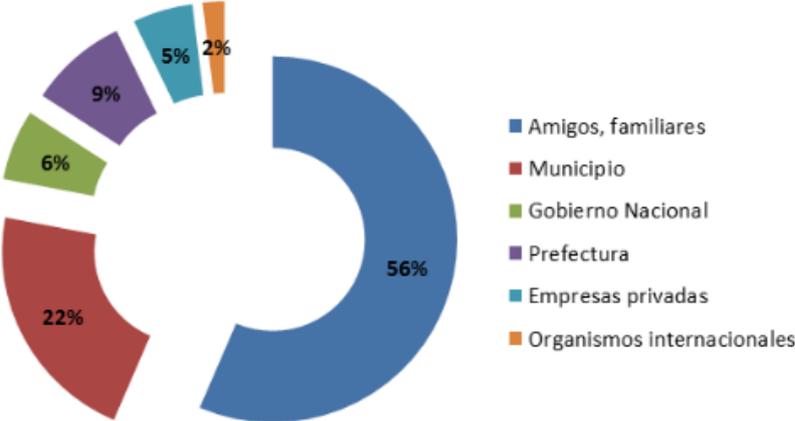
Por otra parte, estas mínimas colaboraciones han causado que sean otras entidades las que brinden la mano en los CTC. Destaca DP World Posorja, en la provincia del Guayas que, por encontrarse cercana a la Isla Puná, es una entidad que está apoyando a las comunidades de Cauchiche y Subida Alta, que prestó sus servicios humanitarios por medio de raciones alimenticias y capacitaciones. Adicional a esto, en Cauchiche se recibió ayuda de parte de la Fundación Ecuador Salva la Vida y de la embajada de Hungría.

En la provincia de Santa Elena, las comunidades de Valdivia y San Pedro tuvieron ayuda por parte de proyectos de vinculación de la ESPOL en gestión con la profesora Gina Andrade. Así mismo, estas comunidades de Santa Elena tienen ayuda de Comité de Operaciones Wuancavilcas de Emergencia (COWE), un comité que se creó de la autogestión de varias comunidades de Santa Elena, con el objetivo de dar frente a los impactos del COVID-19.

3.4 Percepción de abandono

La cobertura de ayuda de parte de las entidades municipales no ha podido llegar a todos los residentes de los CTC, incluyendo gran parte de proveedores turísticos. Por esta razón se ha ocasionado una sensación de olvido y abandono por la falta de colaboración económica y social.

Figura 3.9 Colaboraciones recibidas durante la pandemia

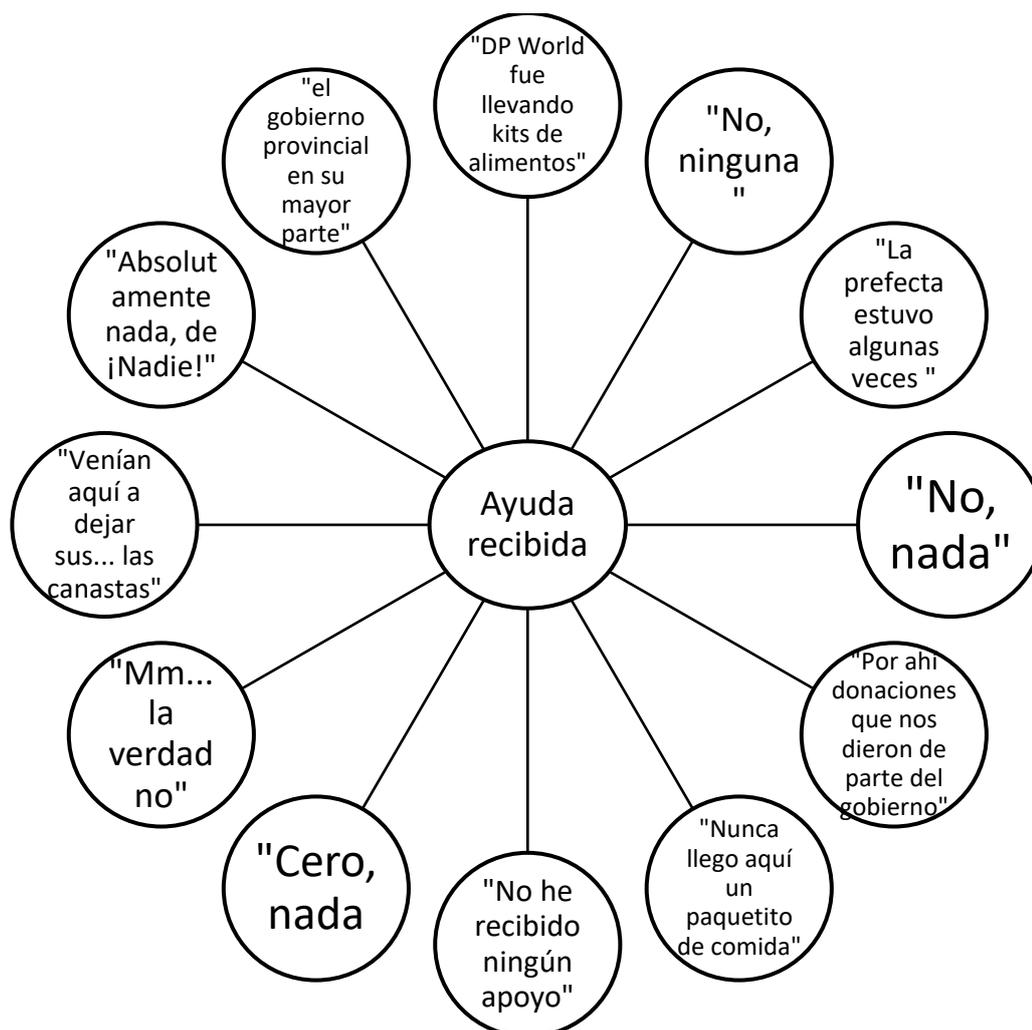


Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas

Más de la mitad de los pobladores (56%) mencionan que la ayuda recibida desde el inicio de la pandemia es de parte de sus amigos y familiares y solo un (22%) menciona al municipio. Mientras que hubo poca ayuda recibida del gobierno y la prefectura.

También, gran parte de los proveedores no recibió ningún tipo de ayuda durante la pandemia. Y los que la han recibido, dicen que solo fueron raciones alimenticias para la subsistencia básica, pero no tienen colaboraciones para la gestión y reactivación de sus emprendimientos turísticos, que mantienen cerrados.

Figura 3.10 Ayuda recibida para los proveedores de servicios de los CTC



Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas con los proveedores de servicios

3.5 Crisis económica

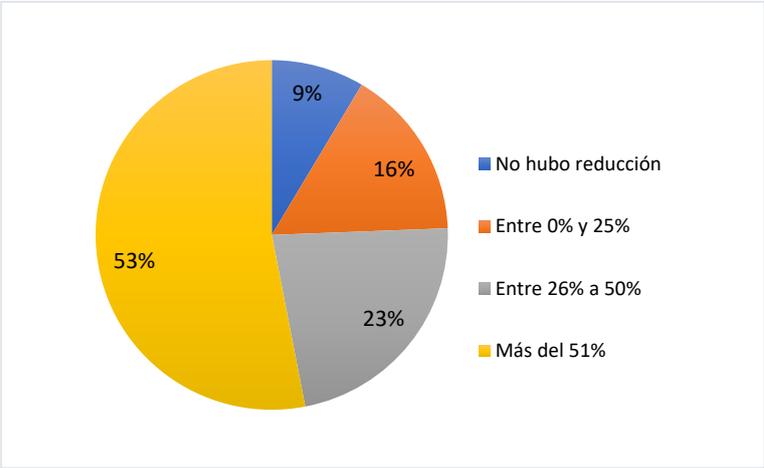
Los miembros de las comunidades tienen un decrecimiento económico y su situación se encuentra inestable porque la pandemia ha afectado económicamente de diversas formas al turismo comunitario. En cada uno de ellos se muestra una reducción de ingresos económicos, aumento de gastos, falta de créditos, y desempleo suponiendo un riesgo al sustento de las familias.

3.5.1 Reducción de ingresos

La mayor parte de los pobladores (92%) tuvo una reducción de sus ingresos mensuales. En contraste, con solo un 9% que dijo que sus ingresos no tuvieron reducción. Esta disminución fue para unos en mayor medida que otros, recalcando que el 53% afirman

que perdieron más de la mitad de su sueldo mensual. Puesto que muchos de ellos perdieron su trabajo y otros les tocó suspenderlo temporalmente.

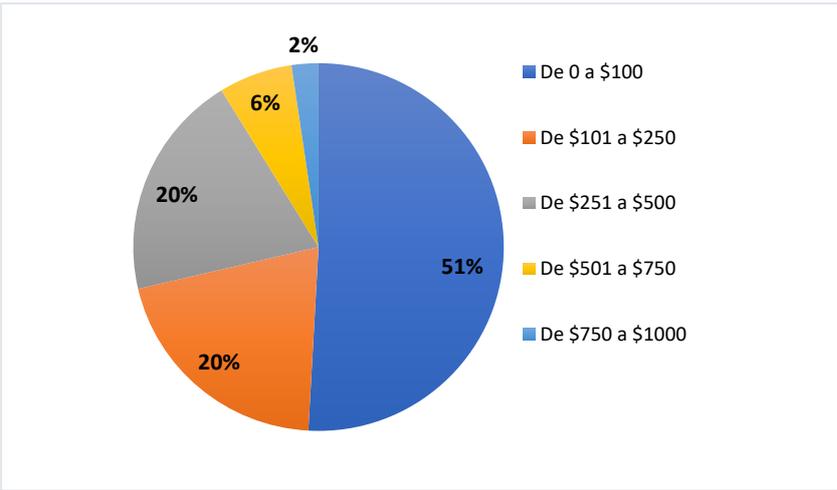
Figura 3.11 Reducción de ingreso de los residentes durante la pandemia



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas

A causa de esta reducción, el sueldo que el 71% de los pobladores están ganando ahora con la pandemia oscila entre 0 a 250 dólares. Es decir, que los residentes se encuentran ahora por debajo de la línea de la pobreza.

Figura 3.12 Ingreso mensual de los residentes durante la pandemia



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas

3.5.2 Paralización del trabajo

El aislamiento en las comunidades llegó a medidas extremas, en ocasiones cerrando totalmente la salida y entrada de personas a los CTC, con el fin de prevenir los contagios.

Sin embargo, ocasionó que los trabajos estén paralizados y cerrados. Debido a que, existió restricción del uso como playas piscinas, senderos entre otros sitios turísticos, como consecuencia muchas personas necesitaron de colaboración para poder subsistir en los meses que las medidas fueron más fuertes.

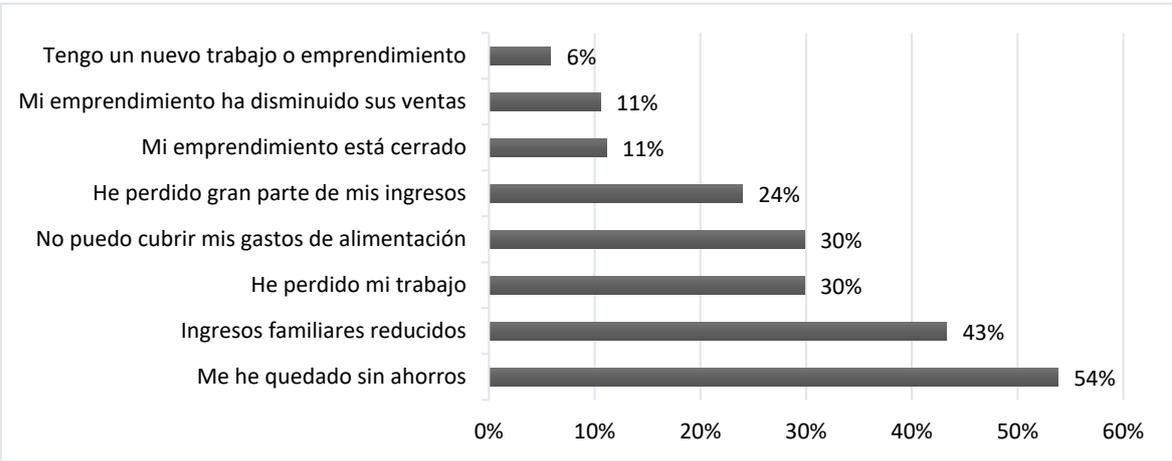
Tabla 3.3 Testimonios de aislamiento en los CTC

<i>“Tuvimos que como gobierno comunal cerrar las vías y solamente dejar pasar exclusivamente las personas que tenían que dar los insumos básicos de primera necesidad”.</i> Merchán (2020). Comuna Dos Mangas
<i>“Cerramos totalmente el acceso a nuestra comunidad no solo al turismo sino también a todas las personas familiares que se quedaron fuera de la comunidad”.</i> Quinde (2020). Subida Alta
<i>“Pusimos un control, un filtro para evitar que tanta gente entre a nuestras comunidades”</i> Lino (2020). Comuna Sacachún.

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas con los proveedores de servicios

Además, los pobladores corroboran que un 30% ha perdido su trabajo durante la crisis, un 11% mantiene sus emprendimientos cerrados. En contraste con los que han podido laborar un 11% dice que su emprendimiento ha disminuido sus ventas.

