

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas**

Análisis de los factores de impacto económico y social del Covid-19  
en el sector de Intermediarios Turísticos en la ciudad de Guayaquil

**PROYECTO INTEGRADOR**

Previo la obtención del Título de:

**Economista con mención Gestión Empresarial**

Presentado por:

Ornella Tatiana Muñoz Donoso  
Jandry Wladimir Sandoya Macías

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2020

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco sinceramente a todos los profesores y autoridades de la universidad que me ayudaron a seguir adelante en momentos difíciles, y principalmente agradezco a Dios y a mis padres por el apoyo continuo durante cada etapa de mi vida.

Ornella Tatiana Muñoz Donoso

Agradezco a todos los profesores y autoridades que he conocido en el transcurso de mi carrera, por inspirarme a ser mejor siempre; a mis padres por su apoyo incondicional, a mis amigos(as) por su aguante y apoyo; y por sobre todas las cosas le agradezco a mi persona, por escalar cada obstáculo que aparecía, por aguantar el día a día un viaje interprovincial, por mantenerse siempre brillante en la más oscuras de las noches, por todo esto y mucho más me agradezco.

Jandry Wladimir Sandoya Macías

## DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Ornella Tatiana Muñoz Donoso* y *Jandry Wladimir Sandoya Macías* damos nuestro consentimiento para que la ESPOI 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"



---

Ornella Tatiana  
Muñoz Donoso



---

Jandry Wladimir  
Sandoya Macías

# EVALUADORES



Firmado electrónicamente por:  
**MARIA ELENA  
ROMERO MONTOYA**

.....  
**María Elena Romero Montoya**

PROFESOR DE LA MATERIA

**DONALD JAVIER  
ZHANGALLIMBAY  
ZHANGALLIMBAY**

Firmado digitalmente por DONALD  
JAVIER ZHANGALLIMBAY  
ZHANGALLIMBAY  
Nombre de reconocimiento (DN): c=EC,  
o=SECURITY DATA S.A. 1, ou=ENTIDAD DE  
CERTIFICACION DE INFORMACION,  
serialNumber=280920213901,  
cn=DONALD JAVIER ZHANGALLIMBAY  
ZHANGALLIMBAY  
Fecha: 2020.10.05 13:06:01 -05'00'

.....  
**Donald Javier  
Zhangallimbay Zhangallimbay**

PROFESOR TUTOR

## RESUMEN

La presente investigación tiene como fin analizar los impactos causados por el Covid 19, en el ámbito económico y social, al sector de intermediarios turísticos dentro de una de las ciudades mayormente afectadas en Ecuador por la pandemia, la ciudad de Guayaquil. Para conocer más de cerca el impacto generado, se realizó una encuesta de 27 preguntas, realizada en Google Forms y enviada vía online a las 321 empresas que conforman el sector dentro de la ciudad, teniendo en cuenta la limitante de la pandemia, y que acorde a la Super de Compañías sólo 259 se encuentran activas mientras que el resto en estado de disolución o inactivadas, obtuvimos respuesta del 10% de la población. Adicionalmente, se realizó una entrevista al Presidente de FENACAPTUR, vía Zoom, para conocer más de cerca su opinión de la situación actual para los intermediarios y el turismo en general. Los resultados muestran que las empresas han reducido su personal en al menos un 50%, y que un 43% de las empresas encuestadas consideran que sus ventas caerán más del 70%, pero esperan recuperarse en unos 6 a 12 meses a partir de Julio por el cambio del semáforo en Guayaquil. Para mitigar estos números, una principal estrategia es la reforma del contrato laboral, haciéndolo más flexible, así como también aperturar por parte de la banca privada nuevo créditos focalizados en actores del turismo, con procesos sencillos y tasas de interés competitivas.

**Palabras claves:** Intermediarios turísticos, pandemia, recuperación.

## **ABSTRACT**

The present research has as purpose analyze the impacts caused by Covid 19, in the economic and social fields, to the tourist intermediary sector within one of the cities most affected by the pandemic in Ecuador, the city of Guayaquil. To learn more about the impact generated, we made a survey with 27 questions, conducted on Google Forms and sent online to the 321 companies that make up the sector within the city, taking into account the limitation of the pandemic, and according to the Super Companies only 259 are active while the rest in a state of dissolution or inactive, we obtained response from 10% of the population. Additionally, an interview was conducted with the President of FENACAPTUR, via Zoom, to learn more about his opinion of the current situation for intermediaries and tourism in general. The results show that the companies have reduced their personnel by at least 50%, and that 43% of the surveyed companies consider that their sales will fall more than 70%, but they expect to recover in about 6 to 12 months from July due to the change of the traffic light in Guayaquil. In order to mitigate these numbers, a main strategy is the reform of the labor contract, making it more flexible, as well as the opening of new credits by private banks focused on tourism actors, with simple processes and competitive interest rates.

