

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

Elaboración de un Informe de Coyuntura:
“Impactos sociales del Covid19, perspectivas desde el sector de
Congresos y Eventos en la ciudad de Guayaquil”.

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

LICENCIADO/A EN TURISMO

Presentado por:

ARIANA PATRICIA SÁNCHEZ ANGULO
JESSICA LOURDES TENELEMA ZAMBRANO

GUAYAQUIL – ECUADOR

Año: 2020

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a todas esas empresas de organización de eventos, ellos que a pesar de los difíciles momentos que estamos viviendo siempre estuvieron presto a colaborar con este proyecto, la vida no siempre es color de rosa, a veces esos días grises son los que más nos enseñan, los que nos hacen fuerte y sacan lo mejor de nosotros es por eso que es precisamente ahora cuanto más unidos debemos estar como industria turística, porque esa es la única forma de resistir y salir adelante de toda esta situación.

Ariana Sánchez Angulo

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a mis padres Piedad Zambrano y Manuel Tenelema, por su apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de toda mi vida y por el sacrificio que día a día han hecho para poder prepararme, ser una mejor persona y poder culminar una etapa muy importante en mi vida.

Jessica Tenelema Zambrano

AGRADECIMIENTOS

Mi agradecimiento eterno en primer lugar a mis padres, porque son el pilar fundamental de mi vida, gracias infinitas por nunca soltar mi mano y apoyarme en todo momento, este gran logro es netamente de ellos, porque me satisface ver en sus rostros una enorme sonrisa y orgullo por esta meta cumplida.

A mis profesores que desde el primer semestre supieron con sus conocimientos guiarme en esta hermosa carrera, y por último, pero no menos importante a mis compañeros y amigos de toda la vida quien entre risas y momentos de estrés cuando estábamos en exámenes siempre tuvieron una palabra de aliento en momentos en donde quería dejar todo y retirarme.

Ariana Sánchez Angulo

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios por bendecirme todos los días y haberme permitido poder lograr una meta que algún día me propuse. También quiero agradecer infinitamente a mis padres quienes han sido el motor de mi vida, a mis hermanas Verónica y Maricela, por haberme apoyado y ayudado en esos momentos en que más las necesitaba.

A mis amigos que me acompañaron en esta larga e inolvidable travesía, por esos momentos únicos que se quedaron en mi mente y corazón para siempre.

Por último, pero no menos importante agradecerles a mis profesores que desde el inicio me impartieron sus conocimientos e hicieron que me enamore más de esta linda carrera.

Jessica Tenelema Zambrano

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Ariana Patricia Sánchez Angulo* y *Jessica Lourdes Tenelema Zambrano* damos nuestro 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”

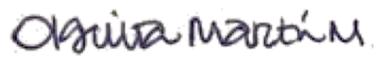


Ariana Patricia
Sánchez Angulo



Jessica Lourdes
Tenelema Zambrano

EVALUADORES



MSc Olga Martín

PROFESOR DE LA MATERIA

5 Octubre del 2020



MSc Raizza Maquizzaca

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

Este proyecto pretende dar un análisis de la situación actual del turismo ante la pandemia mundial provocada por el COVID-19, partiendo desde la comparación del desarrollo turístico en los últimos años y el cambio y limitaciones que ha recibido con la llegada la enfermedad para luego enfocarse en el desarrollo del turismo de reuniones, congreso y eventos post-COVID.

Este proyecto presenta una estructura con diferentes etapas, iniciando con un análisis de información bibliográfica, basado en fuentes secundarias, revisión de un marco teórico y conceptual y la ejecución de una marcada y planificada investigación de mercado, para la cual el eje central está protagonizada por la aplicación de entrevista a expertos y representantes de distintas empresas del sector turístico, enfocadas al área de congresos y eventos dando como consecuencia la aplicación de una investigación no probabilística a conveniencia y dando como resultado un informe de coyuntura sobre los impactos socio-económicos del COVID-19 en la industria de viajes; y por ende que el informe pueda ser considerado un buen soporte para que estas empresas superen posibles crisis y evitar cierre de actividades provocadas por la ausencia de clientes proveyendo de ideas estratégicas de reactivación comercial y económica.

Palabras clave: Pandemia, crisis económica, turismo de reuniones, economía.

ABSTRACT

This project aims to provide an analysis of the current situation of tourism in the face of the global pandemic caused by COVID-19, starting from the comparison of tourism development in recent years and the change and limitations that the disease has received with the arrival of the disease and then focus on in the development of tourism for meetings, congresses and post-COVID events.

This project presents a structure with different stages, starting with an analysis of bibliographic information, based on secondary sources, review of a theoretical and conceptual framework and the execution of a marked and planned market research, for which the central axis is led by the application of an interview to experts and representatives of different companies in the tourism sector, focused on the area of congresses and events resulting in the application of a non-probabilistic investigation at convenience and resulting in a situation report on the socio-economic impacts of COVID -19 in the travel industry; and therefore that the report can be considered a good support for these companies to overcome possible crises and avoid the closure of activities caused by the absence of customers, providing strategic ideas for commercial and economic reactivation

Keywords: *Pandemic, economic crisis, business tourism, economy.*

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	I
ABSTRACT.....	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
ABREVIATURAS.....	V
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE APÉNDICES.....	VII
CAPÍTULO 1	1
1.1. Descripción del problema.....	2
1.2. Justificación del problema.....	3
1.3. Objetivos	3
1.3.1. Objetivo General.....	3
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
1.4. Marco teórico	4
1.4.1. Turismo y clasificación.....	4
1.4.2.1. Turismo de negocios.....	5
1.4.2.2. Turismo de reuniones.....	5
1.4.2.3. Clasificación del turismo de reuniones	5
1.4.2.4. Sector Mice	6
1.4.2.5. Eventos internacionales	7
CAPÍTULO 2	10
2.1. ANÁLISIS DEL ESTUDIO	10
2.2.1. Diseño de la investigación	10
2.2.1.2. Herramientas de recolección de información	11
2.2.1.3. Entrevista Semi Estructurada:.....	11
2.2.2. Diseño Muestral.....	12

2.2.3. Procedimiento de la recolección de información.....	13
CAPÍTULO 3	15
3. RESULTADOS Y ANÁLISIS	15
3.1. Análisis de resultados.....	15
3.1.1. Principales resultados.....	16
3.2. Propuesta	17
3.3. Estudio financiero	18
CAPÍTULO 4	20
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20
4.1. Conclusiones	20
4.2. Recomendaciones	21
BIBLIOGRAFÍA	22
APÉNDICES.....	¡Error! Marcador no definido.

ABREVIATURAS

MMICE	mice meetings, incentives, conferences, and exhibitions
PIB	Producto interno bruto
ICCA	Asociación Internacional de Congresos y Eventos
OMT	Organización mundial de turismo
MINTUR	Ministerio de turismo
ESPOL	Escuela Superior Politécnica Del Litoral

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.4.1 Clasificación del turismo de reuniones internacionales [ICCA, 2020]	6
Tabla 3.1 Inversión y costos.....	19
Tabla 5.1 Listado de Entrevistados	26

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice A Entrevista semiestructurada.....	26
Apéndice B Preguntas de entrevistas	28
Apéndice C Resultados relevantes de entrevistas	29
Apéndice D Detalle simulación de crédito BanEcuador, Banco Pichincha, Banco Guayaquil	45

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El turismo después de la segunda guerra mundial se ha convertido en uno de los fenómenos económicos más importantes a nivel global que ha movido masas y creando alianza entre naciones, esto, gracias en gran parte al avance de la aviación comercial que dio paso al derecho aéreo contribuyendo al desarrollo de la comercialización y esto a su vez mejorando el sector del turismo y el óseo.

Con la evolución del turismo, se empezaron a crear nuevas modalidades en la industria como el turismo de negocios, conocido también por sus abreviaturas en ingles MICE (meetings, incentives, conferences, and exhibitions/Events), siendo este uno de los sectores que más ha generado ingresos y aporte al PIB¹ en varios países; Un acontecimiento importante en el sector de los eventos y negocios fue cuando se fundó la ICCA², el cual impulsó la creación de sedes organizacionales en algunos países para que puedan formar parte de ella. (López, 2020) Este modelo de turismo ha impulsado el desarrollo de algunos destinos que disponen todas las facilidades para realizar negocios, como es el caso de la ciudad de Guayaquil, que fue reconocida como "Destino líder de viajes de negocios en Sudamérica en el año 2016" por los World Travel Awards, esto según expresa la revista "Vistazo" en el año (2016).

Por su parte, hasta ahora sabemos que el turismo es un sector en constante crecimiento y evolución, brindando con el paso del tiempo más fuentes de trabajo enfocándose en nuevos segmentos de mercados que viene acompañados de la creación de nuevos espacios turísticos. Sin embargo, hay que destacar que el éxito de este sector también depende muchos factores internos y externos que juegan un rol importante en su desarrollo, sean estos, factores socioeconómicos como problemas de crisis económicas, disputas políticas, problemas sociales, etc.; y factores naturales como desastres ambientales, enfermedades, entre otros. Como es el caso de la situación actual a nivel mundial y que tiene incidencia directa en el sector de viaje ya que el mundo atraviesa

¹ PIB; producto interno bruto

² Asociación Internacional de Congresos y Eventos

por una situación crítica, a causa de una pandemia que ha afectado la economía a nivel global.

En el contexto de la situación actual del Ecuador, uno de los sectores más afectados del turismo es el segmento del turismo de negocios en la ciudad de Guayaquil, por ende, los eventos que se tenían programado se han postergado hasta un mediano o largo plazo, inclusive las empresas que se han dedicado a la creación y organización de eventos de manera general se han visto afectadas llegando incluso al cierre de sus actividades. (Grupo El Comercio, 2020)

1.1. Descripción del problema

La ciudad de Guayaquil se caracteriza por poseer grandes atractivos turísticos como el Malecón “Simón Bolívar” o sus atractivos culturales como parte del turismo cultural, además de destacarse en el sector del turismo de negocios en su modalidad de congresos y eventos, el cual es uno de los más desarrollados y que genera aportaciones económicas a la ciudad y al país, es por esto que la ciudad está en constante innovación y mejoras en el mencionado sector.

El turismo de congresos y eventos en la ciudad de Guayaquil venido teniendo un mayor crecimiento es por ello por lo que la presidenta de la Empresa Pública de Turismo Gloria Gallardo mantuvo algunas reuniones a principios de año con todos los representantes del sector para establecer estrategias que permitan seguir potenciando a Guayaquil como destino líder de congresos y eventos a nivel latinoamericano. (Sanz, 2020)

En este año, puesto que se tenía programado varios eventos masivos de gran realce como lo era la creación de la Ruta Viva de la Independencia, esto en conmemoración al Bicentenario de la ciudad, además de importantes congresos como el de Acuicultura, la Cumbre Mundial del Banano, congresos de Médicos, entre otros y por lo cual se proyectaba la visita de grandes y famosos empresarios con el objetivo de dar a conocer a Guayaquil como sede para realizar eventos y convenciones y a su vez incrementar la llegada de visitantes y turistas. (Diario Expreso, 2020)

La situación mundial por Covid-19 no dista mucho de la que atraviesa el país, las principales ciudades han sido las más afectadas en este caso la ciudad de Guayaquil y

el sector de congresos y eventos han reportado cuantiosas pérdidas, puesto que, al no poder realizar eventos masivos, muchas empresas de este sector se han visto en la obligación de despedir a gran parte de su nómina y en algunos casos el cierre total de sus negocios.