Figura 3.13 Afectación económica de los pobladores



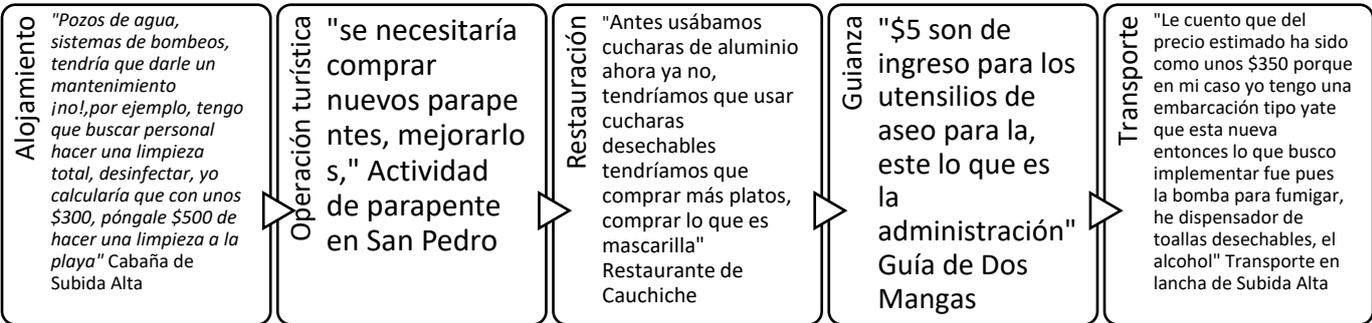
3.5.3 Aumento de gastos

Se han aumentado los gastos para los prestadores de servicios turísticos quienes con la reactivación deben de implementar nuevas medidas de bioseguridad entre las que está la compra de alcohol o gel desinfectante, mascarillas, desinfectante de calzado, y todo

lo que esté detallado en los protocolos de bioseguridad de cada una de sus actividades turísticas.

Además de que, cada una de las actividades turísticas tiene gastos propios de sus emprendimientos ya sea cabañas, restaurantes, transporte etc. ellos detallan que sus nuevos gastos están en insumos, víveres, mantenimiento de equipos, limpieza, entre otros.

Figura 3.14 Gastos de los proveedores de servicios



Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas

3.5.4 Insuficiencia de financiamiento

Los miembros de los CTC que se han quedado sin ahorros y no cuentan con un capital propio desean acceder a créditos para la reapertura de sus servicios y emprendimientos que le ayude a cubrir sus gastos.

Sin embargo, consideraron que por los impactos económicos y la incertidumbre que se vive por el COVID-19, no tienen la capacidad de pagar las cuotas que estos préstamos implican.

Tabla 3.10 Opinión de los créditos

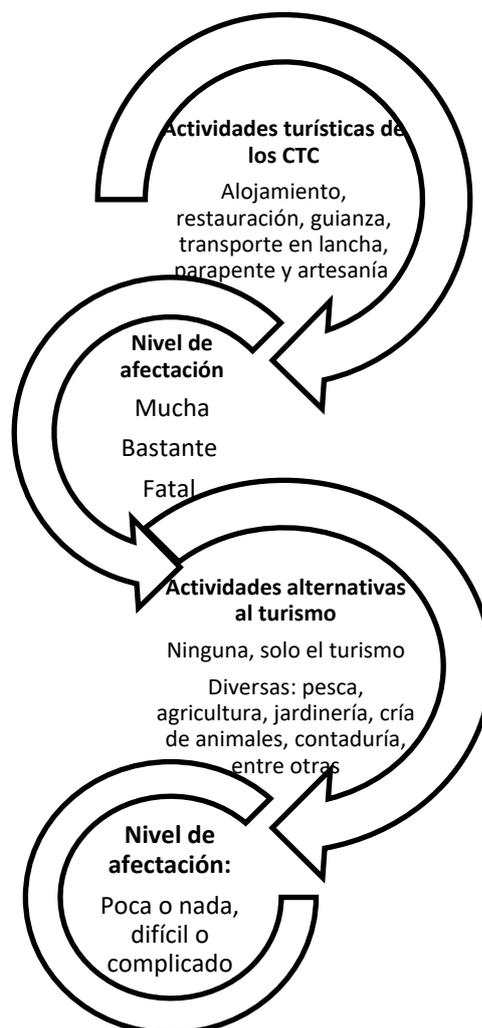
<p><i>"Bueno, si porque pero que sea accesible con cuotas de pagos accesibles". Baque (2020). Comedor de Subida Alta.</i></p>
<p><i>"Un crédito de \$400 a \$500 con cinco meses más que sea de gracia" Valero (2020). Comedor de San Pedro.</i></p>
<p><i>"Endeudarme personalmente chuta sería terrible porque yo voy a adquirir una deuda ósea haciendo un crédito voy a adquirir una deuda que no voy a poder pagar" Viveros (2020). Administrador del Museo en Valdivia.</i></p>

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas de los proveedores de servicio

3.6 Diversificación de actividades productivas

La nula afluencia turística en los CTC trae como consecuencia una búsqueda de alternativas de trabajo o actividades que generen ingresos. Ya que de acuerdo con los presidentes y prestadores de servicios, existe poca afectación en este tipo de actividades.

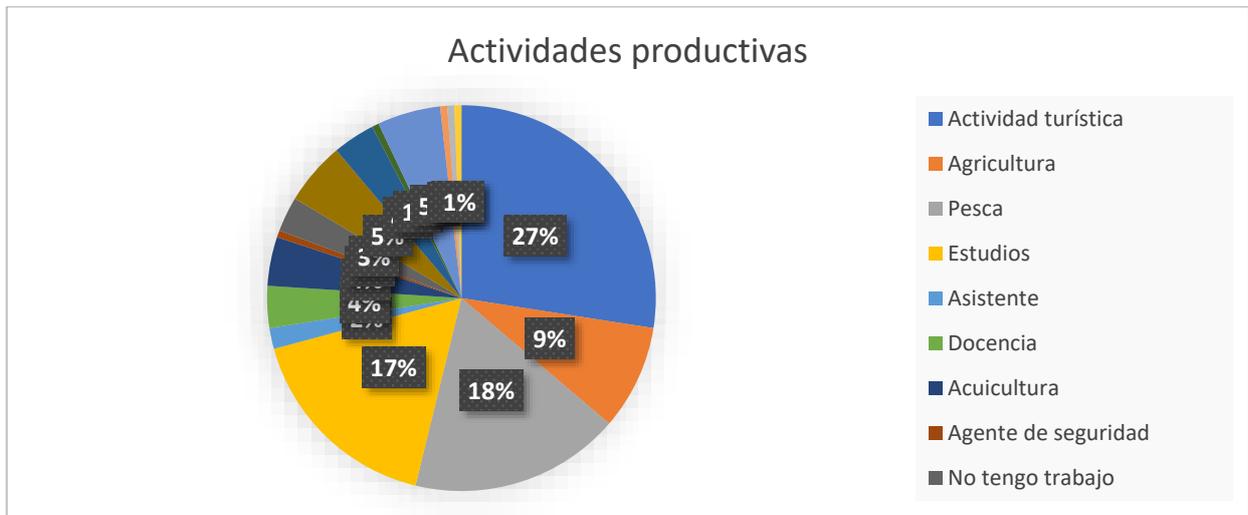
Figura 3.15 Red de actividades productivas de los CTC y afectaciones por el COVID-19



Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas con los proveedores de servicio

Entre las actividades a las que se han dedicado los prestadores de servicios y la población local de los CTC destacan: la pesca (18%) y agricultura (9%). Entre otras actividades diversas, que se han presentado como oportunidad de generar ingresos: estudios, docencia, acuicultura, cría de animales y plantas etc.

Figura 3.16 Actividades productivas de la población de los CTC.



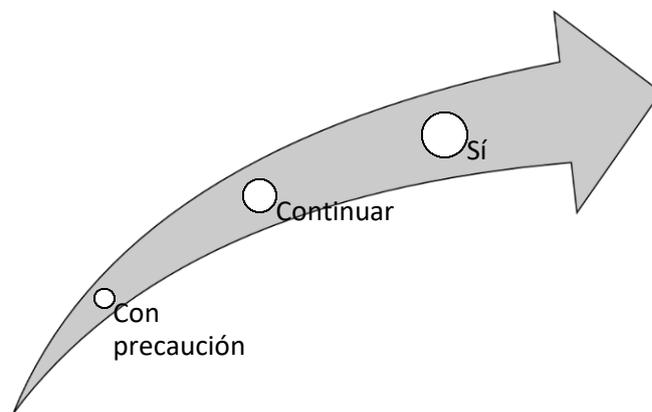
Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas

Sin embargo, una parte de los prestadores de servicios, no tuvieron o buscaron alternativas de generación de ingresos económicos durante la pandemia, trayendo así, el dilema de la dependencia en el turismo, lo que empeora la permanencia de los negocios turísticos. Así mismo, en los residentes se puede notar que un 25% se dedica únicamente al turismo.

3.7 Escenario de reactivación turística

La reactivación del turismo comunitario es una acción que se desea realizar por las comunidades turísticas de Guayas y Santa Elena, sin embargo, esto también representa gastos nuevos que antes no se tenía pensado, lo que trae nuevas necesidades para los miembros de los CTC.

Figura 3.17 Aceptación del turismo para la reactivación turística



Fuente: Elaboración propia con base a las entrevistas

Los presidentes de los CTC aceptaron continuar trabajando en turismo en las comunidades. Es necesario una readaptación y reactivación del turismo comunitario para que puedan continuar laborando de forma sostenible en los CTC, sin la esperanza de una gran afluencia de turistas. Puesto que mientras el COVID-19 siga en Ecuador, y sin una vacuna la actividad turística será equilibrada.

Es importante conocer las medidas que se implementaran en los CTC de Guayas y Santa Elena una vez que den reapertura a sus actividades, estos parámetros son:

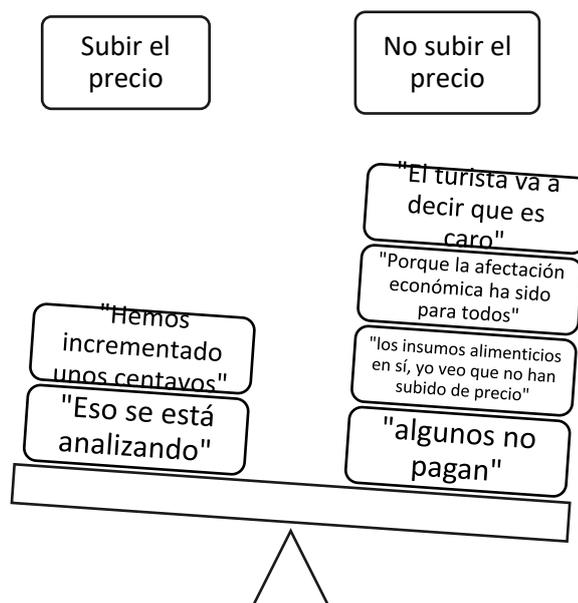
Tabla 3.11 Explicación de medidas para repertura turística

<i>“Como comuna tenemos desinfectantes”, “pusimos un control, un filtro para evitar que tanta gente entre a nuestras comunidades” Lino (2020). Comuna Sacachún.</i>
<i>“Preparase en protocolos de bioseguridad y una vez preparados implementarlos para que se lleve de una manera segura.” Reyes (2020). Comuna Valdivia.</i>
<i>“Medidas de seguridad y para los turistas, capacitar a personas para que estén listos y preparados de pronto hay personas que son vulnerables para covid19, entonces estas personas ya están capacitadas para poder atender” Vásquez (2020). Centro Shuar Tsuer Entsa Balao Chico.</i>
<i>“Cuidándonos, poniéndonos las mascarillas, tenemos nuestro alcohol, en nuestra personalidad, cada cual, digamos lavarnos las manos, si eso sí nosotros mismos” Rodríguez (2020). Comunidad de Santay.</i>

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas con los proveedores de servicios

Como consecuencia a esta situación, estas medidas son gastos adicionales a sus establecimientos o emprendimientos, que representan un capital adicional que deben invertir. Por ello, pueden considerar un aumento de precio de sus actividades, sin embargo, la mayoría de los proveedores turísticos no tiene como opción el subir el precio.

Figura 3.18 ¿Considera subir el precio?

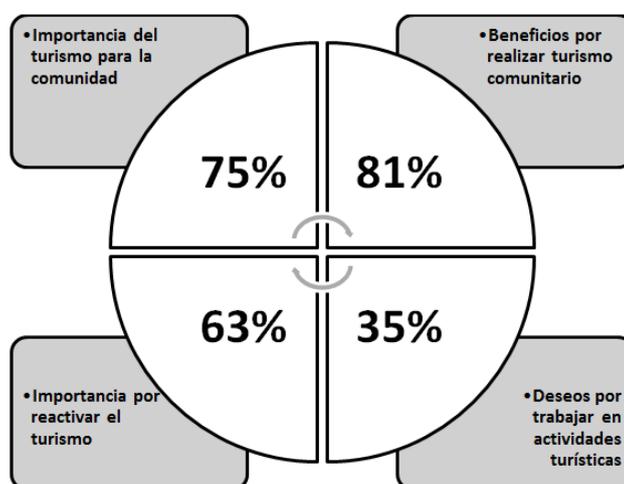


Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas con los proveedores de servicios

Para la población local, también es importante el comienzo de actividades turísticas. Las comunas de Guayas y Santa Elena manifestaron a través del 75% que están totalmente de acuerdo de que el turismo es una actividad importante para ellos. Debido a que al 81% les trae beneficios practicar turismo.