**Key words:** Tourism intermediaries, pandemic, recovery.

# ÍNDICE GENERAL

<b>RESUMEN</b> .....	I
<b>ABSTRACT</b> .....	II
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	IV
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	IV
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	1
1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Descripción Del Problema.....	2
1.2. Justificación del Problema .....	3
1.3. Objetivos.....	4
1.3.1. Objetivo General.....	4
1.3.2. Objetivos Específicos.....	4
1.4.1. Intermediarios Turísticos .....	4
1.4.2. Agencias de Servicios Turísticos .....	5
1.4.2.1. Agencia Mayorista .....	5
1.4.2.2. Agencia Internacional.....	5
1.4.2.3. Operador Turístico.....	5
1.4.2.4. Agencia Dual .....	5
1.4.3. Importancia.....	5
1.4.4. Precedentes .....	6
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	9
2. METODOLOGÍA .....	9
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	13
3. RESULTADOS Y ANÁLISIS .....	13
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	19
4. CONCLUSIONES & RECOMENDACIONES .....	19
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	22
<b>ANEXO</b> .....	24
Entrevista a Ing. Holbach Muñetón, Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo del Ecuador .....	24

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1 Tiempo de funcionamiento .....	14
Figura 3.2 ¿En cuánto espera que se reduzcan o incrementen las ventas, respecto al año anterior? .....	16
Figura 3.3 Tiempo de recuperación del nivel de ventas .....	17

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Metodología de Observación .....	9
Tabla 2.2 Método Descriptivo .....	10
Tabla 3.3 Clasificación de los intermediarios financieros en Guayaquil.....	104
Tabla 3.4 Estrategias Administrativas/Financieras durante pandemia.....	105
Tabla 3.4 ¿Cuál cree que es el mayor inconveniente para acceder a los créditos otorgados por los servicios financieros del gobierno? .....	10

# CAPÍTULO 1

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades más importantes dentro de la economía global debido a su constante crecimiento y desarrollo durante los últimos años. Durante el 2019, acorde a los reportes generados por World Travel & Tourism Council (WTTC), este sector ha contribuido directa e indirectamente al PIB Global con alrededor de \$8,9 trillones, lo cual representa un alrededor del 10,3% del mismo, así como también ha generado 330 millones de empleos, es decir 1 de cada 10 trabajos alrededor del mundo (WTTC, 2020).

Acorde a la Organización Mundial del Turismo (OMT), el 2019 fue el décimo año de crecimiento para el turismo, con un 4%, a pesar de tener un índice más bajo en comparación con el año 2018, que creció un 6% respecto al 2017 (UNWTO, 2020). De igual manera, la OMT consideraba que el 2020 mantendría la tendencia de crecimiento de un 3% o 4% respecto al año anterior.

En Ecuador, el turismo es un pilar importante para su economía y su panorama de crecimiento era igual de alentador, en el 2019 su contribución directa fue del 2,2% del PIB ecuatoriano (Ministerio de Turismo, 2020), el cual cerró en \$107.436 millones (Banco Central del Ecuador, 2020). Además, generó \$2.287,5 millones en divisas estimadas por el turismo receptor, y alrededor de 522.508 empleados, 1,8% más que en el 2018, representando el 6,6% del total del número de empleados del país (Ministerio de Turismo, 2019).

Para este año, las cifras no serán igual de alentadoras debido a la pandemia que ha generado cambios inesperados e impactos notorios, y que a su vez sigue desarrollando incertidumbre dentro de las industrias afectadas, como en este caso, el del Turismo. “Se estima que los ingresos de esta industria se reducirán un 70% en comparación al 2019” (Ramos, 2020) ya que la actividad que han tenido los distintos sectores dentro del turismo ha sido mínima, solo en mayo la recaudación de impuestos en actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades convexas ha caído un 72,66%.

El 16 de marzo del 2020 el presidente de la República declara estado de excepción, suspendiendo así las actividades de servicios públicos a excepción de la salud, seguridad, servicios de riesgos y aquellos que por emergencia los ministerios decidan tener abiertos, bancos, servicios financieros, hospitales, junto a la suspensión total de la jornada laboral presencial y restricción de la circulación. Sectores como Intermediarios turísticos, Entretenimiento, Hotelería, Bares y Restaurantes, mantienen una actividad económica reducida gracias a los ingresos provenientes de los vuelos humanitarios.

Debido al gran número de aeropuertos cerrados a nivel mundial y las restricciones de movilidad dentro del Ecuador, los intermediarios turísticos se han visto directamente afectados, y es que según cifras del SRI la recaudación total al cierre de mayo del 2020 para su actividad económica<sup>1</sup> representa el 29,22% de la recaudación a la misma fecha en el 2019<sup>2</sup>. Lo que evidencia el gran reto que tienen los mismos, de tratar de sobrevivir durante esta pandemia, pues esto ha significado que se decida aplazar o hasta cancelar paquetes turísticos o reservas de salidas, debido a la desconfianza de los turistas por no saber si podrán llegar a un destino con entorno seguro.