Desde que iniciaron las medidas de confinamiento en el país, los ingresos por turismo se redujeron a 0 y esto está afectando a más de 540 familias que dependen de esta actividad, según declaraciones del empresario turístico Roque Sevilla. (Sevilla, 2020)

Según la Ministra de Turismo Rosi Prado de Holguín, las pérdidas estimadas en el sector turístico en el mes de marzo fueron de \$ 236 millones, mientras que desde el mes de abril hasta el mes de junio son de \$300 millones lo que da un total de \$ 1.136 millones en pérdidas económicas. (Rony Correa UTPL, 2020)

1.2. Justificación del problema

Enfocados en el problema ya expuesto, se considera necesario la elaboración de un informe coyuntural que permita conocer con mayor exactitud las pérdidas que ha generado el Covid-19 al sector turístico de congresos y eventos en la ciudad de Guayaquil.

Además, con el informe se busca también proponer estrategias a mediano plazo para la reactivación paulatina de dicho mercado, teniendo como referencia los datos del año anterior. Por ello, es importante determinar el número y tipo de eventos que se realizan anualmente en la ciudad de Guayaquil, para poder obtener mayor claridad en la investigación.

Adicional, se pretende aportar información relevante a la situación económica y social actual del país, con la finalidad de ser una herramienta de ayuda para los futuros informes que se vayan a realizar

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Elaborar un informe coyuntural para analizar los impactos sociales ocasionados por la pandemia actual (COVID-19), a través de la recolección de información para

posteriormente establecer una serie de estrategias para la futura reactivación del sector turístico de congresos y eventos de la ciudad de Guayaquil.

1.3.2 Objetivos Específicos

Objetivo 1: Identificar los impactos económicos y sociales del covid-19, a través de la recolección de información de fuentes primarias y secundarias.

Objetivo 2: Proponer estrategias para reactivar el sector de congresos y eventos en la ciudad de Guayaquil a mediano plazo.

Objetivo 3: Diseñar un informe coyuntural en base a la información obtenida por medio de un estudio de mercados en el sector de congresos y eventos en Guayaquil.

1.4. Marco teórico

1.4.1. Turismo y clasificación

En el ámbito sociocultural y económico el turismo puede ayudar a los pueblos y localidades a salir de la pobreza e inclusive a mejorar formas de vida de toda una población generando más ingresos de divisas, más fuentes de empleo, en la distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras, siendo el turismo parte de la generación del PIB, en las balanzas de pago y demás indicadores macroeconómicos de un país. Según la OMT³ el sector turístico aporta con el 35% de la economía mundial (OMT, 2020) Este sector ha evolucionado tanto durante el tiempo que la sociedad se ha visto en la obligación de crear entes gubernamentales que rijan leyes y normas que aseguren el correcto desarrollo de este fenómeno que mueve masas a nivel mundial.

1.4.2. Conceptos básicos

Una vez identificado el problema de este proyecto y establecidos sus objetivos, creemos de gran importancia explicar algunos conceptos que serán de constante uso en el desarrollo de este tema.

³ Organización mundial de turismo

1.4.2.1. Turismo de negocios.

Según menciona Tavera (2018) el portal “Vida Universitaria” UNITEC, es de vital importancia entender que el turismo de negocios es una modalidad del turismo que complementa un conjunto de corrientes turísticas, cuyo motivo principal de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales. En este contexto, este tipo de turismo es más enfocado y limitado que el turismo regular, ya que el motivo de viaje y por el cual una persona se desplaza de su lugar de residencia a un destino distinto tiene que ver con intereses empresariales.

1.4.2.2. Turismo de reuniones

Se puede interpretar el término turismo de reuniones como una clasificación del turismo de negocios que se centra en la visita programada de un turista a una localidad con fines, laborales o de negocios ya sean estos un congreso, conferencia, seminario entre otros. En pocas palabras: es el nicho de un segmento de mercado. (Tavera, 2018)

Para el desarrollo de este tipo de turismo, por lo general, dependiendo el motivo de la visita se escogen zonas desarrolladas y capitales con grandes industrias donde estas son los atractivos principales.

A diferencia del turismo de aventura, el turista de negocios pone como prioridad la comodidad, es por este motivo que la localidad se ve en la necesidad de contar con instalaciones bien acondicionadas y con todo el confort necesario para que el turista tenga la mejor experiencia dentro del destino y de sus actividades.

1.4.2.3. Clasificación del turismo de reuniones

Existen diferentes criterios que se pueden emplear para la clasificación de este tipo de turismo de reuniones: por el lugar, por el motivo, por la dimensión del evento, etc.

Para la ICCA⁴, el criterio importante que emplea un proveedor para segmentar el mercado es el papel del iniciador debido a que establece qué tipo de reunión es planificada y cuáles son los servicios necesarios. Una vez segmenta el sector de

⁴ Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales

reuniones internacionales por el iniciador, derivan dos mercados principales: Reuniones Corporativas y Reuniones no Corporativas. (ICCA, 2020)

A continuación, en la siguiente tabla se muestra la clasificación de del turismo de reuniones según la ICCA

Tabla 1.4.1 Clasificación del turismo de reuniones internacionales [ICCA, 2020]

Reuniones internacionales	
Reuniones corporativas	Reuniones no corporativas
<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones internas • Reuniones externas • Reuniones mixtas 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones Gubernamentales internacionales • Organizaciones no gubernamentales internacionales (asociaciones)

Por otro lado, la OMT clasifica al turismo de reuniones de acuerdo con las siguientes categorías

- Convenciones y Reuniones Corporativas o de Negocios
- Congresos de Asociaciones
- Ferias y Exposiciones Comerciales
- Viajes de Incentivo
- Otras reuniones (OMT, 2020)

1.4.2.4. Sector Mice

Es el sector del turismo de negocios u organización de eventos, que con el paso del tiempo ha ido evolucionando y adaptándose a nuevos cambios de un mercado cada vez más complejo, por lo consiguiente en la actualidad hay empresas que se encargan de la toda la logística para la ejecución de las reuniones con la finalidad de evitar alguna adversidad que llegue a suceder antes, durante y al finalizar el evento. (OMT, 2014)

La ejecución de eventos conlleva un proceso por medio de una temática o un objetivo específico del evento, en base a los gustos y preferencias de los clientes, se planifican, se diseñan y producen eventos de todo tipo como, congresos, conferencia, reuniones

sociales y todo tipo de acontecimiento que incluya la asistencia y participación de un público a fin de eliminar la improvisación y que el evento se lleve a cabo según lo planificado.

1.4.2.5. Eventos internacionales

En cuanto al impacto económico del sector turístico a nivel internacional para el Consejo Mundial de Viajes y Turismo contribuye con un 9.8% al PIB mundial, esto significa que el turismo tiene gran influencia en el crecimiento económico de un lugar. (QUITO TURISMO , 2020)

Por otra parte, el turismo de negocios representa cerca del 20% de llegadas a un lugar turístico, esto significa que su rápido desarrollo ha provocado que se convierta en un motor de la economía en los últimos años. Efectivamente la industria del sector MICE, comprende diferentes subsectores como servicio de alojamiento, alimentación, transporte, centro de convenciones y servicios complementarios y la ciudad donde se realice el evento, por lo tanto, genera fuentes de empleo, creando un impacto positivo en la economía de dicho país. (Tallarda, 2019)

1.4.3. Estudios previos

1.4.3.1. Historia de las pandemias y las afectaciones en Turismo

A lo largo de la historia han existido algunas enfermedades que han perjudicado al turismo en todos sus niveles, lo que ha provocado que esta industria enfrente constantes cambios en su forma de operar.

No solo son las enfermedades un gran reto para el turismo sino también las condiciones geográficas y sociales de cada país o región pues todo esto es parte de un conjunto que hace que los turistas y viajeros se vean imposibilitados de movilizarse.

Entre las enfermedades más comunes que han afectado el desarrollo del turismo en ciertas regiones son: el Dengue, Zika, Ébola, Fiebre amarilla y el SARS que desde hace algunos años atrás ha venido afectando la salud de la población humana.

Las pandemias no solo causan afectaciones de salud sino también económicas las cuales repercuten a nivel mundial en todos los sectores de la economía y en el caso del Turismo es uno de los sectores más afectados.

1.4.3.2. Situación actual en el Ecuador

El Ministerio de Turismo como ente rector del sector está trabajando arduamente con los distintos actores del turismo en el país para analizar la situación y establecer una serie de incentivos y estrategias para la reactivación del sector.

En el caso del turismo de reuniones en el país, se creó el consejo consultivo sobre MICE entre el MINTUR y algunas ciudades (Guayaquil, Quito, Cuenca, Manta) para trabajar en la elaboración de protocolos de bioseguridad del MINTUR y los gobiernos locales, además de brindar una serie de capacitaciones a los empresarios, expertos y trabajadores del sector.

El 17 de marzo del presente año se llevó a cabo una encuesta a organizadores de eventos en la ciudad de Quito llamada Encuesta de Afectación del Covid-19 a Organizadores de Eventos la cual nos arroja los siguientes datos, desde la segunda mitad del mes de marzo se tenían planificados 130 eventos los cuales fueron cancelados en su totalidad debido a la pandemia, esto deja una pérdida estimada de \$2,573,500 y una pérdida por evento de \$20,565, si bien es cierto en la ciudad de Guayaquil aún no se tiene este tipo de datos, ya se está en el proceso de levantamiento de información, los datos de esta encuesta nos sirven como preámbulo de la situación real de afectación al sector de congresos y eventos en el país. (QUITO TURISMO , 2020).

1.4.3.3. Afectación social del sector de congresos y eventos

En lo que va de la nueva década, la situación a nivel mundial se ha visto en grandes pérdidas, tanto humanas como sociales, afectado en gran parte dentro del análisis de las pérdidas económicas que viene consigo con la pandemia, la trascendencia del turismo de reuniones, siendo la ciudad de guayaquil una de las más destacadas en este

ámbito por sus múltiples beneficios en cuanto a intercambio científico, cultural y tecnológico, sin embargo este sector ha tomado un gran retroceso por la pandemia actual por ejemplo el año anterior la "feria internacional del mercado de reuniones y viajes de incentivo de América Latina y el Caribe" premió a la ciudad como el destino que más creció en 2018 en la región y en el mundo, subiendo en el ranking al puesto 16 estando antes en la posición 42 de esta lista donde figuran los destinos más importante de la región, pero en el círculo de la pandemia esta posición podría variar y retroceder.