El 63% de la población local dijo que están de acuerdo con volver a recibir turistas. Y quienes laboran en turismo tienen deseos en volver a trabajar en actividades turísticas.

Figura 3.19 Matriz del turismo para la comunidad.



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas

El dejar de recibir turistas ha creado nuevas necesidades para los CTC. A esto se le suma el ingreso económico reducido, los gastos adicionales y daños en infraestructura hacen que los proveedores sientan las siguientes necesidades:

Figura 3.20 Necesidades de reactivación turística



Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas de los proveedores de servicio

Transformar la recolección de data en información, por medio de un trabajo de codificación y análisis de datos

Para concluir con los resultados, las figuras, tablas y gráficos del capítulo 3 corroboran que se cumplió con el segundo objetivo del proyecto a través del uso de técnicas de data display.

3.8 Discusión de los resultados

Las entrevistas a los presidentes dieron resultados generales de los impactos en toda la comunidad. Muchas veces estos dirigentes afirmaron recibir ayuda, lo que se contrastaba con las opiniones de los proveedores de servicios, que muchos de ellos no han sido vistos por ninguna institución pública ni privada.

Algo semejante ocurre con los resultados de los presidentes quienes otorgaban información susceptible sin problemas, y cuando se preguntaba a proveedores, ellos

afloraban sus emociones con cada pregunta, que visualizaba nuevos problemas del sector turístico.

Las entrevistas daban una visión subjetiva de los impactos económicos y sociales, el proceso de entrevistas a proveedores se complementaría mejor con una encuesta con información cuantitativa.

En relación con las limitaciones presentadas en el proceso de investigación, estas se dieron principalmente por no realizar un trabajo de campo presencial; se generó desconfianza y falta de entrevistas y encuestas.

En las entrevistas, se dificultó el conseguir los contactos, ya que estos eran dados por los presidentes que ya habían sido entrevistados. Muchas veces, los contactos de proveedores no eran la cantidad exacta de emprendimientos que laboran en los CTC, o también el tiempo para pasar los contactos era muy largo lo cual limitaba la recolección oportuna de datos.

Así mismo, para las entrevistas con el Centro Shuar Entsa Balao Chico, como comunidad declaraban que no daban entrevistas a estudiantes, sólo a medios televisivos y prensa, sin embargo, se pudo obtener entrevistas con el presidente y con un proveedor de servicio.

Otro problema específico se dio con la comunidad San Jacinto de Santay, quienes por ser un área protegida se limitaban a dar entrevistas a estudiantes, se debió sacar un permiso especial con el Ministerio del Ambiente para proseguir, proceso que no se pudo dar por tener poco tiempo para la recolección de información.

Por otra parte, las limitaciones de las encuestas fueron relevantes, porque sólo se pudo conseguir 176 respuestas, en las que no hubo ninguna respuesta de las comunidades Sacachún, ni San Jacinto de Santay. Las dificultades de hacer una encuesta online, en comunidades rurales, causó que haya pocas o nulas respuestas.

3.9 Análisis de costos

La elaboración y difusión de un informe de coyuntura requiere de una inversión para lograr el alcance deseado y la calidad de la información. Con el fin de detallar el presupuesto necesario, se presenta la siguiente tabla:

Tabla 3.12 Análisis de gastos de la producción y difusión del informe de coyuntura

	Informe de Costos			
	Desde mes junio hasta septiembre del 2020			
	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Inversión				
Capital propio	\$149,00	\$309,00	\$149,00	\$179,00
Gastos				
Gastos de internet	\$25	\$25	\$25	\$25
Gastos de servicio básico	\$62	\$142	\$62	\$62
Telefonía		\$80		
Luz eléctrica	\$62	\$62	\$62	\$62
Gastos por otros servicios				\$30
Impresión de informe coyuntural				
TOTAL, GASTO	\$149,00	\$309,00	\$149,00	\$179,00
Total I-G	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

Fuente: Elaboración propia

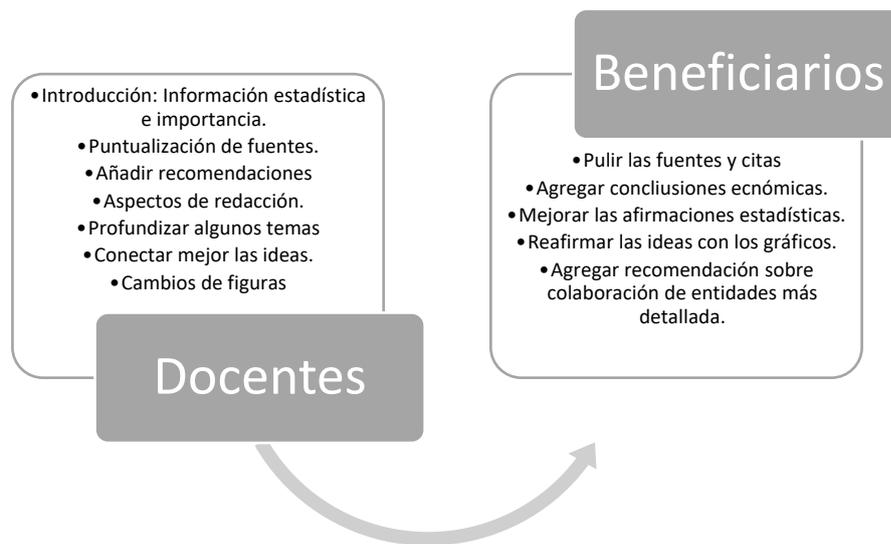
En dicha tabla, la inversión inicial de las 3 estudiantes que participaron en la elaboración del informe de coyuntura, en la que se incluye equipos de cómputo y celulares. Luego se detallan los gastos básicos para recolectar información que son internet y servicio básico de luz de cada una de las participantes. Para terminar, están los gastos por otros servicios, conformados por la publicación y difusión del informe en las redes sociales de la FCSH y el CIEC.

De esta manera, se cumple con el objetivo 3 del proyecto sobre la elaboración de un plan de comunicación del informe coyuntural.

3.10 Validación

La validación del informe de coyuntura fue clave para el perfeccionamiento y evidenciar las realidades del turismo comunitario y el COVID-19. Este proceso obtuvo los siguientes resultados:

Figura 3.21 Retroalimentación del informe de coyuntura



Fuente: Elaboración propia en base a la validación

En cuanto a la representación de la realidad en el informe se obtuvo que existía información que no se mencionó en las entrevistas y encuestas cómo la colaboración de entidades externas adicionales que apoyaron a las comunas, pero en general la información del prototipo si evidencia la realidad de las comunidades.

Tabla 3.13 Testimonios sobre el reflejo de la realidad de los beneficiarios

"Entidades externas: fundación Ecuador Salva La vida, ayudo con donaciones y kit para las comunas" Comuna Cauchiche.
"Bastante interesante... y apegado con la realidad que se vivió en esos momentos" Comuna Valdivia.

Fuente: Elaboración propia en base a la validación

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al terminar el proceso de análisis de la información y obtener detalladamente los impactos económicos y sociales que reflejaran la situación real del turismo comunitario y el COVID-19. Se presentan las principales conclusiones y recomendaciones del presente proyecto.

4.1 Conclusiones

- El informe de coyuntura refleja los impactos económicos y sociales de turismo comunitario a través de temas concretos que se obtuvieron con un proceso de data análisis y estadística descriptiva. También, la información es relevante por el uso de criterios de rigor y ética, y un procedimiento de validación ejecutados por actores clave.

Con el fin de otorgar visibilidad de las realidades del turismo comunitario y la pandemia del COVID-19. La investigación y el informe de coyuntura concluye que:

- Las medidas de restricción agudizaron los problemas sociales en las comunidades generándose una crisis humanitaria. Algunos casos que se suscitaron fueron: escasez de servicios básicos, poca accesibilidad a la salud pública y medicamentos, indisponibilidad de alimentos, entre otros. La prolongación de la crisis pone en riesgo el bienestar de los comuneros.
- Otro rasgo es la crisis económica, por la paralización del trabajo en servicios turísticos que mantienen cerrados. Lo que trae consigo desempleo, reducción de ingresos económicos, aumento de gastos y falta de financiamiento dirigida a las comunidades.
- No obstante, la resiliencia en las comunidades ha emergido con el apoyo de familiares y amigos. También por la autogestión del COWE en Santa Elena y el apoyo de entidades externas como DPWorld Posorja. De igual modo, la diversificación del trabajo en las comunidades ha servido para la subsistencia de

los proveedores de servicios turísticos, quienes han hallado nuevas fuentes de ingresos.

Con el propósito de estimular la toma de decisiones de las comunidades para una regeneración del turismo durante la crisis. Se presentan las siguientes conclusiones estratégicas:

- Las entidades externas que han colaborado con los CTC son un actor clave para que se dé reapertura de la comunidad y servicios turísticos, Con ellos pueden crear un consenso que una a los líderes comunitario y prestadores de servicios.
- Los CTC se ubican en zonas rurales y de naturaleza con poco aforo de visitantes, el uso de las redes sociales en las comunidades es muy utilizado. Por ello se puede aprovechar una promoción estratégica de los CTC como sitio seguro, difundiendo los servicios turísticos que están implementando las medidas de prevención contra el COVID-19.
- Aprovechamiento de la autogestión de las comunidades cercanas para la reactivación del turismo comunitario.

4.2 Recomendaciones

- Para obtener una información más específica de los impactos económicos, se recomienda realizar encuestas a los proveedores de servicios turísticos. La que debe contener un formato específico para cada actividad turística dirigida a: alojamiento, restauración, guianza, transporte turístico sea acuático o terrestre; para eventos y actividades de aventura y de recreación.
- Es recomendable recolectar la información de manera presencial, al menos en las comunidades que se dificulta mucho más el acceso a Internet. Siempre llevando a cabo las normas de bioseguridad para evitar el contagio de COVID-19.
- Como conclusión de la investigación, sobre el financiamiento de las comunidades debe ir de la mano de una capacitación financiera para el adecuado manejo monetario en el turismo comunitario.

- Es preciso profundizar la factibilidad de implementar medios tecnológicos en las comunidades, debido a que será una medida indispensable para el futuro del turismo.

4.3 Discusión

Los resultados obtenidos en el aspecto económico son: existen una reducción masiva de ingresos en los pobladores donde el 53% se le disminuyó el sueldo a más de la mitad durante la pandemia. Otro impacto es la falta de trabajo en actividades turísticas y en otras actividades, con una pérdida del empleo en la población local del 30%.

Por último, la crisis económica y la incertidumbre ocasionan que los ahorros se hayan perdido. Por lo que hay una búsqueda constante de créditos en los prestadores turísticos quienes desean dar reapertura a sus emprendimientos. Pero ellos desean que sea accesible a su situación crítica con pagos de entre 5 a 6 meses de gracia.

Todo esto se debe a los nuevos gastos por los insumos de bioseguridad y aplicación de protocolos que deben implementar para reactivarse.

Figura 4.22 Resultados obtenidos



Fuente: Elaboración propia

Refiriéndose al ámbito social se encuentra una crisis humanitaria que se ha agravado con las medidas de contención del virus. Son problemas de servicios básicos acceso a salud y alimentación.

Otro dilema que se suscita en las comunidades es que muchas veces las colaboraciones no han llegado a todos los miembros de los CTC, creándose una percepción de desamparo de parte de las autoridades en momentos en que más se necesita una mano.

También, la presencia de entidades públicas que han colaborado en las comunidades es de parte de GAD Municipales, en dónde se han acercado con raciones alimenticias. Además, los comuneros cuentan con colaboradores externos como DP World Posorja en las comunas de la Isla Puná y de ESPOLE como institución educativa que está aportando en San Pedro y Valdivia.

La resiliencia propia de la Costa ha aparecido en los CTC, con una extenuante lucha contra el COVID-19 que se da de parte de familiares y amigos. De igual manera por medio de la autogestión se puede dar frente a los impactos como lo han hecho en Santa Elena con la fundación del COWE.

Para finalizar, la falta de turistas en los CTC ocasiona la búsqueda de actividades que generen ingresos, por tal motivo se realizan varios trabajos en las comunas que destaca la agricultura y la pesca.

En contraste con la revisión de la literatura, los resultados obtenidos sirven para colaborar con las brechas del conocimiento acerca de impactos reales económicos y sociales de las comunidades ecuatorianas. Ya que de acuerdo al artículo "The challenges facing indigenous communities in Latin America as they confront the COVID-19 pandemic" las comunidades específicamente indígenas en Latinoamérica necesitan conocer cómo sobrellevar la situación que garantice la salud y continuidad de los comuneros. Sin embargo, cada país cuenta con diversas comunidades con una cultura diferente que es necesario estudiar más a fondo en cada país cómo se vive en conjunto con el virus, y más quienes se sustentan del turismo.

Una brecha más es, la inexistencia de información sobre los impactos en comunas turísticas y rurales. Esto ha sido estudiado en África con el artículo "Impact of COVID-19 on tourism in Nepal"; aquí el autor se refiere a una necesidad de planificación, no solo turística si no que esté en conjunto con un plan de salud que no desborde este servicio.

Por lo que, el informe de coyuntura aporta a tener información basada en recolección primaria de los ciudadanos ecuatorianos que trabajan en turismo. Con el fin de crear estrategias para un adecuado manejo de la situación en el turismo comunitario de Ecuador y la pandemia.