Sin embargo, el trabajo nunca sede y por ello los gobiernos locales y nacionales, ya comienzan a formar planes de reactivación para el sector de viajes avanzando de forma ágil, preparando protocolos de bioseguridad para el sector de eventos, alojamiento y restauración. Una labor en combinación y unión con empresas privadas y públicas para contar con la mayor cantidad de recursos tanto humanos como económicos y poder recuperar todo lo perdido durante estos meses de encierro y pausa de actividades. promocionando sus productos y s destino a través de la gran fuerza que ha tomado el marketing digital en esta época de pandemia. El sector hotelero que brinda muchas opciones de turismo de negocios con su centro de convenciones y salas de actos también comienza a retomar planes acción de en favor de la reactivación económica, poniendo estrategias como paquetes de viajes a bajos costos y siguiendo los lineamientos de bioseguridad expuestos por la ley nacional e internacional de salud. (Serrano, 2020)

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

2.1. ANÁLISIS DEL ESTUDIO

Para entender la magnitud de este estudio es importante revisar la situación antes de la pandemia en la ciudad de Guayaquil.

Ecuador por medio del Ministerio de Turismo como entidad principal del sector han venido trabajando en los últimos años en establecer estrategias para promocionar al país como un destino de reuniones y congresos a nivel mundial, pues, se ha enfocado en la proyección que para el 2025 este país sea reconocido en el top 5 de los destinos MICE en América Latina, es por ello que las dos principales ciudades Guayaquil y Quito han estado trabajando en conjunto para la su correcta potenciación. (MinTur, 13)

Según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), Guayaquil apuesta al Turismo de convenciones y congresos pues este generaría cinco veces más ingresos que el turismo de ocio y placer.

Todas estas acciones se vieron afectadas por el confinamiento que dejó de lado toda acción de promover turismo en todas sus fases en la ciudad, eso sin contar las grandes pérdidas económicas que hasta ahora se dejada la pandemia.

2.2. Métodos de investigación

2.2.1. Diseño de la investigación

La metodología aplicada en el presente proyecto es de tipo exploratoria descriptiva ya que dicha investigación nos permitirá abordar diferentes perspectivas y opiniones sobre el tema tratado.

2.2.1.1. Enfoque de la investigación

Para conocer la situación real del sector de congresos y eventos y las medidas que están adoptando los distintos actores para una posterior reactivación, es necesario la aplicación de una investigación de mercado para una correcta recolección de información.

La investigación de mercado posee dos técnicas de recolección de información, las cuales son cualitativa y cuantitativa.

Para efectos de esta investigación usaremos la técnica cualitativa, teniendo como método de recolección de información, las entrevistas semi estructuradas las cuales fueron aplicadas a los actores que componen el sector de congresos y eventos.

El sistema de estas entrevistas está dirigido a la realización de un cuestionario de preguntas abiertas orientadas a los impactos sociales que ha dejado hasta el momento la pandemia, como son la pérdida de plazas de trabajo, cierre de empresas y cancelación de eventos y con el fin de obtener información relevante desde los diferentes puntos de vista dentro del mismo sector.

El propósito de este cuestionario es conocer a fondo los efectos que deja la pandemia y a su vez establecer una serie de medidas que puedan adoptar a futuro estos negocios para su posterior reactivación.

2.2.1.2. Herramientas de recolección de información

En cuanto a los instrumentos de recolección que usaremos, estos serán de carácter cualitativo como la entrevista semi estructurada, basadas en una conversación no tan formal con el entrevistado con una serie de preguntas abiertas, con un formato establecido, lo cual nos permite tener más apertura con el entrevistado y a su vez mayor flexibilidad para manejar la entrevista.

2.2.1.3. Entrevista Semi Estructurada:

Este tipo de entrevista permite al entrevistado y entrevistador crear un diálogo para conocer a fondo las perspectivas y los conocimientos que posee el actor en base a su experiencia. Está es una herramienta de carácter cualitativa, porque su técnica permite que el entrevistado exprese sus opiniones y conocimientos en relación con las temáticas planteadas, sin la necesidad de apoyarse en base estadísticas para fundamentar sus opiniones. (VER APÉNDICE A)

2.2.2. Diseño Muestral

2.2.2.1. Definición de la población muestra

Para cumplir con el objetivo de este estudio, debemos conocer la situación real del sector de congresos y eventos de la ciudad y para que la información proporcionada sea real, verídica y comprobable, debemos programar una serie de entrevistas con los actores principales y secundarios que intervienen en el sector, es decir los organizadores de eventos y sus proveedores.

2.2.2.2. Determinación del marco muestral

Para definir el marco muestral tenemos como guía una base de datos proporcionada por la ESPOL⁵, la cual es un catastro turístico levantado entre el 2015 y 2018, además contamos con la colaboración de nuestros compañeros de la carrera de Economía, Katherine Llerena y Daniel Macias.

Para la creación de nuestra base de datos, como primer paso se realizó un filtro de búsqueda solo de las empresas establecidas en la ciudad de Guayaquil, se hizo un segundo filtro con la actividad económica de las empresas con código N8230 en el cual se encuentran las empresas que se dedican a la realización de eventos según la Super Intendencia de Compañías, luego nos enfocamos en las empresas que están activas, es decir que sus estados financieros desde el 2015 al 2018 no facturen en 0 pues para la realización de nuestro estudio solo nos servirían las empresas que no reflejen sus estados financieros en cero.

Finalmente, después de todo este proceso de depuración se logró obtener una base de datos con 67 empresas que se dedican a la realización de eventos y que se encuentran activas en la Super Intendencia de Compañías. (VER APÉNDICE B)

2.2.2.3. Selección de la técnica de muestreo

El tipo de muestra escogida será no probabilística de carácter intencional, dado que la técnica seleccionada no es al azar, sino está dirigido a un grupo de actores del sector de

⁵ Escuela Superior Politécnica del Litoral

congresos y eventos para obtener información relevante desde diferentes puntos de vistas dentro del mismo segmento y contribuya al propósito de nuestro tema de estudio.

2.2.2.4. Definición del tamaño de la muestra

Para determinar el objeto de estudio por medio de la base de datos obtenida por la ESPOL, nos enfocamos específicamente en empresas con estado activo, las cuales son 67 establecimientos que se dedican a la organización de eventos en la ciudad de Guayaquil, se obtuvo un tamaño muestral de 57 empresas, que fueron el total de entrevistas que se debió realizar. A continuación, se detalla el resultado final del tamaño de la muestra:

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

Fuente: Boletín 02 de la facultad de ingeniería de la Universidad Rafael Landívar
(Torres, 2006)

$$n = \frac{(1.96)^2 * (67) * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2 * (67 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 57$$

Donde:

z^2 = Nivel de confianza del 95% equivalente a 1.96

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error de la muestra del 5%

p = Probabilidad de éxito del 50%

q = 1 – probabilidad de éxito

2.2.3. Procedimiento de la recolección de información

Para profundizar nuestra investigación, fue necesario conocer las diferentes perspectivas de los actores involucrados en el sector de congresos y eventos para saber cuál es la situación actual de sus empresas frente a la pandemia. Para ello se diseñó el formato de la entrevista con preguntas abiertas para poder interactuar con el entrevistado y mayor

flexibilidad en el desarrollo de la entrevista. En cuanto a la organización de las preguntas se dividieron por subtemas, de esta forma facilitó la orientación del entrevistado.

Luego se definió la población y el tamaño final de la muestra y se procedió a contactar a las diferentes empresas en estado activo por medio del correo electrónico y medios digitales.

Durante el proceso de acercamiento con los entrevistados, se presentaron ciertos inconvenientes para poder contactarlos y que aceptaran formar parte de ese proyecto.

Las entrevistas al grupo de actores se llevaron a cabo durante la tercera y cuarta semana del mes de julio del de acuerdo con el presente cronograma de trabajo. Las herramientas que se utilizaron para realizar la entrevistas fueron por vía zoom, correo y vía WhatsApp audio, por lo general los actores que nos iban a colaborar con la entrevista optaron en responder por correo, debido a que no disponían de suficiente tiempo por su ocupación laboral, sin embargo, tuvieron la disposición de contribuir con su información para el desarrollo de nuestra investigación.

El proceso de entrevistas se desarrolló a partir del 19 al 31 de julio del 2020, el tiempo de la entrevista dependía de la disponibilidad del entrevistado, por lo que fueron alrededor de 15 a 40 minutos, dentro del periodo establecido se logró realizar un total de 30 entrevistas debido a que no obtuvimos respuestas positivas de la lista de entrevistados establecidos. (VER APÉNDICE C)

Esta etapa del proyecto fue muy reveladora y crucial para la elaboración del informe final ya que al tener las respuestas y puntos de vista de cada uno de los involucrados se han obtenidos distintos datos bases para el alcance del informe y su envergadura ya que son testimonios reales de la situación actual de las empresas del sector en el ámbito económico y su forma de trabajo.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En este nuevo capítulo se presentan los resultados obtenidos a partir de la aplicación de las técnicas utilizadas en la metodología del capítulo anterior, como se expuso anteriormente la herramienta principal para la recolección de datos fueron entrevistas, mismas que fueron realizadas a los representantes de las empresas del sector de congresos y eventos entre el 19 al 31 de julio del 2020.

Este estudio fue realizado con el fin de cumplir con nuestros objetivos específicos mencionados a continuación:

Objetivo 1: Identificar los impactos económicos y sociales del covid-19, a través de la recolección de información de fuentes primarias y secundarias.

Objetivo 2: Proponer estrategias para reactivar el sector de congresos y eventos en la ciudad de Guayaquil a mediano plazo.

Objetivo 3: Diseñar un informe coyuntural en base a la información obtenida por medio de un estudio de mercados en el sector de congresos y eventos en Guayaquil.

Al validar cada uno de los objetivos específicos, logramos cumplir con el objetivo general de este proyecto.

3.1. Análisis de resultados

Nuestro tamaño muestral era de 57 personas a aplicar la entrevista, pero en el proceso de búsqueda y contacto de dichas personas tuvimos inconvenientes pues la gran mayoría de ellas no tenían la predisposición de colaborar con este estudio o sus empresas debieron cerrar debido a la situación actual.

Se logró aplicar las entrevistas a 30 representantes de empresas del sector de congresos y eventos, los cuales cumplieron con el perfil establecido para realizar la entrevista. (VER ANEXO A)

3.1.1. Principales resultados

Nuestra entrevista estuvo dividida en subtemas con el propósito de mantener un orden en cuanto a la información que se recolectaba.

La primera área de análisis fue conocer la situación actual de las empresas a las que pertenecen nuestros entrevistados, a lo que nos respondieron:

La situación actual del sector es crítica pues todos los eventos que se tenían programados para este año han tenido que cancelarse o en el mejor de los casos trasladado a la agenda del 2021, entre las afectaciones sociales en las que todos los entrevistados coinciden sin duda son: la cancelación de los eventos ya programados, pérdida de plazas de empleo y el cierre total o parcial de las pequeñas, medianas y grandes empresas.

En cuanto a las fuentes actuales de financiamiento con las que cuentan como único sustento para mantenerse en el mercado, las pequeñas empresas han optado por cambiar su línea de negocios, como es el caso de las florerías, alquiler de equipos digitales y en el caso de las grandes empresas han empezado a explotar más al segmento corporativo local y los prestamos financieros.

Por otro lado, en lo que respecta a disposiciones gubernamentales y nuevas tendencias en el mercado, nuestros entrevistados comentan que la flexibilidad en cuanto a la realización de eventos masivos con un aforo máximo de 25 personas sin duda alguna representa un comienzo en la reactivación, pero eso no es suficiente pues al no poder realizar eventos a gran escala, las ganancias son mínimas y solo alcanza a cubrir ciertos rubros como pago de nómina servicios básicos y pago de alquileres.

De acuerdo con la nueva realidad virtual que todo el mundo está adaptándose, nuestros entrevistados afirman que sin duda alguna los eventos híbridos y digital son la nueva forma en la que los eventos se llevan a cabo, claro está que nunca podrá igualar a los eventos presenciales, pero esta es una realidad a la que todos deben adaptarse.

En el área de las estrategias y trabajo conjunto con el ministerio de turismo los entrevistados nos revelan que actualmente se realiza un arduo trabajo de planificación para la reactivación entre el sector de congresos y eventos y el ministerio, pero sin

embargo este no es un trabajo que se da de la noche a la mañana, en cuanto a las estrategias que como empresas ellos están adoptando para la reactivación nos mencionan que trabajan en la burbuja social que consiste en una planificación previa de los eventos la cual consta de 3 fases que son antes, durante y después del evento.

Entre las medidas de bioseguridad que ahora se exigen para la realización de eventos son: pruebas Covid-19 quince días antes de la realización del evento y otra prueba quince días después de realizado el evento, además de cumplir con una cuarentena estricta, los eventos deben realizarse en espacios abiertos y al aire libre, el uso de gel antibacterial, mascarilla y distanciamiento social son reglas estrictas que deben cumplirse.

En la última área de las entrevistas los entrevistados nos dicen que aún es muy prematuro hacer cambios en el modelo de negocio que se maneja actualmente pues la situación es muy variable y constantemente estamos sometidos a cambios pues dependemos del comportamiento del virus y su evolución en el país.

Como conclusión los actores y empresarios son muy optimistas en que pronto la situación mejorara, pero por el momento se debe explotar los recursos tecnológicos con los que se cuenta pues esta es la nueva forma de llevar a cabo un evento, adaptarse a una realidad virtual que quizá para países como el nuestro no ha sido muy explotada pero que ahora es nuestro primer recurso si de eventos se trata.

3.2. Propuesta

Como lo señala el CCOO⁶ en su informe “El turismo tras el covid-19 propuestas de actuación de CCOO” “debe darse una prioridad estratégica al sostenimiento y recuperación del sector turístico”. (CCOO servicios, 2020)

En base a toda la información recolectada por medio de las entrevistas realizadas, hemos definido una serie de estrategias que las empresas del sector de congresos y eventos puedan implementar como parte del proceso de reactivación de sus negocios.

Las estrategias propuestas son las siguientes:

⁶ Comisiones obreras

- Las empresas públicas se deben comprometer con la promoción turística en todas sus modalidades, enfocado tanto en el turismo interior y del turismo de proximidad, así mismo hay que comprometer las empresas a la creación de un plan de marketing para el turismo exterior en una segunda fase.
- Realizar simulacros o demostraciones virtuales de eventos como parte de los nuevos procesos de planificación y ejecución de eventos y con el propósito de perfeccionar la nueva forma de realizar eventos.
- Desarrollar protocolos de comunicación eficiente, para lograr generar confianza en los clientes.
- Establecer un protocolo de bioseguridad para la realización de eventos en el cual se aplique un proceso de testado mediante la elaboración de un cuestionario que deberán llenar todos los participantes del evento, con el cual se podrá establecer el alta, media y baja probabilidad de contagio, condiciones médicas de los mismos, esto con el propósito de garantizar un evento libre de Covid-19 con un 90 a 95%.
- Crear un plan de contingencia el cual deben incluir medidas de promoción y prevención acerca del Covid-19 en todo tipo de eventos.

3.3. Estudio financiero

En esta parte de la propuesta se presenta a detalle el presupuesto y la forma de funcionamiento del informe de coyuntura. Para el correcto desarrollo de este estudio financiero se ha tomado en consideración que en la elaboración del informe se requiere de implementos de bioseguridad para resguardar la salud de los involucrados en la creación de este, para aquellos momentos en que se deba hacer estudio de campo de manera presencial y de más actividades. Además, En base a la información recolectada pudimos plantear una serie de estrategias las cuales deben tener un sustento económico es decir fijamos los costos que representa poner en práctica estas estrategias mencionadas en el informe.

3.3.1. Inversión y costos

En el siguiente cuadro se muestran los implementos utilizados para el desarrollo del informe, mismos que corresponden a lineamientos e implementos de bioseguridad y al protocolo de comunicación eficiente.

Tabla 3.1 Inversión y costos

Descripción	Unidades	Precio Unitario	Valor Total
Lineamientos de Bioseguridad	1		
Mascarillas	5 cajas (50 unidades)	\$ 5,00	\$ 25,00
Protectores faciales	70	\$ 1,96	\$ 137,20
Gel Antibacterial	7 (1 Galón por unidad)	\$ 8,50	\$ 59,50
Guantes de Latex	5 cajas (100 unidades)	\$ 11,45	\$ 57,25
Trajes antifluidos	30	\$ 14,56	\$ 436,80
Termómetro	7	\$ 34,99	\$ 244,93
Senaléticas de Bioseguridad	15	\$ 1,40	\$ 21,00
Amonio Cuaternario	3 Canecas (5 Galones por unidad)	\$ 35,00	\$ 105,00
Bombas fumigadoras Manual	2 (20 Litros por unidad)	\$ 25,90	\$ 51,80
Pruebas rápidas (Covid19)	30	\$ 10,00	\$ 300,00
Plan de Contigencia	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Protocolo de Comunicación eficiente	1		
Suministro de Oficina	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Total			\$ 2.988,48

Como fin, para la creación del informe y para la implementación de estrategias, se debe contar con los lineamientos básicos de bioseguridad y protocolo de comunicación, teniendo un total presupuestario de \$2.988,48

3.3.2. Fuentes de financiamiento

Puesto que la elaboración del informe debe ser de conocimiento general pero elaborado por personas particulares, y no teniendo una institución pública que lo respalde económicamente, se ha planteado hacer una investigación de factibilidad económica que muestre varias opciones de financiamiento a base de préstamos a instituciones bancarias, mismas que brindan su servicio a partir de un interés y del cual se escoge el que mejor convenga. (VER ANEXO D)

Una vez realizado la investigación mediante simulación virtual de selección de prestación bancaria, se ha determinado que la institución financiera “BANECUADOR” es la óptima para financiar el proyecto de reactivación económica, ya que cuenta con el menor porcentaje de interés en la tasa nominal y efectiva, a un periodo de pago de 36 meses (3 años) como destino, capital de trabajo.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

A través de la metodología empleada para el desarrollo del informe de coyuntura para el sector de congresos y eventos de la ciudad de Guayaquil, se logró cumplir con los objetivos principales.

1. Para el planteamiento de estrategias de reactivación económica se planteó una búsqueda y levantamiento de información permitiendo evaluar y analizar los resultados y respuestas obtenidas de los entrevistados, expertos y empresarios de negocios de eventos, entre otros.
2. También, Mediante el estudio global de la situación actual en el sector turístico, social y económico se pudo analizar que:
 - El covid-19 está provocando una pandemia global sin precedentes. La declaración del estado de alarma a nivel mundial supone la pérdida de actividad de las empresas de todos los sectores. El efecto económico y social de la pandemia aparecida en el 2020 es prioritario y de vital necesidad analizar su impacto económico y social concreto que hacen los empresarios de la arriesgada situación empresarial actual.
 - La situación actual sobre la pandemia está marcada por la incertidumbre, la estimación de posibles, nuevos y múltiples escenarios y el planteamiento de nuevas propuestas de recetas económicas de ayuda a corto y mediano plazo para volver en el menor tiempo posible a la situación antes de la pandemia.
3. Por último, se ha podido identificar la viabilidad económica y financiera del proyecto, a través de pruebas y simulaciones de créditos bancarios con la menor tasa de interés posible, para sustentar el desarrollo del proyecto.

4.2. Recomendaciones

A partir del estudio realizado, en conjunto con los resultados obtenidos y como parte de la propuesta, se recomienda que:

1. La aplicación de las estrategias debe estar basadas en unión de un plan de acción y planificación definido para cada empresa.
2. Las empresas de eventos que no cuenten con página o sitio web consideren el desarrollo de crear plataformas donde se pueda mostrar la actividad y haya un mejor método de publicidad para llegar a nuevos clientes
3. Aplicar las estrategias de mercado, a partir de una mejor envergadura en marketing digital, con el fin de poder crear nuevas formas y modalidades de publicidad convenientes para cada empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- (2005). Obtenido de <https://world-tourism.org/>
- Araujo, D. C. (2020). *Expectativas previas y valoración tras la asistencia a un evento MICE. Estudio de caso de las XXV jornadas hispanolusas de gestión científica*. España.
- Asociación de academias de la lengua española. (2020). *Real Academias Española*. Recuperado el 28 de 06 de 2020, de <https://dle.rae.es/evento?m=form>
- CCOO servicios. (abril de 2020). *servicios obreros*. Obtenido de <https://www.ccoo-servicios.es/archivos/EL-TURISMO-TRAS-EL-COVID-PROPUESTAS-CCOO-ABRIL2020.pdf>
- Consejo de promoción turística. (2016). *La relevancia económica de las reuniones en México*. México. Obtenido de [http://www.meetingsmexico.com/WEB/files/2016_REReuniones_Estudio FINAL.pdf](http://www.meetingsmexico.com/WEB/files/2016_REReuniones_Estudio_FINAL.pdf)
- Consejo de Promoción Turística de México. (2016). *La Relevancia económica de las reuniones en México*. México.
- Cordero, B. G. (2016). Cultura y Turismo. *Revista de la Universidad del Azuay* , 231.
- Diario Expreso. (01 de enero de 2020). *Diario expreso* . Obtenido de <https://www.expreso.ec/guayaquil/2020-ano-bicentenario-2386.html>
- Entorno Turístico*. (2020). Recuperado el 28 de 06 de 2020, de <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-industria-de-reuniones-y-como-se-clasifica/>
- Grupo El Comercio. (29 de Febrero de 2020). *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/eventos-masivos-guayaquil-babahoyo-suspenden.html>
- ICCA. (20 de Junio de 2020). *International Congress and Convention Association*. Recuperado el 28 de Junio de 2020, de <https://es.iccaworld.org/acerca/>

López, R. G. (28 de Abril de 2020). *Aprende de Turismo*. Obtenido de <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-mice-como-motor-de-desarrollo/>

Los eventos deportivos: conceptos, historia, características, implicaciones y tipos. (Agosto de 2012).

MinTur. (2020 de marzo de 13). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/mintur-socializo-su-estrategia-para-promover-el-turismo-mice/>

OMS. (24 de Febrero de 2010). *Organización Mundial de la Salud*.