También, "COVID-19, indigenous peoples and tourism: a view from New Zealand" es un artículo que hace énfasis en la comunidad indígena Maori, la cual se dedica al turismo. En el se recalca la importancia de la unión y colaboración en conjunto para salir adelante con el COVID-19. Sin dejar de lado las necesidades sociales y ambientales, las cuales deben estar presentes en la reactivación turística. Como aporte a la brecha del conocimiento de este documento se destaca el enfoque económico que se ha tomado en el informe de coyuntura, puesto que en el mencionado artículo se enfoca más al ámbito social.

Los resultados obtenidos dejan a pensar cuánto tiempo pueden mantenerse los impactos y cómo podrían agravarse o solucionarse en los CTC. También es importante indagar el nivel de adaptación a los cambios culturales que implican las medidas de bioseguridad, sin dejar de lado el ámbito de la innovación tecnológica que por la pandemia es un tema que no pueden dejar de lado los servicios turísticos.

Las posibles acciones de reactivación conjunta que los resultados obtenidos prevén en las comunidades es la resistencia y resiliencia. Con la autoorganización y unión comunitaria para que no se dejen vencer por el coronavirus. Una gestión que permita mejorar no solo los procesos turísticos sino también los procesos de salud que lleguen a cada comunero. Lo que implica una participación constante y disciplina para acatar las medidas que prevengan el contagio.

REFERENCIAS

- Aguirre, D., Benavidez, A., & Jara, C, (2012). EVALUACIÓN DEL USO TURÍSTICO Y RECREATIVO DEL MIRADOR DE SAN PEDRO. ESPOL.
- Alarco, J. J., & Álvarez-Andrade, E. V. (2012). *Google Docs: una alternativa de encuestas online. Educación Médica*, 15(1), 9-10.
- Bakar, N. A., & Rosbi, S. (2020). Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7(4).
- Baum, T., & Hai, N. T. T. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Budke, T. J. (2020). Tourism in a world with pandemics:. *Journal of Tourism Futures*, 8.
- Cabanilla Vásconez, E., & Garrido Cornejo, C. (2018). El turismo comunitario en el Ecuador.
- Carr, A. (2020). COVID-19, indigenous peoples and tourism: a view from New Zealand. *Tourism Geographies*, 1-12.
- Coraggio, J. L. (2011). Economía social y solidaria. *El trabajo antes que el capital*, 1, p133.
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167.
- Díaz, V. (2017). Tipos de encuestas y diseños de investigación.
- Elena, P. S. (2010). Dos Mangas. Obtenido de <https://www.santaelena.gob.ec/>: <https://www.santaelena.gob.ec/index.php/senderos-tur%C3%ADsticos>
- Etikan, I., & Bala, K. (2017). Sampling and sampling methods. *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 5(6), 00149.
- Given, L. M. (Ed.). (2008). *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*. Sage publications.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). *Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19*. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- INEC (2010). Fascículo Provincial Guayas. Ecuador en Cifras. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

INEC (2010). *Fascículo Provincial Santa Elena*. Ecuador en Cifras. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/santa_elena.pdf

Jones, P., & Comfort, D. (2020). The COVID-19 Crisis, Tourism and Sustainable Development. *Athens Journal of Tourism*, 7(2), 75-86.

Malhotra, N. (2016). *Investigación de Mercados* (Quinta edición ed.). Ecuador: Pearson Prentice Hall. Recuperado el, 31.

Meneses-Navarro, S., Freyermuth-Enciso, MG, Pelcastre-Villafuerte, BE, Campos-Navarro, R., Meléndez-Navarro, DM, y Gómez-Flores-Ramos, L. (2020). Los desafíos que enfrentan las comunidades indígenas en América Latina al enfrentar la pandemia de COVID-19. *Revista Internacional para la Equidad en Salud*, 19, 1-3.

MINTUR. (2017). Cauchiche un nuevo Centro Turístico Comunitario en Guayas. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/>: <https://www.turismo.gob.ec/cauchiche-un-nuevo-centro-turistico-comunitario-en-guayas/#:~:text=Cauchiche%20est%C3%A1%20al%20oeste%20de,lancha%2C%20que%20parte%20de%20Posorja>

Noreña, A. L., Alcaraz-Moreno, N., Rojas, J. G., & Rebolledo-Malpica, D. (2012). Applicability of the criteria of rigor and ethics in qualitative research. *Aquichan*, 12(3), 263-274.

Novick, G. (2008). Is there a bias against telephone interviews in qualitative research?. *Research in nursing & health*, 31(4), 391-398.

Rocha, C. M. (2015). *Metodología de la investigación*. Oxford University Press.

OMT. (2020). *Con especial enfoque en el impacto de la COVID-19*. Barómetro OMT del Turismo Mundial mayo 2020. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421831>.

OMT. (2020, 30 julio). *El turismo se reactiva: el 40% de los destinos han flexibilizado ya las restricciones de viajes*. <https://www.unwto.org/>: <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-se-reactiva-el-40-por-ciento-de-los-destinos-han-flexibilizado-ya-las-restricciones-de-viaje>.

Palacios, C. G. (2016). Turismo comunitario en Ecuador: ¿quo vadis?. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(4), 597-614.

Prado, R. (2020). Pérdidas en sector turístico de Ecuador se estiman este mes en más de 400 millones de dólares, dice ministra Rosi Prado. El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/03/30/nota/7799526/ministra-turismo-ecuador-sector-turistico-perdidas-coronavirus>.

Prideaux, B., Thompson, M., & Pabel, A. (2020). Lessons from COVID-19 can prepare global tourism for the economic transformation needed to combat climate change. *Tourism Geographies*, 1-12.

Ramos, X. (2020). Coronavirus frenó al turismo cuyos ingresos caerán un 70 % en Ecuador durante el 2020. El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/10/nota/7836018/turismo-galapagos-ecuador-COVID-19>.

Regmi, P. R., Waithaka, E., Paudyal, A., Simkhada, P., & Van Teijlingen, E. (2016). Guide to the design and application of online questionnaire surveys. *Nepal journal of epidemiology*, 6(4), 640.

Reglamento para los Centros de Turismo Comunitario, Ministerio de Turismo del Ecuador, publicada para su vigencia y aplicación el 19 de marzo del 2019 en el sitio web <https://www.turismo.gob.ec/>.

Sah, R., Sigdel, S., Ozaki, A., Kotera, Y., Bhandari, D., Regmi, P., ... & Dhama, K. (2020). Impact of COVID-19 on tourism in Nepal. *Journal of Travel Medicine*.

Saldaña, J. (2015). *The coding manual for qualitative researchers*. Sage.

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*.

Toranzos, M. (2020). "El sector turístico ha perdido \$ 640 millones". Obtenido de Expreso: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/sector-turistico-perdido-640-millones-12373.html>

Villamil, G. (2020, 6 junio). *Mensaje*. [video]. Facebook. <https://www.facebook.com/watch/?v=708730016364838>

UNWTO. (2020). *Tourism slowly restarting, after a 98% drop in international arrivals in May*. World Tourism Barometer. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometeresp.2020.18.1.4>

Wen, J., Kozak, M., Yang, S., & Liu, F. (2020). COVID-19: potential effects on Chinese citizens' lifestyle and travel. *Tourism Review*.

Formato de encuesta

Anexo 2. Encuesta dirigida a la población local de las comunidades de Guayas y Santa Elena

Preámbulo: Saludos cordiales, somos estudiantes de Turismo de ESPOL, nos encontramos trabajando en nuestro proyecto de titulación sobre el *COVID-19 y los impactos en el Turismo Comunitario*, el objetivo de la encuesta es recopilar información de las realidades sociales y económicas que viven los miembros de los Centros de Turismo Comunitario de Guayas y Santa Elena, esta servirá para elaborar un informe de coyuntura que refleje resultados confiables y de calidad, que amplíe los conocimientos y contribuyan a una adecuada regeneración del turismo post COVID-19.

La realización de esta encuesta hará uso de su tiempo aproximadamente *5 minutos*.

Su participación en este estudio es totalmente *confidencial*, se mantiene el *anonimato* de esta, y la información que proporcione se aplicara exclusivamente para propósitos académicos.

Ubicación:

1. Indique la comunidad a la que pertenece

Subida Alta	
Comuna Cauchiche	
San Jacinto de Santay	
Centro Shuar Tsuer Entsa Balao Chico	
Comuna San Pedro	
Dos Mangas	
Comuna Valdivia	
Comuna Sacachún	
Ninguna de las anteriores	

Datos demográficos:

2. Sexo

Femenino

Masculino

Otro _____

3. Edad

18 a 24

25 a 33

34 a 41

42 a 49

Mayor de 50

4. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales en dólares?

De 0 a \$100

De \$101 a \$250

De \$251 a \$500

De 501 a 750

De \$750 a \$1000

Mayor de \$1000

Situación de la comunidad por el Covid 19:

5. **¿Cuál es la actividad productiva a la que usted se dedica la mayor parte de su tiempo?**

- Pesca ()
- Agricultura ()
- Artesanía ()

- Ganadería ()
- Actividades turísticas ()
- Estudios
- Otras _____

6. **¿Es el dueño de su actividad laboral?**

- Si ()
- No ()

7. **Seleccione los ámbitos en las que el COVID-19 lo ha afectado, utilizando una escala de 1 nada afectado y 5 muy afectado**

Afectaciones	1 (Nada afectado)	2 (Poco Afectado)	3 (Ni muy afectado ni poco afectado)	4 (Afectado)	5 (Muy afectado)
Económicamente					
Físicamente					
Emocional y psicológicamente					

8. **Desde el punto de vista económico, indique ¿cuál es el impacto que está teniendo por el COVID-19?**

- He perdido mi trabajo ()
- Me he quedado sin ahorros ()
- Ya no puedo pagar mi alquiler ()
- No puedo cubrir gastos de alimentación ()
- He perdido gran parte de mis ingresos ()
- Mi emprendimiento está cerrado ()
- Mi emprendimiento ha disminuido sus ventas ()
- Estoy pensando en cerrar mi emprendimiento ()
- Tengo un nuevo trabajo o emprendimiento ()
- Otros _____

- Me dio la enfermedad con síntomas leves ()
- Me dio la enfermedad con síntomas graves ()
- Violencia intrafamiliar ()
- Alimentación inadecuada ()
- Otros _____

9. **¿Cuál es su nuevo trabajo o emprendimiento? En caso de que lo tenga**



10. **Si ha sido afectado físicamente escoja el impacto que le causo el COVID-19.**

11. **Si ha sido afectado emocional y psicológicamente escoja el impacto que le ocasionó el COVID-19.**

- Miedo
- Preocupación
- Estrés
- Depresión
- Ansiedad
- Odio y rechazo
- Ha tenido pérdidas familiares

12. **Indique las medidas de prevención que se han implementado en la comunidad**

- Uso de mascarillas ()

Capacitaciones de bioseguridad ()
Socializaciones ()
Elaboración y entrega de instructivos de prevención ()
Aparatos de desinfección en lugares estratégicos ()
Poster o gráficos en lugares estratégicos de la comunidad ()
Otros _____ ()

Si () No
()

13. **Desde que inició la pandemia del COVID-19 usted ha sentido ayuda de:**

Amigos y familiares ()
Bancos o instituciones financieras ()
Universidades o asociaciones profesionales ()
Municipio ()
Prefecturas ()
Gobierno Nacional ()
Empresas privadas ()
Organismos internacionales (OMS, OMT, ONU, etc.) ()
Otros _____

15. **¿Cómo piensa que será la situación económica en la comunidad con los cambios de semáforo a amarillo y verde?**

Mejor ()
Igual ()
Peor ()

16. **¿Cuál es el principal medio de comunicación que utiliza en su hogar para informarse de la situación del COVID-19?**

Televisión ()
Radio ()
Periódico o Revistas ()
Internet ()
Otros _____

14. **¿Para usted son suficientes estas medidas implementadas?**

17. **¿Qué redes sociales utiliza con mayor frecuencia para informarse de la situación del COVID-19?**

No utilizo ()
Facebook ()
Twitter ()
Instagram ()
Otros _____

Turismo y COVID-19:

18. **¿Considera que el turismo es una actividad importante para la comunidad?**

Totalmente de acuerdo ()
De acuerdo ()
Ni desacuerdo ni en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Totalmente en desacuerdo ()

19. **¿Le genera beneficios realizar turismo comunitario?**

Si ____ No ____

20. **¿Cuáles son estos beneficios?**

Oportunidad de empleo ()
Ingresos económicos ()
Estimula el comercio local ()

Preservación del patrimonio natural
y cultural ()
Ampliar conocimientos y educación ()
Colabora a cuidar el medio ambiente ()
Ayuda a conservar su identidad ()
Recreación y distracción ()
Otro _____

**21. ¿En qué actividades turísticas usted
ha colaborado en su comunidad?**

Ninguna ()
Alojamiento ()
Restauración ()
Transportación turística ()
Operación o agencias de viajes ()
Organización de eventos ()
Congresos y Convenciones ()

**22. ¿Cómo considera la reactivación del
turismo y comenzar a recibir
visitantes en la comunidad?**

Muy importante ()
Importante ()
Moderadamente importante ()
Poco importante ()
Nada importante ()

23. ¿Cuál es su nivel de aceptación del turismo a pesar de que la pandemia aún no ha terminado?

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Me gustaría recibir turistas					
Tengo miedo al contagio realizar turismo					
Tengo deseos de trabajar en actividades turísticas					

Formato de entrevistas

Anexo 3. Temario de entrevistas a los presidentes de las comunas de los CTC.