OMT. (Marzo de 2014). *Organizacion Mundial de Turismo*. Obtenido de <http://lleidacb.turismedelleida.com/lcb/InformeGlobal sobreTurismodeReuniones.pdf>

OMT. (2020). *Organizacion Mundial de Turismo* . Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

OMT. (2020). *Organizacion Mundial de Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/Measuring-Sustainability-Tourism>

Organizacion Mundial de Turismo . (2020). *OMT*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/Measuring-Sustainability-Tourism>

Oxford. (2020). *Lexico*. Recuperado el 30 de 06 de 2020, de <https://www.lexico.com/es/definicion/congreso>

OXFORD. (2020). *Lexico*. Recuperado el 30 de 06 de 2020, de <https://www.lexico.com/es/definicion/convencion>

protocolo.org. (28 de junio de 2020). Obtenido de <https://www.protocolo.org/ceremonial/eventos/los-congresos-que-son-finalidad-donde-se-celebran-cuando.html>

QUITO TURISMO . (Abril de 2020). *QUITO TURISMO* . Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/LOTAIP2020/web/AnexoCovidContratoNo302%20%283%29.pdf>

Rony Correa UTPL. (julio de 2020). *Circulo de estudios latinoamericanos*. Obtenido de <https://www.cesla.com/noticias-economia-ecuador.php>

Sanz, A. (2020). *Neventum*. Obtenido de N Ferias: <https://www.nferias.com/centro-convenciones-guayaquil/calendario/>

- Serrano, C. (28 de julio de 2020). *Revista Vistazo*. Obtenido de <https://www.vistazo.com/seccion/enfoque/guayaquil-prepara-su-impulso-turistico>
- Sevilla, S. R. (3 de Abril de 2020). iniciativa para todos .
- Tallarda, L. A. (08 de mayo de 2019). *La vanguardia*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/economia/innovacion/20190508/462124803269/que-es-turismo-mice.html>
- Tavera, G. R. (26 de julio de 2018). *UNITEC*. Obtenido de <https://blogs.unitec.mx/vida-universitaria/diferencia-entre-turismo-de-negocios-y-turismo-de-reuniones>
- Torres, M. (2006). TAMAÑO DE UNA MUESTRA. *Boletín Electrónico No. 02*, 11.
- Vistazo. (03 de 7 de 2016). *Guayaquil gana premio como mejor destino de negocios*. Recuperado el 28 de 06 de 2020, de <https://www.vistazo.com/seccion/pais/guayaquil-gana-premio-como-mejor-destino-de-negocios>
- World Tourism Organization. (2014). *Informe global sobre el turismo de reuniones*. Españ.

APÉNDICES

Apéndice A Entrevista semiestructurada

Título de la investigación: Impactos sociales y económicos causados por Covid-19 en el sector de congresos y eventos en la ciudad de Guayaquil.

Investigadoras: Ariana Sánchez y Jessica Tenelema

Fecha de aplicación: Las entrevistas fueron realizadas entre el 19 al 31 de julio del 2020.

Duración de la entrevista: El tiempo de la entrevista fue según de la disponibilidad del actor, por lo que fueron alrededor de 15 minutos hasta 40 minutos.

Técnica: Esta entrevista semiestructurada nos permitirá cumplir con el propósito general de esta investigación: Conocer a fondo los impacto sociales y económicos a los establecimientos dedicados a la organización de congresos y eventos.

Esta entrevista será grabada para tener un mayor nivel de confiabilidad de la información obtenida.

Tabla 4.1 Listado de Entrevistados

Nombres	Empresa	Fecha	Vía de la Entrevista
Elisa Martillo	Essential Promotores & Eventos Essential Eventos C.I.	19/7/2020	Whatsapp texto
Carol Obando	Centro Internacional Pnl Coaching Obando Pnl S.A.	19/7/2020	Whatsapp texto
Erick Torres	Proveyeendo S.A.	20/7/2020	Llamada telefónica
Raizza Maquizzaca	Wedding Planner	20/7/2020	Video llamada vía teams
José Mora	Emotion Representaciones S.A.	21/7/2020	Llamada telefónica
Arturo Haz Avellano	Hazarfe S.A.	22/7/2020	Whatsapp texto
Nelly Lazo	Eventar	22/7/2020	Llamada telefónica
Adriana Yépez	Evento Corpsa S.A.	23/7/2020	Whatsapp texto
Carlos Cedeño	Velsasa C.A.	23/7/2020	Llamada telefónica
Shirley Tómalá	Lubieza S.A.	23/7/2020	Llamada telefónica

Ricardo Romero	Ropro Producciones	24/7/2020	Llamada vía Whatsapp
José Saavedra	Expoguayaquil S.A.	24/7/2020	Llamada telefónica
Gabriel Bermúdez	Audioimagen S.A.	25/7/2020	Llamada telefónica
Lourdes Freire	La Escuela de los Chef	25 de julio del 2020	Whatsapp audio
Katty Flores	Veneto Eventos	26 de julio del 2020	Llamada vía Whatsapp
Hellen Tómalá	Bizwell Consulting	26 de julio del 2020	Llamada vía Whatsapp
Julio Tómalá	Vip Parties Julio Tómalá delgado S.A.	26 de julio del 2020	Llamada vía Whatsapp
Paola Icaza	Bioalfa S.A.	26 de julio del 2020	Llamada vía Whatsapp
Emilio Anchundia	Productora Eventos Artevem s.a.	27 de julio del 2020	Llamada telefónica
Paola Romero	Loungestyling	27 de julio del 2020	Llamada vía Whatsapp
Cristina López	Eventpro S.A.	27 de julio del 2020	Llamada telefónica
Elsa Armas	Veriamti S.A.	28 de julio del 2020	Whatsapp audio
Karina Ramírez	Danyver S.A.	28 de julio del 2020	Whatsapp audio
Eduardo Mora	Lugedisa S.A.	28 de julio del 2020	Whatsapp audio
Mario Mora	Servi eventos	28 de julio del 2020	Whatsapp audio
Marco Manosalva	Ningbo, Representaciones Internacionales S.A.	29 de julio del 2020	Llamada telefónica
Sonia Cedeño	Triple C Triplettec S.A.	29 de julio del 2020	Whatsapp audio
Edmundo Valencia	Eventos Romance	30 de julio del 2020	Llamada telefónica
Daniel Araujo	Banatier S.A.	30 de julio del 2020	Llamada telefónica
María Esther Salazar	Hilton Colon Guayaquil	31 de julio del 2020	Llamada vía Whatsapp

Apéndice B preguntas de entrevistas

Análisis de la situación real de la empresa

1. ¿Cuáles son las afectaciones que hasta el momento le ha dejado la pandemia en cuanto a los eventos programados y las actividades operativas de su empresa?
2. ¿Cómo están manejando la agenda de eventos que ya tenían programadas para este año?
3. En cuanto al personal que labora con ustedes, ¿A qué acuerdos han llegado en temas laborales?
4. Debido a la situación actual los ingresos de las empresas del sector se han visto seriamente afectados, ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento en las que están trabajando para obtener recursos y mantener activas sus operaciones?

Disposiciones gubernamentales y nuevas tendencias en cuanto a la realización de eventos

5. Según las nuevas disposiciones del COE nacional que autoriza la realización de eventos sociales con un aforo máximo de 25 personas ¿Creen que esta disposición sea el comienzo de la reactivación del sector?
6. De acuerdo con la nueva realidad virtual a la que muchos países se están adaptando, surgieron los eventos híbridos que se están convirtiendo en la nueva forma de realizar eventos, ¿Cree usted que Ecuador está preparado para este tipo de eventos?

Estrategias y posibles soluciones para la reactivación del sector

8. ¿Qué tipo de estrategias han implementado para la reactivación de sus negocios?
9. ¿Cuáles son las resoluciones o acuerdos a los que ha llegado el ministerio y los representantes de los establecimientos que realizan eventos para comenzar la reactivación de este sector?
10. ¿Cuál es el modelo de negocio al que apuntan actualmente?

Conclusión

11. ¿Qué expectativas tiene de la situación a futuro?

Apéndice C Resultados relevantes de entrevistas

Anexo 1 Entrevista a Elisa Martillo

- La Lcda. Elisa menciona que el sector de eventos en su mayoría se ha visto afectado, sin embargo, se ha buscado la forma de llevar a cabo los eventos como utilizando el medio digital con la finalidad de que la empresa siga manteniéndose activa en el mercado.
- En cuanto a las estrategias aun no tienen definidas, pero si han tratado de adaptarse a la situación actual siendo optimista que pronto retornaremos a la normalidad.
- Por otro lado, están respetando los lineamientos de bioseguridad establecidas por el COE nacional, como el uso de mascarillas y gel antibacterial, controlar la temperatura, y pues desinfectando correctamente las áreas expuestas a contaminarse.

Anexo 2 Entrevista a Carol Obando

- La máster Carol menciona que las consecuencias de la pandemia han ocasionado un cambio radical a nivel social, económico y cultural en la sociedad, causando problemas de confianza entre las personas por temor al contagio por el virus. Así mismo, en las actividades operativas una baja económica no hay muchos ingresos por negocio o fuentes de trabajos, y está cambiando la cultura de las personas tomando más consciencia sobre la salud e higiene.
- Por otra parte, cree que en Ecuador sería complicado realizar eventos híbridos, porque muchas empresas no toman con seriedad el bienestar de los clientes durante la pandemia para realizar eventos. Se trabajaría mucho para lograr adaptar los eventos híbridos, porque es una tendencia que está implementándose, entonces no asegura mucho su efecto.
- Con respecto a las estrategias sugiere crear una imagen publicitaria por internet utilizando más las redes sociales como Instagram, Facebook o blog. Debido a la pandemia es más complicado que los clientes vengan por iniciativa, se explica con precisión el contenido y el cómo se realiza los eventos a cabo durante la pandemia, ofreciendo descuentos y

promociones para que el cliente se sienta seguro y opte por agendar algún evento.

- Se enfoca en el modelo de negocios Canvas, para conocer la rentabilidad del negocio, a través de objetivos específicos para lograr ventas. Estudio de mercado y comportamiento de los clientes.

Anexo 3 Entrevista a Israel García

- El señor Israel comentó que la situación ha resultado muy compleja, debido a que realizan decoraciones, por ende, requiere movilizarse al lugar donde va a realizarse el evento. Por otra parte, están buscando la forma de realizar los eventos por vía digital, ya que es el único medio para poder mantenerse activos en el mercado.
- También mencionó que las disposiciones implementadas por el COE nacional para dar apertura a los eventos tienen sus ventajas, por lo que es una iniciativa para realizar eventos presenciales, sin embargo, el número de personas requeridas no es suficiente para que las ganancias sirvan para cubrir todos los gastos de la empresa.
- Para finalizar la entrevista relató que se está viviendo se vive un escenario de mucha incertidumbre, sin embargo, tiene la fe que con esta nueva línea de realizar eventos digitalmente es una nueva oportunidad para seguir adelante como empresa.

Anexo 4 Entrevista a José Mora

- Nuestro entrevistado nos comenta que la mayor afectación ha sido económica, todo su negocio se paralizó de un momento a otro, las personas que trabajaban para la empresa era una plantilla fija que venía laborando por años y al cual se le cancelaba por cada evento mediante facturas, se quedaron sin su medio de subsistencia, tenían eventos programados con meses de antelación, que fueron postergados la mayoría para el 2021.
- También mencionó que se han visto en la obligación de reinventarse y si los contratan para algún evento que por lo general hoy son sumamente pequeños, lo hacen con toda la protección y medidas de bioseguridad, y

ahora la mayoría son en domicilios, y con muchas exigencias en cuanto a bioseguridad. Cabe mencionar, que tienen toda la esperanza puesta que cuando llegue al país la vacuna todo se retomará al 100% y nos recuperemos económicamente y volveremos a generar fuentes empleo.