Preámbulo: Saludos cordiales, somos estudiantes de Turismo de ESPOL previo a titulación, agradecemos por su colaboración. El objetivo de esta entrevista es recolectar información de los CTC que están conviviendo con la pandemia, para desarrollar un informe que amplíe los conocimientos de las realidades sociales y económicas del turismo comunitario frente al COVID-19 y así poder colaborar con una adecuada regeneración del turismo después de la pandemia. Toda la información que se brinde se encuentra bajo estricta confidencialidad y será utilizada con fines académicos. El tiempo estimado de la misma es de 45 minutos aproximadamente.

Antes de empezar permítame recordarle que la entrevista mantiene características expuestas y previamente aceptadas por un consentimiento informado, también se le informa que si no se siente cómodo al responder alguna pregunta puede parar la entrevista cuándo lo desee.

Escenario Antes de la Pandemia: conocer se organiza la comunidad y definir su turismo comunitario.

1. ¿Cómo nació la idea de brindar servicios turísticos por parte de la comunidad?
2. ¿Cuál considera usted que sea la motivación para que los visitantes llegaran a su comuna? (atractivos o actividades)
3. ¿Cómo se gestiona el turismo comunitario en su comuna? ¿Realizaron algún crédito de financiamiento para su funcionamiento?
4. ¿Qué tipo de servicios turísticos (alojamiento, restauración, etc.) brindan dentro de la comuna y cuáles son las que más ofrecen los participantes de la comunidad?
5. ¿Existía mucha acogida de visitantes en su comuna?

6. ¿Cómo se promocionaban sus atractivos? ¿Tienen acceso a redes sociales? ¿Quiénes manejan estos medios de comunicación?

Durante la pandemia: identificar las medidas llevadas a cabo durante la pandemia

7. ¿Cómo es la situación turística en estos momentos de crisis?
8. ¿Qué medidas sanitarias están llevando a cabo?
9. ¿Hubo colaboraciones de organizaciones externas que brindaron ayuda a la comunidad durante la pandemia? ¿Cuáles son? ¿De qué manera están aportando? ¿Considera que fue acertada esta colaboración en su comunidad?
10. ¿Cuáles han sido los costos o la inversión de las medidas de bioseguridad implementadas?
11. ¿Qué otras actividades productivas se llevan a cabo en la comunidad, cómo alternativa al turismo?
12. ¿Cómo se han visto afectadas estas actividades alternativas por el COVID-19?
13. ¿Cuál es el número total o promedio de familias que conforma la comunidad de ser posible conocer el número de habitantes del CTC? ¿Cuál es el gasto promedio de servicios básicos en la comunidad?
14. ¿A través de cuales medios de comunicación la comunidad se mantiene informada con respecto a la evolución de la crisis?

Reactivación en el turismo: identificar las estrategias de reactivación turísticas.

15. ¿Qué tipo de servicio turístico considera que es el más vulnerable, tiene algún plan o medida para su levantamiento?
16. ¿De qué manera se está adaptando la comuna ante la crisis por covid19?
17. ¿En qué estado se encuentran las instalaciones y los trabajadores de la comunidad involucrados en el manejo de visitantes?
18. ¿La comunidad estaría dispuesta a recibir turistas?
19. ¿Cuáles son las necesidades del CTC en términos de financiamiento, formación?
20. ¿Qué medidas consideran necesarias para reactivarse?
21. ¿Cuál es su expectativa del turismo una vez que nos adaptemos o recuperemos de la crisis?
22. Para finalizar, ¿Considera usted que es accesible realizar una encuesta online a la población local?
¿Nos ayudaría colaborando con la publicación de nuestra encuesta en las redes sociales?

Final: Nuevamente agradecemos su participación, la información proporcionada es primordial para la realización del proyecto. Que tenga un excelente día.

Anexo 4. Temario de entrevistas dirigido a los propietarios de servicios turísticos

Preámbulo: Saludos cordiales, somos estudiantes de Turismo de ESPOL previo a titulación, agradecemos por su colaboración. El objetivo de esta entrevista es recolectar información de los CTC que están conviviendo con la pandemia, para para desarrollar un informe que amplíe los conocimientos de las realidades sociales y económicas del turismo comunitario frente al COVID-19 y colaborar con una adecuada regeneración del turismo post Covid.

Toda la información que se brinde se encuentra bajo estricta confidencialidad y será utilizada con fines académicos. El tiempo estimado de la misma es de 45 minutos aproximadamente.

Antes de empezar permítame recordarle que la entrevista mantiene características expuestas y previamente aceptadas por un consentimiento informado, también se le informa que si no se siente cómodo al responder alguna pregunta puede parar la entrevista cuándo lo desee.

1. ¿A qué actividad turística usted dedica en la comunidad? Y ¿Cuántos años se ha dedicado a esta actividad?
2. ¿Cuántos visitantes usted recibía en un día normal antes de la pandemia? ¿Cuántos recibía en temporada alta y baja?
3. ¿Cuál era el gasto promedio que realizaba un turista por su servicio?
4. ¿El servicio turístico que usted realiza es una actividad propia? Y ¿Usted entrega algún tipo de recibo por su actividad turística? ¿Cuál?
5. Para la actividad que realiza ¿Usted cuenta con colaboradores externos o familiares?
6. ¿Cómo se vio afectado su ingreso económico, al dejar de recibir turistas por la pandemia?
7. ¿Usted se dedica a otra actividad que no esté relacionada con el turismo? ¿Cuál? ¿Cómo se ha visto afectada esta actividad por la pandemia?
8. ¿Cuál de las dos actividades le genera mayor beneficio económico? Y ¿Por qué? (antes de la pandemia y después de la pandemia).
9. ¿Qué actividades usted realizó durante las medidas de restricción para generar una fuente de ingresos?
10. ¿Qué problemas ha presentado en la infraestructura, transportación y en los servicios básicos, de su actividad turística durante la pandemia?
11. ¿Qué tipo de ayuda recibió por parte de organismos externos o entidad públicas (Gobierno/Prefectura/Municipio) durante las medidas de restricción?
12. ¿Qué otros problemas surgieron durante las medidas de restricción por el covid19?
13. ¿Cuáles son los gastos para poder reactivarse su actividad turística? (Precio estimado) Y ¿Le está representando un gasto tener que implementar las medidas necesarias para una pronta reactivación en su actividad turística? Y ¿Cuáles son?
14. ¿Considera probable un incremento en el precio de su actividad turística dado los gastos adicionales que representa implementar nuevas medidas de bioseguridad?
15. ¿Considera necesario acceder a algún tipo de financiamiento para poder reactivar su actividad turística?
16. ¿Cree que es posible implementar medios digitales en su (mencione la actividad que realiza)? ¿Cómo se siente al respecto? ¿Qué ventajas o desventajas hay por implementar medios digitales?
17. ¿Qué tan acertadas considera las medidas implementadas por Gobierno/Municipio /Prefectura/ ante la pandemia? Y ¿Por qué? Ejemplo medidas de bioseguridad, pasar por semáforos.
18. ¿En qué tiempo estima usted que se pueda recuperar el turismo en su comunidad?
19. ¿Qué tan preparado se siente para recibir turistas?

20. ¿Qué estrategias cree necesarias para la reactivación del turismo? Opciones: capacitación en servicio turístico, medidas de bioseguridad, promoción por parte del gobierno, financiamiento. Otros
21. ¿Cómo brindaría seguridad a los turistas, para no contagiarse del COVID-19, una vez que se dé una reapertura del turismo?

Formato de consentimiento informado

Anexo 5

__ de julio del 2020.

Consentimiento informado para la recolección de datos

Proyecto para la elaboración de un informe de coyuntura sobre el Turismo Comunitario y COVID-19 presentando impactos económicos y sociales en las provincias de Guayas y Santa Elena.

Se comunica que usted ha sido invitado a participar en el proyecto mencionado, a cargo de los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Turismo: Gina Nicole Soledispa Castro, Paulette Montesdeoca Moreira. El objetivo de este documento es respetar su derecho de ser informante de manera voluntaria y que se detallen las responsabilidades de participar en el mismo.

El propósito general del proyecto es “Desarrollar un informe de coyuntura acerca de los impactos sociales y económicas del COVID-19 en los centros de turismo comunitario de Guayas y Santa Elena a través del acceso a datos levantados y analizados bajo criterios de rigor y ética, que ofrezca visibilidad de las realidades y estimule la toma de decisiones de la comunidad”.

Los beneficios que se obtendrán a través de su participación es el levantamiento de información real que aportará a el conocimiento de las realidades e impactos sociales y económicos de la comunidad precedente.

Además, toda la información proporcionada para este estudio será de manera anónima, confidencial y para fines académicos, si así se desea.

Para resumir, este documento garantiza el compromiso del Sr, _____ identificado con cédula de ciudadanía # _____ de participar y responder a las preguntas que se le realicen con la mayor honestidad posible, así mismo, autorizar grabaciones en video o audio, y dar el consentimiento para que los datos que se obtengan de su participación sean utilizados, organizados en síntesis y publicación del resultado final.

Con todo lo expuesto, se asegura haber leído y comprendido la información que aquí se le presenta para participar en el proyecto integrador para la elaboración de un *informe de coyuntura*.

(Firma del Participante)

(Firma de responsables)

Anexo 6. Tabla de codificación de las entrevistas a los presidentes de los CTC de Guayas y Santa Elena

Temas o Conceptos	Códigos	Respuestas de cada entrevistado
Motivación de visitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Playas 2. Senderismo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>"Por la ubicación en la ruta del Spondylus"</i> 2. <i>"Fuimos incentivando con talleres para que los guías vayan teniendo experiencia"</i>
Financiamiento para empezar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Autofinanciamiento 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>"Básicamente es esfuerzo de cada agrupación, es decir ellos se las ingenian y sacan recursos"</i>
Gestiones del turismo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entidades gubernamentales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>"Ante los gobiernos excepcionales, Juntas Parroquiales Municipio Prefecturas. Gobierno Nacional"</i>
Servicios turísticos que ofrecen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alojamiento 2. Restauración 3. Actividades de recreación y aventura 4. Guianza 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>"Tenemos hospederías comunitarias"</i> 2. <i>"Directamente como decimos el pez del mar a la mesa con pescado fresco y todo eso"</i> 3. <i>"Visiten los acantilados, paseos en bicicleta, la ruta de los ceibos y realizar camping"</i> 4. <i>"Hay guías para esos senderos"</i>
Servicios turísticos vulnerables	<ol style="list-style-type: none"> 1. Todos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>"Todos los sectores han cerrado", "todos los sectores han sido afectados por todo"</i>
Promoción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales 2. Medios de comunicación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>"Con frecuencia de publicaciones, teniendo en mucha actividad"</i> 2. <i>"Nosotros promocionábamos con los canales de televisión, allí promocionábamos todo"</i>
Situación por la crisis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sin visitantes 2. Cerrado 3. Difícil 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>"Completamente nula, no hay ingresos de visitantes en la comuna"</i> 2. <i>"El turismo de la comunidad se cerró porque para optar por una seguridad como gobierno comunal cerrar las vías"</i> 3. <i>"Ya que nuestra comuna ha sido una de las comunas más afectadas"</i>

Medidas sanitarias, adaptación y necesidades de formación en la comuna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mascarillas, gel, fumigaciones 2. Capacitaciones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>“Los que ingresen a la comuna deben usar mascarillas”, “Se realizaron fumigaciones de casas en casas y calles”</i> 2. <i>“Con talleres de bioseguridad para cumplir los protocolos y presentar al MINTUR que conozca el esfuerzo que hemos hecho”</i>
Actividades productivas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesca 2. Agricultura 3. Ganadería 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>“La pesca se la vende al comer y la pesca se vende a la Caraguay, se entrega, hay turistas que compran el pescado”</i> 2. <i>“Nos ayuda solventando la economía de los hogares”</i> 3. <i>“En este sector tenemos acorde a la producción de leche siendo un sustento que nos manejamos”</i>
Colaboraciones en la pandemia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sí ✓ GAD Municipales ✓ ESPOL ✓ COWE ✓ Dp World – Kit de alimentos o raciones – Pruebas del Covid – Brigadas médicas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>“Nos ha ayudado bastante durante la pandemia”, “La ayuda fue por demás oportuna y valiosísima al mismo tiempo”</i>
Medios de información acerca de la crisis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisión 2. Redes sociales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>“Para ver las noticias siendo este un poquito más serio en información”</i> 2. <i>“A través de grupo de WhatsApp de la comuna yo les estoy diciendo”</i>
Estado de las instalaciones Trabajadores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buen estado 2. Pocos afectados 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>“Todavía no tenemos abiertos a toda la ciudadanía recién comenzamos a hacer el mantenimiento de los senderos que significan limpieza”</i> 2. <i>“No ha habido tanta afectación de la pandemia en estas personas”</i>
Aceptación de turistas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Si 2. Con precauciones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>“Obviamente porque de eso vive muchas familias, directamente vivimos mucho más del turismo”</i> 2. <i>“Mientras haya capacitaciones”</i>
Expectativas del turismo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Continuar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>“El turista ingrese nuevamente a nuestra comuna y que se active nuevamente los comedores que había antes que las guías turísticas estén presentes como siempre dándole la bienvenida a los visitantes y trabajar nuevamente”</i>

Encuestas online	1. Si, Poco acceso a internet	1. <i>"Yo creo que sí, pero el primer inconveniente del internet es muy lento, si se puede dar este tipo de acercamiento con los prestadores de servicio."</i>
------------------	-------------------------------	--

Anexo 7. Tabla de codificación de las entrevistas a los proveedores de servicios turísticos de los CTC de Guayas y Santa Elena.

Temas o Conceptos	Códigos	Respuestas de cada entrevistado
Actividades turísticas en los CTC	1. Alojamiento 2. Restauración 3. Guianza 4. Transporte en lancha 5. Parapente 6. Artesanía	<i>1 "prestamos servicios de Alojamiento y Alimentación"</i> <i>2 "Gastronomía, yo ya tengo 8 años trabajando"</i> <i>2 "tenemos un comedor, tenemos un minimarket buen un pequeño minimarket"</i> <i>3 "trabajo como guía local de la zona, otorgado este con una credencial por el ministerio de turismo, a la vez también bueno soy artesano"</i> <i>3. "Soy guía nativo o guía local"</i> <i>4 "Mi trabajo yo tengo, embarcaciones bueno yo de aquí en Puna en cuestión al turismo"</i> <i>4 "A transporte marítimo y guianza, soy guía turística también"</i> <i>5 "Yo vuelo parapente"</i> <i>5 "yo realizo la actividad en vuelo en parapente en este caso tengo una trayectoria de 10 años realizando esta actividad cuento con licencia en este caso nacional e internacional una credencial que nos otorga la Federación Ecuatoriana de Fuerzas Área"</i> <i>6 "Bueno, yo soy artesana, artesana con la fibra de paja toquilla y tagua"</i>
Actividad propia	1. Si 2. No 3. Asociación 4. Parte de la comunidad	<i>"Si es unas cabañas propias, pero estamos bajo la tutela de la comuna"</i> <i>"Sí es propia..."</i> <i>"No es de mi mamá yo ya ayudo"</i> <i>"¡Umm!... sí digámonos que sí, aunque pertenecemos a un grupo"</i> <i>"Bueno nosotros somos como le manifiesto, una asociación que recién está empezando"</i> <i>"Si somos una asociación"</i>

<p>Entrega de recibos por el servicio</p>	<p>1. Factura 2. No</p>	<p><i>“Claro cuando me piden yo doy factura, si entrego factura, hay veces grupos que necesitan”</i> <i>“Claro por supuesto una pequeña factura se le entrega cuando cancelan eso se les entrega.”</i> <i>“No ni factura ni nada de eso. No contamos con eso”</i> <i>“No porque nosotros somos afiliados al CTC o sea tenemos como un respaldo del CTC”</i></p>
<p>Colaboradores externos o familiares</p>	<p>1. Familiar 2. Familiar y colaboradores externos</p>	<p>1 <i>“Este... con familia mismo”</i> 1 <i>“No, no. Es solo un negocio familiar, sino puedo estar yo, queda a cargo mi mama y así...”</i> 2 <i>“Bueno es familiar pero igual si tenemos colaboradores, la señora que nos hace la limpieza, de las habitaciones, eh.. una chica que nos va a ayudar, la señora de cocina”</i> 2 <i>“Si, con colaboradores externos y familiares.”</i></p>
<p>Afectación del ingreso</p>	<p>1. Mucho 2. Bastante 3. Fatal</p>	<p>1 <i>“Mucho, porque no hay ingresos. No hay actividad, uno tiene que buscar de otros medios”</i> 2 <i>“Bastante, totalmente estamos afectados por la pandemia.”</i> 3 <i>“Uff... fatal amiga, falta, los quioscos, usted sabe que en todo lo que no le da uno mantenimiento se va, se daña y a nosotros para poder de nuevo surgir en lo que es el turismo de nuevo en nuestras playas, tenemos que volver a invertir tenemos que bajar techado pintar porque todo eso se destruye”</i></p>
<p>Actividades alternativas al turismo</p>	<p>1. Ninguna 2. Diversas actividades</p>	<p>1 <i>“No niña, ese es mi único trabajo de años, yo soy de Guayaquil, pero me case aquí entonces mis suegros se han dedicado al trabajo de venta de comida, venta de piqueo y mi esposo y yo también quisimos hacer lo mismo y en eso estamos”</i> 1 <i>“Bueno, yo... ninguna... ninguna, el que me daba ingresos económicos es mi esposo, con lo que él trabaja hemos estado”</i> 2 <i>“Si niña, yo estoy trabajando ahorita en vender productos a otros clientes, es decir, en perfumería”</i> 2 <i>“Bueno actualmente, horita mi oficio era de mecánico soldador, pero más yo me dedicaba al turismo los tiempos libres porque yo nunca deje de apartarme de lo que es turismo.”</i> 2 <i>“Eh... si, m...jornalero, pescador”</i></p>

<p>Afectación en la actividad alternativa</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poca 2. Nada 3. Difícil o complicado 	<p><i>“ya no había esos trabajos por aquí, más se iban a Libertad entonces yo deje ese oficio, me dedique a otra cosa, de repente caía si de hacer una ventana de reja, justamente me fui a reparar unas puertas de unos congeladores, le cambie de puertas, pinte porque si tuve unos trabajitos”</i></p> <p><i>“sí afecto no solamente en uno de mis trabajos que yo hacía, sino que en todos. Porque nos confinamos al menos en mi familia tratamos de cumplir lo que era cuarentena y nos encerramos, entonces desde casa no se podía trabajar.”</i></p> <p><i>“fue bastante complicado empezar otra vez con lo que es el mantenimiento técnico de computadoras, ósea casi, ósea y en todos los negocios fue bastante complicado”</i></p> <p><i>“No, ha sido para mí ha sido normal porque no ha sido afectada”</i></p>
<p>Actividad que genera mayor beneficio económico</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turismo 2. Actividad alternativa por ahora 	<p><i>“Bueno más rentable es el turismo, pero en la práctica más ingresos me da la profesión de contador”</i></p> <p><i>“El turismo, el turismo porque se realiza diferentes tours y es una, es un ingreso independiente y es a diario, entonces si hablamos de una mensualidad el turismo es el que me beneficia más, tanto emocional, en lo económico porque es mi pasión trabajar en ello”</i></p> <p><i>“Bueno antes de la pandemia es lógico, el, el turismo, pero ahorita como no estamos lo que es el turismo, entonces ahorita me está generando de, de jardinero”</i></p>
<p>Ha recibido ayuda</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Municipio o alcalde 2. GAD 3. Gobierno 4. MIES 5. DP World 5. No 	<p><i>“Sí, recibí el bono de desarrollo, la ayuda emergente que había”</i></p> <p><i>“el gobierno cantonal, la alcaldía, la prefectura el gobierno de ahí el sector, el gobierno parroquial y así mismo el gobierno del MIES, IESS, todo, todo. Si se acordaron, empresas que tiene bananeras, que tienen... Los Pollos Fernández, el cierre me tenga que ir. Gracias a Dios ahí hemos recibido”</i></p> <p><i>“la DP World Posorja con su compañía ocasiono un impacto ambiental, todo impacto ambiental da una compensación, entonces de ellos hemos recibido la comunidad varias compensaciones, nos hicieron unas mejoras en el mirador turístico”</i></p> <p><i>“Me creería que el gobierno piensa que soy millonario porque ni siquiera el bono de los dos meses fui beneficiario”</i></p>
<p>Gastos de reactivación</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Medidas de bioseguridad 2. Insumos 	<p><i>1 “insumos los que primero se necesita, insumos de bioseguridad guantes mascarillas, alcohol, alcohol en gel creo</i></p>

	<p>\$300</p>	<p>que eso viene a ser algo fundamental para poder abrir un negocio”</p> <p>1 “insumo en mascarilla, alcohol, que se yo lugares de desinfección”</p> <p>2 “Bueno pues yo creo que sería mínimas, porque, por ejemplo, las instalaciones de mis comedores están allí intactas por las refrigeradoras”</p> <p>2 “Lo que necesitamos es para compras... compra de víveres, lo que es el agua, agua embotellada si, eso... para la comida”</p> <p>2 “Le cuento que del precio estimado ha sido como unos \$350 porque en mi caso yo tengo una embarcación tipo yate que esta nueva entonces lo que busco implementar fue pues la bomba para fumigar, he dispensador de toallas desechables, el alcohol, todo eso, entonces no es que ha sido un costo sumamente elevado la verdad”</p> <p>2 “Yo siempre he estado pagando entre \$15 y 18 de luz, en agua entre \$10 y \$12 en agua, y acá lo que es la alimentación hoy en día estamos haciendo un gran esfuerzo en decirle a un tío mío que estamos apretados del estómago, pero, de todas maneras, al mes es un gasto de \$100 a \$150. En mi actividad turística realmente estoy considerando ponerme mi local, realmente si estuviera gastando entre \$1000”</p>
<p>¿Incrementar á el precio?</p>	<p>1. No</p> <p>2. Mínimo</p> <p>3. Mantener el precio</p>	<p>1 “ahí lo que pondría jno!”</p> <p>1 “MM no porque como le digo, todos estamos golpeados así económicamente y es más uno no puede en la comida subir el precio es más le bajamos porque como le digo algunos no pagan, por ejemplo, cuando vienen turistas aquí, muchos piden almuerzo de 3 dólares, y bueno uno ¡sí! le hace su almuerzo de 3 dólares, pero no es lo mismo que uno de 5 usted sabe”</p> <p>2 “si habrá un incremento es mínimo, porque si subimos tarifa entonces estaríamos ahuyentando al turista.”</p> <p>2 “pueden figurarlos en algo mínimo porque tampoco le puedo decir al turista “le voy a subir tanta para compensar estos rubros”.</p> <p>3 “ósea no podemos exagerar en los precios porque después el turista va a decir que es caro, no vienen y mejor lo dejamos así nomás con el mismo precio que estábamos”</p>

		<p>3 "Sería bueno incrementarlo, créame para cubrir esos gastos, pero lamentablemente vamos a mantener el precio"</p>
<p>Necesidad de financiamiento</p>	<p>1. No 2. Si 3. Sea accesible</p>	<p>1 "Por ahora no porque yo creo que tengo lo necesario no, porque tengo 4 habitaciones con capacidad para 6 personas, en si estoy dentro de los parámetros que tengo mi capacidad, entonces puedo volver a levantar."</p> <p>1 "No, por el momento no. En sí, siempre he tenido un apoyo de parte de mi esposo que trabaja afuera, siempre me estuvo apoyando entonces, para así de que el gobierno me dé o el ministerio sería que ellos ayudaran con más publicidad que lleguen a nuestras comunidades y así..."</p> <p>2 Si, claro que, porque no hemos tenido ingresos, debido a esta pandemia y será necesario hacer un préstamo para reactivar el turismo, así le daríamos mantenimiento a nuestras lanchitas y así de esa manera el turista se sienta cómodo"</p> <p>2 "Si hay que invertir o pedir un crédito para atender al turista mejor y que nos lleguen y se sienta seguro tenemos que invertir, niña"</p> <p>3 "Bueno, si porque pero que sea accesible con cuotas de pagos accesibles con buen tiempo, porque le digo así han estados algunos compañeros pidiendo así financiamiento y a la final no sirve porque no pueden pagarla"</p> <p>3 "Mmm la verdad si, pero es que la verdad yo no puedo"</p>
<p>Tiempo estimado para reactivar el turismo</p>	<p>1. Próximo año 2. No es seguro - Todavía no 3. Un año</p>	<p>1 "para enero ¡sí! para enero el otro año porque ya ahí es verano y el sol y ahí las personas van a querer salir sí."</p> <p>1 "bueno por el momento creo que este año ya no se va ver eso porque no se está viendo todavía porque en otras partes de aquí de nuestra ciudad de aquí de Ecuador están infectados todavía hay enfermos yo pienso y ojala que el año que entremos Dios quiere y estemos vivos sea mejor que este año"</p> <p>2 "Este... bueno este... como le puedo decir, si hasta, por el momento me parece a mí que todavía no, no debemos de reabrir las playas, porque sinceramente no estamos preparados que.... no estamos tan preparados."</p> <p>2 "Todavía no"</p> <p>3 "Sería a mucho, en un año."</p> <p>3 "Pongo por ahí ya medio año, pienso que este año ya se terminó, culminando el año o en el 2021"</p>

Preparado para recibir turistas	<p>1. Si 2. No</p>	<p>1 "Nosotros si nos sentimos preparados" 2 "ahí en mi entorno nos falta mucho todavía ¡no!, y si yo trato, ¡trato! De darle la mayor satisfacción al turista, en el asunto de alimentos en el servicio de habitacional, pero si falta todavía"</p>
Estrategias para reactivarse	<p>1. Capacitación 2. Medidas de bioseguridad 3. Promoción 4. Crédito</p>	<p>1 "ósea mayor capacitación a quienes hacemos el turismo comunitario, mejorar la calidad del servicio del transporte" 1 "Nosotros necesitamos capacitación en los, por ejemplo, yo como algunas personas mayores, hemos capacitado, pero ya somos personas mayores ahora son nuestros hijos, si necesitamos capacitaciones son para ellos para nuestros hijos, para ellos si necesitamos." 1 4 "capacitaciones niñas, ya que como le vuelvo y le repito nosotros no hemos tenido capacitaciones, ante sí. Así mismo invertir pedir un crédito. 2 "el mantenimiento de todos los stands, la limpieza total de las playas, veredas y aceras y tercero el protocolo de seguridad." 3 "Eh pienso que deberíamos de trabajar en métodos de, de la publicidad por internet vía online para tener clientes seguros" 3 "estrategias, en primero continuar con las promociones, dos que ya es hora de que esto se abra y otro que ya estamos y hemos hecho conciencia de que debemos protegernos nosotros mismos, y así mismo la gente que viene que venga con sus debidas protecciones también. 4 "Bueno como le estaba diciendo sería bueno poder aplicar a un crédito, tener una capacitación de cómo hacer así de este crédito, hasta ingles me gustaría aprender cómo le había dicho, señorita sé que no es tarde para aprender"</p>
Brindar seguridad a turistas	<p>1 Capacitación 2 Medidas de bioseguridad 3 Lavado de manos 4. Cumpliendo parámetros y protocolos</p>	<p>1 "Creo que con certificación por medio de los entes, certificación de nuestros CTC que están capacitados con todos los implementos de bioseguridad tanto en embarcaciones como en la localidad para poder recibir a los clientes" 2 "cómo le explicaba tengo una bandeja de desinfección en la entrada, está empapada de amonio cuaternario, tengo una máquina de fumigación también y todos los días, bueno por ahora no ha venido ningún turistas pero tengo para implementar de todos esos días, hacer el, esa limpieza, esa desinfección del área, como le digo no es una área cerrada es una área abierta, entonces el uso están pegada en cada una de las ballas donde indica el distanciamiento, el uso permanente de mascarillas cuando permanezcan aquí en el</p>