Anexo 5 Entrevista a Arturo Haz Avellano

- El entrevistado comentó que la pandemia covid-19 fue una sorpresa para los organizadores de eventos no esperaban un cambio repentino, no les quedo otra opción que responder ante la situación. Sin embargo, han aprovechado para reagendar los eventos programados con descuentos para no perder clientes.
- Se consideró una reducción del personal debido a la pandemia y de sueldo también, debido al poco ingreso por eventos. Se ha tratado de llegar a un acuerdo con el personal para lograr ventas.
- Apuntan a las redes sociales como la tendencia ahora más que nunca se implementaría contenido exclusivo de cómo serían los eventos bajo la nueva normalidad para realizar eventos siguiendo el aforo de capacidad de personas. Se aplicaría descuentos, precios accesibles por medio de Instagram que la mayor parte de las empresas utilizan para llamar la atención de los clientes.
- En cuanto a las medidas de bioseguridad que están adoptando si se agenda para eventos al momento de ingresar se considera el control de temperatura, se hace uso de un gel antibacterial que se ofrece a los clientes, generando expectativa de compromiso con la salud, así también el uso obligatorio de mascarillas, mantener el distanciamiento social entre las mesas.

Anexo 6 Entrevista a Paola Romero

- El entrevistado menciona que ha cambiado el panorama total de las cosas, adaptándose a nuevos cambios sociales económicos y culturales en la sociedad. Generando una incertidumbre en los clientes para asistir a los eventos por temor al contagio por covid-19, esto conlleva una baja a nivel de ventas.

- Considera que a nivel nacional muchas empresas quebraron y cerraron por causa de la pandemia covid-19, pero en el caso de Loungestyling se ha manejado con calma y se ha mantenido la actividad de programar eventos para los clientes, pero no ha sido tan buena pero los ingresos son regulares, poca participación de cliente.
- También menciona que según las disposiciones del COE nacional que permite la participación de 25 personas máximo, es una mala opción, porque no se puede generar muchas utilidades con pocos clientes para eventos de tamaño grande, pero se trata de aumentar los precios de los eventos.
- En la actualidad están realizando un estudio de mercado exhaustivo de las expectativas de los clientes a la hora de optar por realizar eventos, tomando en consideración las medidas de bioseguridad para los congresos o eventos.

Anexo 7 Entrevista a Adriana Yépez

- La entrevistada nos comentó que la pandemia covid-19 ha sido nefasta para muchas empresas generando pérdidas, despidos de empleados, una economía inestable. Esto generó un cambio negativo para el área de negocios y poca actividad económica.
- Por otra parte, considera que la nueva realidad virtual no sería tan efectiva por las nuevas posturas o iniciativas, ya que Ecuador no cuenta con la tecnología necesaria para llevar acabo los eventos híbridos, pero se puede probar suerte para muchas empresas para pronosticar resultados.
- En cuanto a las estrategias, considera un análisis financiero de la empresa en términos de ventas diariamente. Acompañado con las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram se publica contenido de nuevas ofertas de mercado y captación de clientes.
- De acuerdo con los protocolos de bioseguridad, se ha considerado la iniciativa de control de temperatura al momento de ingresar al establecimiento de congreso o evento, limpiarse las manos con gel antibacterial, no se puede ingresar sin mascarilla y mantener el distanciamiento social durante el evento.

Anexo 8 Entrevista a Edmundo Valencia

- El entrevistado nos indicó que los ingresos bajaron drásticamente en eventos de bodas por temor a contagio, se canceló muchas agendas programadas, por lo tanto, se pensó en nuevas tácticas de negocio considerando nuevas ofertas para atraer clientes, bajando un 20% de descuento del precio.
- En cuanto al personal de trabajo se ha mantenido el personal intacto, pero con reducción del sueldo a causa de la pandemia, conservar sus trabajos.
- Con respecto a las disposiciones planteadas por el COE nacional, no es muy rentable porque reduce las utilidades, pero se puede aprovechar para generar valor de mercado, creando nuevas estrategias de marketing y captación de cliente a través del nuevo incentivo la seguridad e higiene.
- Las estrategias que tienen pensado implementar, es hacer un estudio de mercado y las nuevas tendencias de los clientes, utilizando las redes sociales para aumentar las ventas principalmente Instagram que es donde más se comparte información de eventos romance.
- Para finalizar la entrevista el Lcdo. considera como una nueva oportunidad para tener más ingresos, aunque no se vea actualmente muchas ventas, pero si se aplica nuevas ofertas y promociones se puede aprovechar para atraer nuevos clientes.

Anexo 9 Entrevista a Mario Mora

- Considera que el sector de eventos se ha visto afectado en la parte financiera en todos los sentidos, tanto para la empresa, los accionistas, la planta operativa y a nivel país, puesto que festivales, conciertos, entre otras actividades que se tenían programadas no se han podido llevar a cabo.
- En cuanto al personal de trabajo de la empresa se manejaba de forma eventual y por contrato de servicios prestados, sin embargo, con la pandemia tuvo que despedir a todo el personal de trabajó hasta que todo retorne a la normalidad.
- Actualmente están apostando en generar nuevas formas de ingresos como realizar eventos sociales pequeños bodas, cumpleaños y otros.

Mientras que en el ámbito empresarial planea organizar eventos corporativos como el lanzamiento de una marca o un producto.

- Por otro lado, cree que la nueva disposición del COE facilita la apertura, sin embargo, no se garantiza, ya que esto depende de la decisión de los clientes, donde accedan a siempre mantener su mascarilla y el distanciamiento. Personalmente aún no abrirán encuentros grupales.
- En cuanto a las estrategias que están implementando para el mercado objetivo es el marketing digital a través de la publicidad con Google apps para que el usuario se dirccione instantáneamente al sitio web de la empresa.
- Al finalizar la entrevista, el Lcdo. Mario recomienda que las personas que se dedican a la organización de congresos y eventos miran este acontecimiento como una oportunidad, más no como un deben de adaptarse a la realidad actual, que lo veamos como una oportunidad y que no lo veamos como un problema, ya que como todo negocio toca seguir perseverando y seguir adelante, y está seguro de que vendrán días mejores.

Anexo 10 Entrevista a Carlos Cedeño

- El entrevistado nos relató que debido a la pandemia causada por el Covid-19, cambio la estructuración de la agenda de eventos incentivando a adaptarse a las leyes del COE, en respuesta a la situación tuvo que cambiarse y considerar plazos para los eventos que fueron programados con anticipación, promocionando ofertas para no ganar el descontento de los clientes.
- En cuanto al personal de trabajo que labora en su empresa, plantea Incentivar a la cooperación colectiva mediante un sueldo justo a pesar de la situación de la pandemia, se trata de seguir las leyes de aforo de capacidad de personal de acuerdo con el tipo de evento.
- Por otra parte, en los acuerdos que se ha llegado con el Ministerio de Turismo mencionó que se debe respetar las leyes por el COE nacional en materia de eventos, la capacidad de aforo, el uso obligatorio de

mascarillas, el distanciamiento social y la hora establecida. Compromiso total con el Ministerio de turismo.

Anexo 11 Entrevista a Shirley Tómalá

- La entrevistada Shirley nos señaló que durante los meses de mayor propagación del covid-19, se generó un problema con las agendas programadas dónde se tuvo que postergar y hacer descuentos para no perder clientes, sin embargo, muchos de estos no aceptaron y se generó pérdidas.
- Por otra parte, cree que realizar eventos híbridos es una oportunidad que puede generar nuevos ingresos para las empresas de Ecuador, solo si considera el estudio concreto para el sector de eventos. Puede generar fuentes de ingresos rentables con estrategias de marketing.
- En cuanto a las medidas de bioseguridad para eventos nos menciona que al momento de ingresar se considera el control de temperatura, se hace uso de un gel antibacterial que se ofrece a los clientes, generando expectativa de compromiso con la salud, así también el uso obligatorio de mascarillas, mantener el distanciamiento social entre las mesas.

Anexo 13 Entrevista a Lourdes Freire

- La señora Lourdes menciona que todo el sector de eventos ha sufrido una de las peores crisis económica, que ha dejado a su paso la pandemia, muy difícil, pensamos que esto duraría unas semanas, quizás unos meses, pero esto ya lleva mucho tiempo, y al parecer va a ser uno de los últimos sectores en reactivarse.
- Por otra parte, nos dice que han tratado de reactivarse ofreciendo descuentos, a través de redes sociales, adaptándose en innovándose ante esta situación, hoy en día los que más solicitan sus servicios son quienes realizan eventos por plataformas digitales, o los hacen en sus hogares, con poca gente, y con un estricto cumplimiento de normas sanitarias.

Anexo 14 Entrevista a Emilio Anchundia

- El entrevistado nos menciona que ha sido muy difícil adaptarse, y redireccionar su negocio, que va dirigido a realizar reuniones con afluencia de gente, a diferencia de otros sectores económicos, al igual tratar de cumplir con todas las restricciones impuestas por el COE nacional, pero aun así para tratar de aliviar en algo su economía se han acondicionado, de una otra o forma.
- La falta de espacios en la ciudad, en donde se puedan realizar eventos al aire libre, es una de sus debilidades, si tuvieran lugares así se podría proponer, hacer eventos con más asistencia de personas, guardando las debidas normas de bioseguridad.
- Esperan que en las próximas semanas bajen las tasas de contagios y muertes, y se encuentre bajo control la situación de la pandemia, de ahí poder delinear en conjunto con las autoridades nuevas estrategias de reactivación para el sector.

Anexo 15 Entrevista a Elsa Armas

- La señora Elsa nos comentó que se canceló los eventos programados durante los meses de la pandemia, ofreciendo nuevas ofertas y promociones para mantener la fidelidad de los clientes. Por lo tanto, se reagendó en ciertos casos en otros no.
- Con respecto al personal de trabajo, se está trabajando con la capacidad de aforo de personal establecido por el COE nacional, respetando el sueldo para tener fuerza de personal para afrontar la situación.
- También menciono que se debe tomar en consideración las leyes del COE nacional para la realización de eventos, respetando la capacidad de aforo, que los clientes usen mascarillas, un compromiso con el Ministerio de turismo.
- Para finalizar la entrevista nos comentó que actualmente se vive un panorama de incertidumbre que no genera oportunidades laborales reenumeradas, sin embargo, se trata de rescatar algo para lograr generar ventas hasta que todo se normalice.

Anexo 16 Entrevista a Raizza Maquizzaca

- La entrevistada nos relata que hasta el momento las pérdidas en el sector son enormes y que en cuanto a la situación actual los negocios en su mayoría han tenido que suspender sus actividades, además de que la agenda de eventos de este año tuvo que ser cancelada, también nos comenta que el sector es uno de los más golpeados por la pandemia y que su reactivación será muy lenta.
- En cuanto a las nuevas tendencias para la realización de eventos, Raizza nos comenta que ahora todos debemos adaptarnos a la modalidad virtual y que los eventos híbridos o digital son la nueva forma de llevar a cabo eventos, pero que en el caso de nuestro país es un proceso pues no estábamos preparados para esta modalidad, aunque hasta el momento ya se han realizado ciertos eventos virtuales los cuales se han realizado con éxito.
- Por otro lado, las normas de bioseguridad que se están adoptando en el sector son las mismas que rigen para todo el país, pero aquí nace el término burbuja social el cual nos comenta, consiste en realizar pruebas rápidas de covid a los asistentes al evento antes y después de realizado el evento, esto con la intención de mantener un control de posibles casos positivos.
- Finalmente concluyo la entrevista afirmando que debemos ser positivos en cuanto a la situación actual y que a pesar de todo no dejemos de innovar y que esto nos sirva para reinventarnos.

Anexo 17 Entrevista a Ricardo Romero

- El señor Romero nos relata un campo menos optimista de la situación actual pues él nos comenta que en su caso ha tenido que despedir a muchos de sus empleados pues ya no generaba ingresos estos durante los meses más críticos de la pandemia.
- Si bien es cierto la nueva modalidad virtual de los eventos a su empresa le beneficia pues ellos se dedican al alquiler de equipos audiovisuales, pero no todo es color de rosa pues al reducir el aforo de personas las ganancias generadas apenas alcanzan para pagar gastos mínimos, desde su punto de vista el gobierno debe aumentar el aforo en eventos a

un máximo de 100 personas, según el esto sí podría generar más ingresos y lograr estabilizarse luego de este fuerte golpe.

- En cuanto a las medidas de bioseguridad coincide en que son las mismas que todos hemos adoptado con ciertas variaciones como en su caso debe usar productos especiales para la limpieza de los equipos pues están en constante contacto con las personas.
- Como parte final el entrevistado espera que la situación vaya mejorando, pero para las medidas actuales no son de mucha ayuda para la reactivación del sector, el gobierno debe ayudar un poco más a este sector.

Anexo 18 Entrevista a Katty Flores

- Durante los meses más críticos de la pandemia el sector de eventos según Katty fue el sector más golpeado pues sus actividades se desarrollaban el alrededor de la aglomeración de personas y al suspender todo esto de un día para otro sin duda las repercusiones fueron exorbitante pues nadie estaba preparado para una situación como esta, eventos cancelados, pérdidas económicas y de empleos fueron las consecuencias principales.
- Las medidas de bioseguridad que estamos adoptando son el uso de mascarillas para nuestros colaboradores, alcohol, control de temperatura y el uso de productos sanitizantes para los artículos de decoración de salones.
- En cuanto a la nueva modalidad virtual de hacer eventos nosotros como decoradores hemos tenido que adaptarnos a esto pues si bien es cierto nuestras decoraciones son para eventos presenciales, ahora todo es digital y por ende hemos tenido que reinventarnos un poco en este tema.
- Katty afirma que no todo está perdido, debemos ser optimistas y pacientes para esperar esa ansiada vacuna, pero mientras todos debemos empezar a evaluarnos y mejorar en todos los ámbitos y más aún el laboral y profesional.

Anexo 19 Entrevista a Gabriel Bermúdez

- Según Gabriel para las empresas de producción audiovisual y alquiler de equipos no ha sido días tan malos pues ellos han seguidos operando pues ahora con la nueva modalidad virtual todas las empresas demandan de equipos audiovisuales para realizar sus reuniones, pero si bien es cierto en el sector de eventos si han tenido muchísimas perdidas, pues no solo que sus operaciones cesaron, sino que también les toco reducir personal.
- Los eventos híbridos sin duda alguna son la nueva forma de realizar eventos y para que esto se de necesitan de nuestros servicios es por esto por lo que nuestra empresa ha podido salir a flote.
- Debemos ser perseverantes y seguir mejorando para que cuando todo esto acabe poder entregar a nuestros clientes un servicio de calidad y dejar todo este mal trago atrás.

Anexo 20 José Saavedra

- El sector de congresos y eventos como todos saben es uno de los más afectados por la pandemia pues al prohibir las reuniones y aglomeración de personas los ingresos se redujeron a 0 y todos los eventos se cancelaron y por ende las perdidas iban en crecimiento hasta llegar al punto de que muchas pequeñas empresas afines al sector debieron cerrar sus puertas y esto sin contar con el sin número de empleos perdidos.
- Ahora es momento de reinventarse y los eventos tienen una nueva forma de darse, pues si son los eventos híbridos lo cual es lo más cercano a la realidad, pero virtual, quizá en Ecuador aun nos falte mucho para llegar al nivel de otros países en cuanto a esta nueva modalidad, pero con trabajo constante se logrará.
- Las medidas de bioseguridad son básicamente las mismas que están tomando todos los otros negocios, esto igual necesita de una inversión pues no es algo que se tuvo previsto.
- Es muy pronto para prever algo a futuro, pero si podemos seguirnos preparando para que cuando todo esto finalice

Anexo 21 Entrevista a Hellen Tomalá

- Según Hellen este es el sector más golpeado sus ingresos están muy por debajo de sus gastos, los primeros meses fueron los más duros pues de forma repentina todo se paralizó, los eventos se cancelaron y al no poder sostener los negocios se tuvo que reducir personal y en algunos casos el cierre de negocios.
- Hellen nos comenta que las medidas de bioseguridad son adecuadas pero que deberían ser más estrictas más aun en este sector.
- El gobierno debería establecer planes de reactivación para el sector, pero sobre todo que sean accesibles a las pequeñas empresas que son las más golpeadas.
- Para finalizar nos indicó que en momentos como esto se necesita que todos arrememos el hombro en pro del sector, trabajo en equipo y mucha paciencia.

Anexo 22 Entrevista a Julio Tomalá

- Para Julio la situación actual del sector es crítica pues aún no se ha podido ni se podrá hablar de una reactivación, pues aún no hay las garantías necesarias para realizar los eventos presenciales, aunque el aforo permitido sea mínimo de todas formas los ingresos que genera no alcanzan para cubrir todos los rubros y gastos de cada empresa.
- Las medidas de bioseguridad hasta el momento son las adecuadas sobre en el sector, pero de todas formas no debemos descuidarnos.
- Los eventos virtuales se han convertido en un respiro para el sector, pero sin embargo se necesita aún más por hacer para poder recuperar todo lo perdido.
- La planificación es fundamental en estos momentos, el trabajo en equipo y la constancia.

Anexo 23 Entrevista a Nelly Lazo

- Según Nelly el sector actualmente está resurgiendo, pero no podemos dejar de lado los días críticos en donde los negocios tuvieron que cerrar, grandes pérdidas económicas, eventos cancelados, desempleo, todo esto ha sido un gran golpe para los empresarios.

- Las medidas de bioseguridad se deben seguir manteniendo como hasta ahora, no podemos descuidarnos.
- Los eventos híbridos son sin duda alguna la nueva forma de realizar eventos, pero este es un proceso de adaptación en el que debemos enfocarnos y prepararnos.
- Siempre hay una luz al final del tunel, debemos ser pacientes y perseverantes, pronto todo esto será solo un recuerdo que nos ayudó a mejorar como sociedad.

Anexo 24 Entrevista a Paola Icaza

- Para Paola el sector está cruzando momentos muy duros pues sus pérdidas siguen creciendo, a pesar de los intentos del gobierno por reactivar el sector, este no es un proceso fácil, se necesita de un arduo trabajo para recuperar la confianza de los clientes.
- Los eventos virtuales son en parte el respiro que necesitaba el sector, pero así mismo representa una gran responsabilidad pues en este ámbito las empresas no estaban preparadas, pero tuvieron que adaptarse a los cambios.
- Ahora más que nunca hay que estar en pie de lucha nos dice Paola, pues, aunque ya pasaron los momentos más duros, es precisamente ahora cuando todos debemos aportar un granito de arena en beneficio del sector.

Anexo 25 Entrevista a Karina Ramírez

- Según Karina, todos los involucrados en el sector coinciden en que la situación es difícil, las pérdidas son enormes, el desempleo sigue en aumento y estamos muy lejos de una verdadera reactivación.
- Los eventos híbridos son el respiro para el sector, pero esto no es suficiente hay que innovar, prepararse para poder brindarles mejores opciones a nuestros clientes.

- Las medidas de bioseguridad deben mantenerse e ir mejorándolas o actualizándolas en referencia a los países desarrollados o líderes mundiales.
- Se deber ser optimista, es un largo proceso y debemos trabajar arduamente para reactivar el sector.

Anexo 26 Entrevista a Eduardo Mora

- Todos los negocios del sector están gravemente afectados los impactos sociales más relevante son la cancelación de eventos, la pérdida de empleos y el cierre de negocios, toda esta situación han puesto en jaque a los empresarios.
- La implementación de los eventos híbridos en el país represento una forma de recuperar los eventos perdidos, pero esto necesita de profesionales y de mucha capacitación para poder llevar a cabo estos eventos.

Anexo 27 Entrevista a Marco Manosalva

- Para nuestro entrevistado Marco la situación actual en el país es compleja no solo a nivel institucional sino también para los negocios y empresarios quienes actualmente se rompen la cabeza para encontrar soluciones viables que los permitan mantenerse a flote en estos momentos.
- Los eventos virtuales son la salida a la crisis en el sector, pero esto acarrea también un poco de inversión y conocimientos que no todos tienen y por eso hay que buscárselas como sea para ir al ritmo de la nueva modalidad.
- El gobierno debe mantenerse en constante comunicación con los representantes del sector pues es la única manera de saber las afectaciones reales que sufre el sector y poder saber la magnitud de las pérdidas que hasta el momento nos deja la pandemia.

Anexo 28 Entrevista a Daniel Araujo

- Según Daniel la situación en el sector es difícil pero actualmente está tomando un respiro con el levantamiento de ciertas restricciones que nos permiten volver a operar, pero ahora con mucha más responsabilidad y cuidado.
- El tema de los eventos virtuales es una realidad que se venían escuchado entre voces hace algunos años atrás, pues de ahora en adelante es la nueva forma de ingresos para el sector.
- No se debe bajar los brazos en estos momentos, nos comenta Daniel pues ahora es cuando el mundo comienza a resurgir entre las cenizas y ahora las personas se volverán más exigentes con las garantías sanitarias que se ofrezcan en los eventos.

Anexo 29 Entrevista a María Esther Salazar

- Desde el punto de vista de María Esther, los primeros meses de la pandemia en el país fueron realmente críticos para el sector, pues todo se paralizó, en el caso de los eventos todos fueron cancelados y el país entro en una gran crisis no solo sanitaria sino también económica, las empresas al no percibir ningún tipo de ingresos, muchas optaron por reducir sus nóminas o cesar sus operaciones.
- La realidad de los eventos virtuales según María Esther era la primera opción que tuvieron las empresas del sector para poder generar algo de ingresos en momentos críticos como los pasados meses de marzo y abril, pero así mismo fue un gran reto y una gran responsabilidad para nosotros como empresa.
- Para finalizar la entrevista, María Esther nos alienta a creer en que pronto nos volveremos a encontrar y aunque ya nuestra realidad no será la misma pues ahora todos seremos más cuidadosos con nuestra salud e higiene, pero mientras esto sucede aprovechemos el tiempo

para autoevaluarnos como personas y mejorar esos aspectos negativos, el turismo y la industria de eventos siguen vivos y la reactivación depende de nosotros mismos.