		<p><i>museo, tengo un rociador de alcohol en la entrada, un gel anti desinfectante, entonces mientras el turista cumpla con esas normas de bioseguridad”</i></p> <p><i>3 “Implementar lavamanos, poner algún tipo de desinfectante para que ellos pueda acceder nosotros mismos a los locales para mantenerlos limpios como se le ha hecho”</i></p> <p><i>4 “Yo creo que es, poniéndonos sobre encima de la aplicación de los protocolos, los lineamientos sobre todo... en la parte de esto de bioseguridad”</i></p>
--	--	---

Anexo 8. Evidencias de la validación



Donald Javier Zhangallimbay Zhangallimbay

Dom 6/9/2020 12:59

Para: Gina Nicole Soledispa Castro



Estimada Gina, he revisado el informe y adjunto las observaciones respectivas.

A nivel general, es importante mencionar tres aspectos a mejorar:

1. En la introducción deben agregar contexto del sector con información estadística relevante (ventas, impuestos que generan, etc.). Además, agreguen la importancia y la utilidad de este tipo de informes.
2. En el análisis, deben puntualizar la fuente de donde surgen sus afirmaciones.
3. En función de sus resultados, y los conocimientos sobre las medidas y la situación del país, es importante ir dando ciertas recomendaciones que pueden ser interesantes para los lectores.

Saludos cordiales.



Donald Zhangallimbay
Coordinador
Laboratorio de Economía Experimental
Facultad de
Ciencias Sociales y Humanísticas
Teléf.: (+593 4) 2269 097
www.espol.edu.ec



Mariela Monserrat Perez Moncayo

Mié 9/9/2020 8:07

Para: Gina Nicole Soledispa Castro

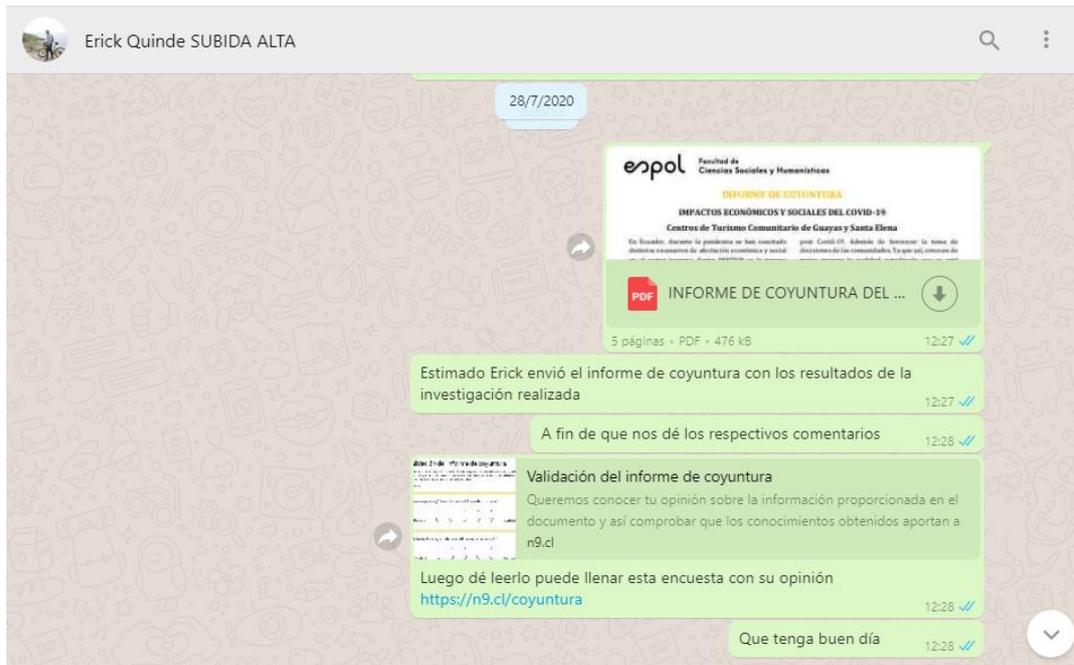
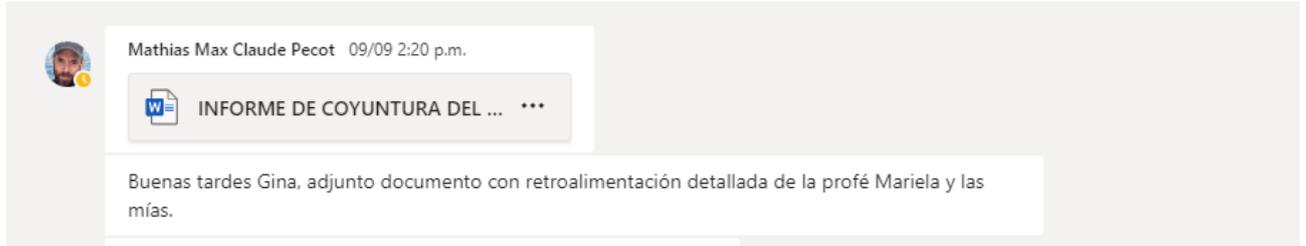
CC: Estrella Stefania Maza Gomez; Helen Liseth Rojas Amaiquema



Buenos días, ya lo revise y estamos conversando con el profe Mathias intercambiando nuestros comentarios.

Saludos,

Mariela



Presentación de los resultados - ESPOL



Estimado César Solano
Presidente del CTC Cauchiche

Le escribe Gina Nicole Soledispa Castro, con la finalidad de realizar una validación del "Informe de coyuntura IMPACTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES DEL COVID-19 en los Centros de Turismo Comunitario de Guayas y Santa Elena". Se adjunta el borrador del informe de coyuntura realizado en base a las entrevistas y encuestas realizadas en los CTC de Guayas y Santa Elena, para que pueda leerlo y compartir sus opiniones del mismo con nosotros.

Cabe recalcar, que la elaboración del informe se hizo para colaborar con información real, basada en criterios de rigor y ética, para incrementar los conocimientos de los impactos del COVID-19 en el turismo comunitario. A fin de que, el documento oriente a la creación de estrategias de reactivación pertinentes y aporte a la toma de decisiones de la comunidad.

La metodología que se empleó fue una investigación exploratoria y descriptiva, con la recopilación de datos cualitativos y cuantitativos por medio de entrevistas y encuestas online. Toda esta información pasó por un proceso de análisis estadístico y codificación.

Como resultado del proceso, se obtuvo el informe que contiene un enfoque social y económico. Para finalizar y conocer el reflejo de la realidad de su comunidad en el escrito, además de saber su opinión para mejorar el producto, comparto el link para que pueda decirnos su opinión del documento: <https://n9.cl/coyuntura>

Anexo 9. Prototipo del informe de coyuntura

INFORME DE COYUNTURA

El impacto socioeconómico del COVID-19 en los Centros de Turismo Comunitario de Guayas y Santa Elena

El turismo es uno de los sectores más afectados por la pandemia provocada por el coronavirus COVID-19. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020) las llegadas de turistas han disminuido un 56% en los primeros cinco meses del año a nivel mundial.

Las actividades turísticas en los destinos marinos y costero del Ecuador se paralizaron totalmente a raíz de las restricciones de movilidad y medidas de contención. La información disponible sobre los impactos socioeconómicos y la evolución de la situación en las comunidades es, sin embargo, escasa.

El catastro turístico 2020 (Ministerio de turismo, 2020) registra un total de 40 Centros de Turismo Comunitario (CTC). Actores claves del desarrollo local, los CTC generan alrededor de 987 empleos directos en el país. (MINTUR, 2020). Cada CTC cuenta con un representante legal, personalidad jurídica y mantiene un RUC activo.

DATOS: El presente informe expone los resultados de entrevistas a 8 presidentes de Centros de Turismo Comunitario. Además, el

análisis se complementa con los resultados de una encuesta realizada a 176 pobladores de los CTC de Guayas y Santa Elena. La información fue recogida de manera virtual y telefónica entre el 13 de junio y el 7 de agosto 2020. (Ver figura 1).

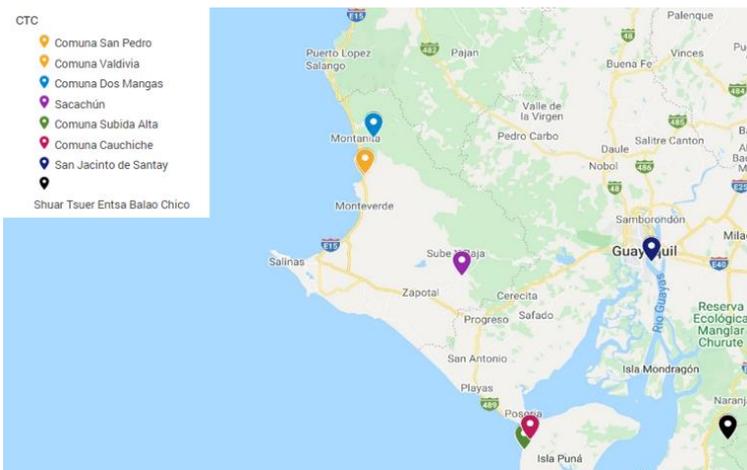
El presente informe contribuye al entendimiento de la crisis humanitaria y la percepción de abandono y necesidades de los CTC. También evidencia mecanismos de adaptación emergentes y reorganización de la vida económica ante una nueva realidad.

ENFOQUE SOCIAL

MANIFESTACIONES DE UNA CRISIS HUMANITARIA

Varios problemas sociales y económicos se agravaron a raíz de las restricciones implementadas para prevenir el contagio por COVID19 en estas comunidades. La crisis humanitaria se evidencia de diversas formas: escasez de alimentos, dificultad para acceder a los servicios básicos, falta de medicamentos, acumulación de deudas e insolvencia, amenaza a la integridad y seguridad de la población residente de los CTC, entre otras (Ver tabla 1).

Figura 23 Ubicación de CTC de Guayas y Santa Elena



Fuente: Elaboración propia

Tabla 14 Testimonios de los presidentes comunitarios

“aquí no hay agua, no hay luz (...) estamos a oscuras, mire que hubo un incendio aquí en la isla se quemó una casa una vivienda porque no tenemos luz ahora con velas nos estamos alumbrando” Presidente de San Jacinto de Santay

“La conexión a internet es regular porque se cae bastante la señal, siendo esta bastante lenta”. Presidente de Dos Mangas.

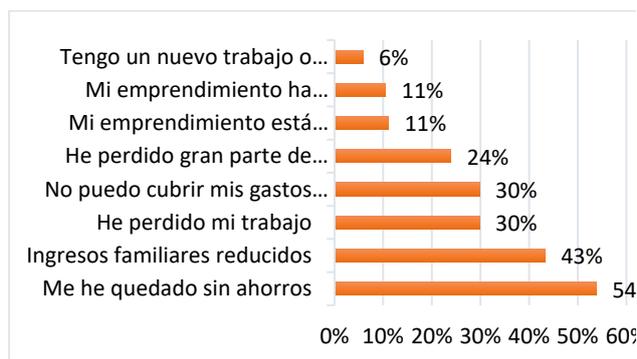
“asignábamos a dos personas cada 15 días para que hicieran las compras de víveres, (...) acá no hay agua” Presidente de Subida Alta

“Dentro de la comunidad se cura, al vivir cerca se comentan lo que sucede en sus casas, no van a ningún hospital”. Presidente del Centro Shuar Tsuer Entsa Balao Chico

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas

A estas afectaciones, se suma la reducción de ingresos por la caída directa de las actividades turísticas, principal fuente de recursos de los CTC. Esto ha obligado a más de la mitad (54%) de los miembros de las comunidades a recurrir a sus ahorros para la subsistencia, mientras que el 30% ha perdido su trabajo y no ha podido cubrir sus gastos de alimentación (Ver gráfico 1).

Gráfico 1 Afectaciones de la pandemia



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas

PERCEPCIÓN DE ABANDONO

La afectación por las medidas implementadas para combatir la pandemia (restricción de movilización, aislamiento social y cuarentena parcial) en las comunidades se dio de forma heterogénea. La mayoría de los residentes indica no haber recibido ningún tipo de colaboración de parte de los GAD durante la pandemia. La ayuda recibida por algunos fue dirigida a la subsistencia, más no a la reactivación de las actividades productivas. (Ver tabla 2)

Tabla 15 Ayuda recibida

“Mmm bueno por el gobierno, no casi no porque yo creo que el presidente el señor presidente no sabe que existe Puna, no sabe y no llega nada” Propietaria de un comedor en Subida Alta.