Anexo 30 Entrevista a Sonia Cedeño

- En cuanto a la situación actual del sector, Sonia nos comenta que las pérdidas son incalculables y que el sector atraviesa uno de los momentos más críticos pues al no poder realizar eventos de forma presencial la cadena de valor está sufriendo duros golpes.
- La gran salida por la que se ha optado es la realización de eventos virtuales que si bien es cierto nunca será igual al contacto físico es decir los eventos presenciales, pero es nuestra nueva realidad a la cual nos vamos adaptando de a poco, en el país son muy pocos los eventos híbridos que se han realizado pues aun no estamos preparados para el desarrollo de estos eventos, pero debemos acoplarnos si se quiere seguir en el mercado.
- Nuestra planificación cambio a raíz de un virus del cual no se tiene mucha información, pero precisamente ese fue el tirón de orejas que necesitábamos como sector para comprometernos más con nuestros clientes y siempre ofrecerles la mejor experiencia en sus eventos.

Apéndice D Detalle simulación de crédito BanEcuador, Banco Pichincha, Banco Guayaquil



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	Microcrédito		
Destino	Capital de Trabajo	Tasa Nominal(%)	8,90%
Sector Económico	Comercio y Servicio	Tasa Efectiva(%)	9,27%
Facilidad	SOS	Monto(USD)	3.000
Tipo Amortización	Cuota Fija	Plazo(Años)	3
Forma de Pago	Mensual	Fecha Simulación	2020-08-11

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	\$ 3.000,00			
1	\$ 2.926,99	\$ 73,01	\$ 22,25	\$ 95,26
2	\$ 2.853,44	\$ 73,55	\$ 21,71	\$ 95,26
3	\$ 2.779,34	\$ 74,10	\$ 21,16	\$ 95,26
4	\$ 2.704,70	\$ 74,65	\$ 20,61	\$ 95,26
5	\$ 2.629,50	\$ 75,20	\$ 20,06	\$ 95,26
6	\$ 2.553,74	\$ 75,76	\$ 19,50	\$ 95,26
7	\$ 2.477,42	\$ 76,32	\$ 18,94	\$ 95,26
8	\$ 2.400,53	\$ 76,89	\$ 18,37	\$ 95,26
9	\$ 2.323,08	\$ 77,46	\$ 17,80	\$ 95,26
10	\$ 2.245,05	\$ 78,03	\$ 17,23	\$ 95,26
11	\$ 2.166,44	\$ 78,61	\$ 16,65	\$ 95,26
12	\$ 2.087,25	\$ 79,19	\$ 16,07	\$ 95,26
13	\$ 2.007,47	\$ 79,78	\$ 15,48	\$ 95,26
14	\$ 1.927,10	\$ 80,37	\$ 14,89	\$ 95,26
15	\$ 1.846,13	\$ 80,97	\$ 14,29	\$ 95,26
16	\$ 1.764,56	\$ 81,57	\$ 13,69	\$ 95,26
17	\$ 1.682,39	\$ 82,17	\$ 13,09	\$ 95,26
18	\$ 1.599,61	\$ 82,78	\$ 12,48	\$ 95,26
19	\$ 1.516,21	\$ 83,40	\$ 11,86	\$ 95,26
20	\$ 1.432,20	\$ 84,01	\$ 11,25	\$ 95,26
21	\$ 1.347,56	\$ 84,64	\$ 10,62	\$ 95,26
22	\$ 1.262,30	\$ 85,27	\$ 9,99	\$ 95,26
23	\$ 1.176,40	\$ 85,90	\$ 9,36	\$ 95,26
24	\$ 1.089,86	\$ 86,53	\$ 8,72	\$ 95,26
25	\$ 1.002,69	\$ 87,18	\$ 8,08	\$ 95,26
26	\$ 914,86	\$ 87,82	\$ 7,44	\$ 95,26
27	\$ 826,39	\$ 88,47	\$ 6,79	\$ 95,26
28	\$ 737,26	\$ 89,13	\$ 6,13	\$ 95,26
29	\$ 647,47	\$ 89,79	\$ 5,47	\$ 95,26
30	\$ 557,01	\$ 90,46	\$ 4,80	\$ 95,26
31	\$ 465,88	\$ 91,13	\$ 4,13	\$ 95,26
32	\$ 374,08	\$ 91,80	\$ 3,46	\$ 95,26
33	\$ 281,59	\$ 92,49	\$ 2,77	\$ 95,26
34	\$ 188,42	\$ 93,17	\$ 2,09	\$ 95,26
35	\$ 94,56	\$ 93,86	\$ 1,40	\$ 95,26
36	\$ 0,00	\$ 94,56	\$ 0,70	\$ 95,26

Detalle Simulación de Crédito

Tipo	Microcrédito		
Destino	Capital de Trabajo	Tasa Nominal(%)	25,33% ▲
Sector Económico	Comercio y Servicio		▲
Tipo de Sistema de Amortización	Fránces	Monto(USD)	3.000
Tipo de Cuota	Cuota Fija ▲	Plazo(Años)	2 ▲
Forma de Pago	Mensual	Fecha Simulación	2020-08-11

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	3000			
1	\$ 2.902,71	\$ 97,29	\$ 63,33	\$ 160,61
2	\$ 2.803,37	\$ 99,34	\$ 61,27	\$ 160,61
3	\$ 2.701,94	\$ 101,44	\$ 59,17	\$ 160,61
4	\$ 2.598,36	\$ 103,58	\$ 57,03	\$ 160,61
5	\$ 2.492,59	\$ 105,76	\$ 54,85	\$ 160,61
6	\$ 2.384,60	\$ 108,00	\$ 52,61	\$ 160,61
7	\$ 2.274,32	\$ 110,28	\$ 50,33	\$ 160,61
8	\$ 2.161,71	\$ 112,60	\$ 48,01	\$ 160,61
9	\$ 2.046,73	\$ 114,98	\$ 45,63	\$ 160,61
10	\$ 1.929,32	\$ 117,41	\$ 43,20	\$ 160,61
11	\$ 1.809,44	\$ 119,89	\$ 40,72	\$ 160,61
12	\$ 1.687,02	\$ 122,42	\$ 38,19	\$ 160,61
13	\$ 1.562,02	\$ 125,00	\$ 35,61	\$ 160,61
14	\$ 1.434,38	\$ 127,64	\$ 32,97	\$ 160,61
15	\$ 1.304,04	\$ 130,33	\$ 30,28	\$ 160,61
16	\$ 1.170,96	\$ 133,09	\$ 27,53	\$ 160,61
17	\$ 1.035,06	\$ 135,89	\$ 24,72	\$ 160,61
18	\$ 896,30	\$ 138,76	\$ 21,85	\$ 160,61
19	\$ 754,61	\$ 141,69	\$ 18,92	\$ 160,61
20	\$ 609,92	\$ 144,68	\$ 15,93	\$ 160,61
21	\$ 462,19	\$ 147,74	\$ 12,87	\$ 160,61
22	\$ 311,33	\$ 150,86	\$ 9,76	\$ 160,61
23	\$ 157,29	\$ 154,04	\$ 6,57	\$ 160,61
24	\$ 0,00	\$ 157,29	\$ 3,32	\$ 160,61

Detalle Simulación de Crédito

Tipo	Microcrédito		
Destino	Capital de Trabajo	Tasa Nominal(%)	22,93% ▲
Sector Económico	Comercio y Servicio	Tasa Efectiva(%)	25,93% ▲
Tipo de Sistema de Amortización	Fránces	Monto(USD)	3.000
Tipo de Cuota	Cuota Fija ▲	Plazo(Años)	3 ▲
Forma de Pago	Mensual	Fecha Simulación	2020-08-11

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Período	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	\$ 3.000,00			
1	\$ 2.941,31	\$ 58,69	\$ 57,33	\$ 116,02
2	\$ 2.881,49	\$ 59,82	\$ 56,20	\$ 116,02
3	\$ 2.820,53	\$ 60,96	\$ 55,06	\$ 116,02
4	\$ 2.758,41	\$ 62,12	\$ 53,90	\$ 116,02
5	\$ 2.695,09	\$ 63,31	\$ 52,71	\$ 116,02
6	\$ 2.630,57	\$ 64,52	\$ 51,50	\$ 116,02
7	\$ 2.564,82	\$ 65,75	\$ 50,27	\$ 116,02
8	\$ 2.497,81	\$ 67,01	\$ 49,01	\$ 116,02
9	\$ 2.429,52	\$ 68,29	\$ 47,73	\$ 116,02
10	\$ 2.359,92	\$ 69,60	\$ 46,42	\$ 116,02
11	\$ 2.289,00	\$ 70,93	\$ 45,09	\$ 116,02
12	\$ 2.216,72	\$ 72,28	\$ 43,74	\$ 116,02
13	\$ 2.143,05	\$ 73,66	\$ 42,36	\$ 116,02
14	\$ 2.067,98	\$ 75,07	\$ 40,95	\$ 116,02
15	\$ 1.991,48	\$ 76,50	\$ 39,52	\$ 116,02
16	\$ 1.913,51	\$ 77,97	\$ 38,05	\$ 116,02
17	\$ 1.834,06	\$ 79,46	\$ 36,56	\$ 116,02
18	\$ 1.753,09	\$ 80,97	\$ 35,05	\$ 116,02
19	\$ 1.670,56	\$ 82,52	\$ 33,50	\$ 116,02
20	\$ 1.586,47	\$ 84,10	\$ 31,92	\$ 116,02
21	\$ 1.500,76	\$ 85,71	\$ 30,31	\$ 116,02
22	\$ 1.413,42	\$ 87,34	\$ 28,68	\$ 116,02
23	\$ 1.324,41	\$ 89,01	\$ 27,01	\$ 116,02
24	\$ 1.233,69	\$ 90,71	\$ 25,31	\$ 116,02
25	\$ 1.141,25	\$ 92,45	\$ 23,57	\$ 116,02
26	\$ 1.047,04	\$ 94,21	\$ 21,81	\$ 116,02
27	\$ 951,02	\$ 96,01	\$ 20,01	\$ 116,02
28	\$ 853,18	\$ 97,85	\$ 18,17	\$ 116,02
29	\$ 753,46	\$ 99,72	\$ 16,30	\$ 116,02
30	\$ 651,84	\$ 101,62	\$ 14,40	\$ 116,02
31	\$ 548,27	\$ 103,56	\$ 12,46	\$ 116,02
32	\$ 442,73	\$ 105,54	\$ 10,48	\$ 116,02
33	\$ 335,17	\$ 107,56	\$ 8,46	\$ 116,02
34	\$ 225,55	\$ 109,62	\$ 6,40	\$ 116,02
35	\$ 113,84	\$ 111,71	\$ 4,31	\$ 116,02
36	\$ 0,00	\$ 113,84	\$ 2,18	\$ 116,02