“Sí, por ahí nos han apoyado con raciones alimenticia, claro en algo nos han apoyado”. Guía de Dos Mangas.

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas con los prestadores de servicios

Así mismo, los GAD no pudieron dar cobertura de ayuda a toda la población de los CTC. Además, y como principal medio de sobrevivencia, más de la mitad de los pobladores (53%) menciona que la ayuda recibida fue brindada por parte de familiares o amigos por medio del trueque.

COLABORACIONES

A pesar de la apreciación positiva de los presidentes de los CTC acerca de la asistencia recibida por parte de los GAD durante los primeros meses de la pandemia, los representantes y prestadores de servicios resaltaron el apoyo brindado por universidades, organizaciones privadas, entidades no lucrativas. Por ejemplo, DP World Posorja ayudó durante la crisis a las comunidades de la Isla Puná: Subida Alta y Cauchiche; Fundación “Salva la Vida” ha donado raciones alimenticias en la comuna Cauchiche y Petroamazonas ha brindado capacitaciones de bioseguridad en la comuna Subida Alta.

Figura 24 Colaboraciones recibidas en los CTC



Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas a los presidentes de los CTC

Adicionalmente, en la provincia de Santa Elena manifestaron recibir ayuda de los proyectos de ESPOL con intervención social en las comunas de Valdivia y San Pedro desarrollados como vinculación en gestión con la profesora Gina Andrade.

AUTOGESTIÓN

Así mismo, en Santa Elena varias comunidades optaron por la autogestión como salida ante la pandemia del COVID-19, es así que se crea el Comité de Operaciones Wuancavilcas de Emergencia (COWE), el cual está conformado por los propios líderes y miembros de las comunas entre las que se destacan San Pedro y Valdivia. Esta autoorganización brinda asistencia médica y raciones alimenticias a las familias durante la emergencia sanitaria.

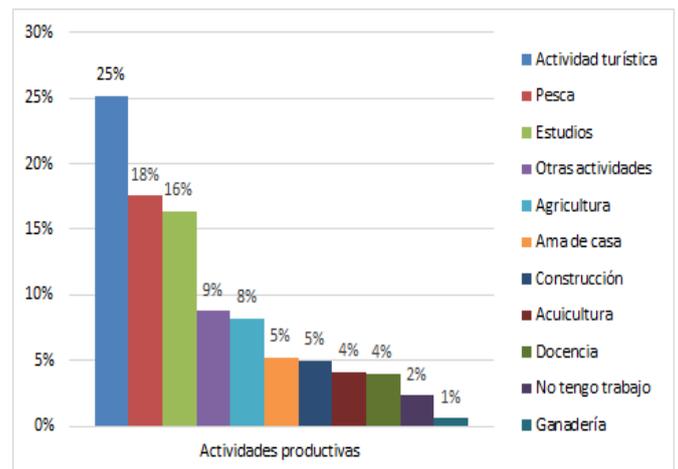
DIVERSIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

La nula afluencia turística en los CTC, trae como consecuencia la búsqueda de alternativas de trabajo que generan fuentes de ingresos para los hogares.

Algunas de las principales actividades económicas sustitutas incluyen la agricultura, la pesca y, la cria de animales.

Los residentes de las comunidades optaron por volver a este tipo de labores debido a que no han sido relativamente muy afectadas por la pandemia. Por ejemplo, un (18%) y un (8%) de la población local declara dedicarse a la pesca y a la agricultura como medios de subsistencia alternativos durante la pandemia (Ver gráfico 2).

Gráfico 2 Actividades productivas.



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas

Sin embargo, una parte de los prestadores de servicios no tuvieron o buscaron alternativas de generación de ingresos económicos durante la pandemia. (Ver Tabla 3)

Tabla 3 Testimonios de los prestadores de servicios

"no pude hacer ninguna otra cosa". Alojamiento de Subida Alta	"No aquí nomas porque no hay más trabajo" ... "solamente con lo que mi esposo trabajaba" Restaurante de Subida Alta	"no he estado generando ninguna actividad" Restaurante de Cauchiche
"La verdad que no, yo vivo más del turismo". Transporte de Cauchiche.	"No tenemos otra actividad aparte del turismo, todos vivimos del turismo". Restaurante del Centro Shuar.	"No, solo yo volaba lo que es el parapente". Parapente de San Pedro.

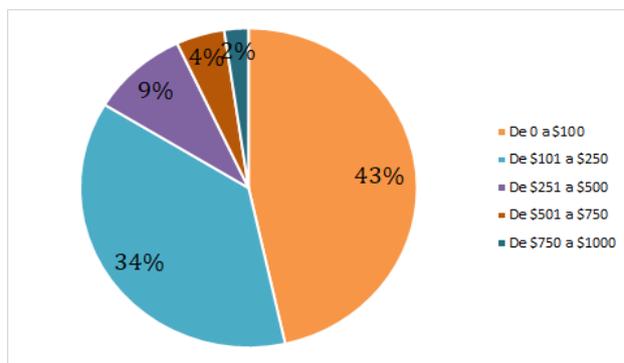
Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas

Así mismo, del total de los pobladores encuestados, un 25% declaró dedicarse exclusivamente a la oferta de servicios turísticos, indicando una dependencia mayor en dicha actividad. (Ver gráfico 2).

ENFOQUE ECONÓMICO

REDUCCIÓN DE INGRESOS ECONÓMICOS

Gráfico 3 Ingresos mensuales antes de la pandemia.

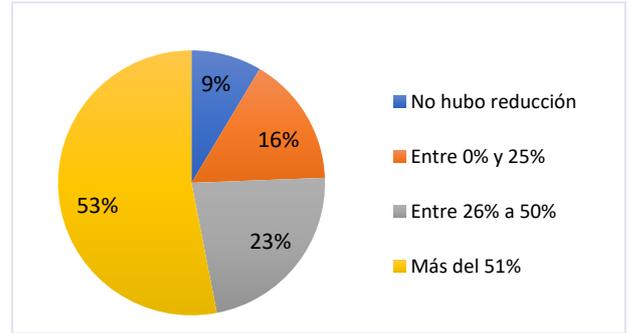


Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas

Del total de la población encuestada dedicada a brindar servicios turísticos, el 43% manifestó haber percibido ingresos mensuales inferiores a \$100, y; el 34% ingresos mensuales entre \$101 a \$250, es decir, situándose bajo la línea de pobreza. (Ver gráfico 3)

A su vez, la situación se agudizó a raíz de la pandemia, puesto que el 53% de los encuestados vieron reducido en más de la mitad sus ingresos mensuales. (Ver gráfico 4)

Gráfico 4. Reducción de ingresos durante la pandemia.



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas

A pesar de que, en las comunidades se realizaron trabajos alternativos, estas actividades no ayudan a cubrir todos sus gastos, debido a que el turismo es quien genera un mayor ingreso económico.

GASTOS Y NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO PARA LA REACTIVACIÓN

Los principales gastos identificados por los proveedores de servicios como necesarios para la reactivación de los centros de turismo comunitario más frecuentes incluyen: mantenimiento de cabañas, compra de víveres, utensilios desechables, bombas para fumigar y mantenimiento de electrodomésticos debido al nulo uso de estos desde el inicio de la pandemia.

Se debe agregar que, un gasto adicional es implementar los insumos de bioseguridad, el cual varía de acuerdo con la actividad turística que realicen. (Ver tabla 4)

Tabla 16. Gastos de acuerdo con la actividad turística

Alimentos y bebidas	<i>“tendríamos que usar cucharas desechables platos, comprar lo que es mascarilla, comprar más bancos, más sillas”</i> Propietaria de un restaurante de Cauchiche.
Alojamiento	<i>“ósea lo que es pozos de agua, sistemas de bombeos, tendría que darle un mantenimiento ¡no!, por ejemplo, tengo que buscar personal hacer una limpieza total, desinfectar”</i> Alojamiento en Subida Alta

Transporte turístico “busco implementar bomba para fumigar, dispensador de toallas desechables, el alcohol” Transporte en lancha de Subida Alta.

Guianza “comprar todos los insumos de aseo para que nos puedan visitar” Guía de Dos Mangas.

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas

Las familias sin ahorros o capital propio consideran al crédito como una forma de aliviar su situación económica actual. Estos deben ser otorgados con mínimo 4 o 5 meses de gracia para poder cubrir sus gastos y reactivar sus actividades.

El monto de financiamiento varía de acuerdo con los gastos que se necesiten realizar, siendo un monto que va desde los \$300 a \$500. (Ver tabla 5)

Tabla 5. Gastos de los proveedores

“Tengo que buscar personal hacer una limpieza total, desinfectar, yo calcularía que con unos \$300, póngale \$500”. Alojamiento de Subida Alta
“Tengo que gastar como unos \$200 porque no tenemos nada y también las cabañas, (...) como no se han arreglado todo, está ahí un poco, unos \$300 o \$400”. Restaurante de Subida Alta
“Un crédito de \$400 a \$500 con cinco meses más que sea de gracia”. Restaurante de San Pedro.

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas

Cabe resaltar que algunos proveedores de servicios mencionaron no sentirse capaces de cubrir un préstamo a corto plazo debido a la incertidumbre de la afluencia de turistas en el futuro. (Ver tabla 6)

Tabla 17. Preocupación por deudas de créditos

“Que sea accesible porque (...) algunos compañeros pidiendo así financiamiento y a la final no sirve porque no pueden pagarla” Propietaria de un restaurante de Subida Alta.

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas

De igual forma, quienes ya han solicitado un crédito comentan haber sido rechazados debido a que no cumplen con los requisitos

que se exige para el préstamo o los montos no ayudan a cubrir todos sus gastos. (Ver tabla 7)

Tabla 18. Inconformidad de crédito

“Prometieron que pues hasta unos \$400 (...) luego vinieron los promotores a decir qué bueno que ya no era posible que solo estaban dando \$100 pero que tenía que tener un RISE (...) pero por lo menos unos \$500 necesitaría para reactivar” Guía de Dos Mangas

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas

CONCLUSIONES Y OPCIONES PARA EL FUTURO

Los problemas sociales y económicos en las comunidades han empeoraron debido a las medidas de restricción ante la elevada tasa de contagios del COVID-19. Algunas de las dificultades más sobresalientes son la falta de servicios básicos, poco acceso a recursos tecnológicos e internet, y la pérdida de trabajo.

Las colaboraciones recibidas durante la pandemia fueron por parte de amigos, familiares y GAD, resaltando la resiliencia que las comunas desarrollaron, con el fin de sobrellevar los problemas de insumos básicos.

La reducción de ingresos mensuales y falta de ahorro derivó a una necesidad de financiamiento como búsqueda para aliviar su economía, sin embargo, estos créditos ofertados por parte del gobierno como medida de reactivación para los sectores más vulnerables del país, no están diseñados para las comunidades.

Además, se debe tomar en consideración que los gastos de reactivación varían de acuerdo con el tamaño y emprendimiento turístico que realice.

Los procesos de alojamiento necesitan aprendizaje sobre capacidad de aforo y desinfección en sus habitaciones y áreas públicas. Los restaurantes deben redefinir sus procesos de calidad e higiene en los alimentos y espacio de cocina y mesas. Los guías

necesitan conocer los procedimientos si se presenta algún contagio y cómo manejar los grupos para que cumplan con el distanciamiento necesario, entre otras actividades turísticas donde es indispensable la especialización de su forma de brindar turismo con la pandemia.

Es así como, los resultados invitan a buscar estrategias inclinadas al financiamiento en conjunto con capacitaciones financieras para un adecuado manejo monetario, créditos con mínimo 6 meses de gracia, tasas de interés bajas y cuotas de pago pequeñas que se ajusten al nivel de demanda de turismo.

Por lo tanto, es recomendable que las comunidades busquen a través de una comunicación efectiva unir fuerzas con entidades públicas, financieras y la población local para que se dé reapertura a los emprendimientos turísticos con las respectivas medidas de precaución. Adicionando una especial participación de gobiernos seccionales con sus direcciones de turismo para que se repotencie los CTC con medidas de marketing y publicidad.

BIBLIOGRAFÍA

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020). *Establecimientos registrados*. <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>

Organización Mundial de Turismo. (2020, 28 de julio). *Comunicado oficial de Impacto de la covid-19 en el turismo mundial queda patente en los datos de la OMT sobre el coste de la parálisis*. [comunicado de prensa]. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-07/200728-barometer-es.pdf>

CRÉDITOS

Producto de trabajo de titulación de:

Estrella Stefania Maza Gómez (Economía)
Helen Liseth Rojas Amaiguema (Economía)
Gina Nicole Soledispa Castro (Turismo)

Bajo la dirección de los profesores:

Mariela Monserrat Pérez Moncayo
Mathías Max Claude Pecot
Donald Javier Zhangallimbay Zhangallimbay

CONTACTO

Centro de Investigaciones Económicas- CIEC
Escuela Superior Politécnica del Litoral-ESPOL
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 Vía Perimetral,
Guayaquil, Ecuador.

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas.

Teléfonos: (+593) - 42 -
269097

Código postal: EC090112



ciec@espol.edu.ec



<http://www.ciec.espol.edu.ec/>



#CIEC_ESPOL