### **1.1. Descripción Del Problema**

En el sector de Intermediarios Turísticos del Ecuador, según la Superintendencia de Compañías existen 2.433 empresas activas a marzo 2020, 602 se encuentran en la costa ecuatoriana, de las cuales 316 se encuentran ubicados en la ciudad de Guayaquil. Todas estas empresas, están siendo afectadas por la crisis sanitaria, y es que, debido a las medidas tomadas por el gobierno ecuatoriano, no pueden realizar su actividad económica con normalidad, implicando así cancelaciones de viajes ya planificados, reembolsos a sus clientes, reagendar fechas a pesar de la incertidumbre, y más.

Acorde al comunicado emitido por Asociación Nacional De Operadores De Turismo Receptivo Del Ecuador (OPTUR), las pérdidas de los sectores son de aproximadamente \$540 millones hasta el mes de Mayo del 2020 (OPTUR, 2020), generando que al cierre del mes su recaudación impositiva acumulada haya caído un 29,22% en comparación a la misma fecha del año pasado, sin embargo en base a los meses que fue declarada la

---

<sup>1</sup> N791: Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos

<sup>2</sup> Actualizada 09/06/2020

emergencia nacional, meses de marzo, abril, mayo su recaudación ha caído 6,60%, 56,92% y 72,66% respectivamente, evidenciando el fuerte impacto que ha sufrido este sector.

Para enfrentar estas afectaciones, y proponer acciones, estrategias y políticas efectivas que permitan la reactivación económica del sector, es preciso cuantificar ¿Cómo el Covid-19 ha impactado económica y socialmente al sector de Intermediación Turística?

Si bien el gobierno ha intentado aligerar la carga y ayudar a las empresas ofreciendo nuevas líneas de créditos<sup>3</sup>, no será suficiente para su supervivencia en el mediano y largo plazo. Por lo que, resulta necesario crear alternativas de adaptación a la nueva realidad que enfrenta este sector en particular.

## **1.2. Justificación del Problema**

El presente estudio analizará cómo la pandemia ha afectado de manera económica y social al turismo, pero enfocados principalmente es el sector de intermediación turística, ya que es uno de los sectores más afectados por esta paralización.

Esto debido a que los intermediarios turísticos, son agentes cuya función es conectar a los consumidores con los diferentes servicios turísticos de una región, ciudad o país en diferentes paquetes de viajes, y en la actualidad gran parte de la población no se atreve a exponerse a tal posibilidad de contagiarse.

Delimitamos el análisis a la ciudad de Guayaquil, debido a que fue la ciudad más afectada del país por la pandemia, con 9.978 contagiados (Ministerio de Salud Pública, 2020), y una circulación restringida por semáforo en amarillo al mes de junio. Aunque la ciudad generó una imagen internacional devastadora durante los primeros meses de la emergencia sanitaria, las estrategias para combatir el virus y reactivar a la ciudad, han si tomadas de ejemplo de superación por otras ciudades que se encuentran en una situación crítica similar.

Con los resultados obtenidos mediante de esta investigación, podremos ofrecer estrategias y posibles escenarios que ayuden a la operatividad de las empresas pertenecientes a este

---

<sup>3</sup> Banco del Pacífico desde USD 500 hasta USD 500.000 – tasa máxima del 5% - 3 años plazo, 6 meses de gracia; Corporación Financiera Nacional desde USD 25.000 A USD 100.000 – tasa desde 8,95% - 18 meses plazo.

sector en la ciudad de Guayaquil, y a su vez reactivar el turismo nacional e internacional tras el nuevo panorama marcado por la pandemia actual.

### **1.3. Objetivos**

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

Analizar el impacto económico y social generado por el Covid-19 en el sector de los intermediarios turísticos, para la propuesta de planes de acción que ayuden a su reactivación económica.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Identificar los principales cambios que han sufrido los intermediarios turísticos por la paralización económica en la ciudad de Guayaquil.
- Analizar el impacto económico y social que han sufrido las empresas del sector.
- Establecer estrategias y políticas que mitiguen el impacto económico y social para los intermediarios turísticos a corto y mediano plazo.

### **1.4. Marco Teórico**

Es necesario conocer definiciones claves, importancia y precedentes para entender de mejor manera la problemática, análisis y soluciones planteadas. Entre las definiciones tenemos:

#### **1.4.1. Intermediarios Turísticos**

Acorde al Reglamento General a la Ley de Turismo (2003) Art. 43, se lo puede definir como aquellas agencias de servicios turísticos o sociedades comerciales que ejercen actividades como prestación de servicios directos o como intermediarios entre los proveedores de servicios y el cliente final o viajero.

Mientras que, el Reglamento de Operación e Intermediación Turística define a la intermediación como la gestión comercial de mediación, organización y venta de servicios turísticos efectuada entre el consumidor final y los proveedores de los servicios turísticos, comercializados de forma individual o en paquetes turísticos (Ministerio de Turismo, 2016).

También explican que esta actividad debe ser realizada únicamente por parte de las agencias de servicios turísticos.

#### **1.4.2. Agencias de Servicios Turísticos**

Se encuentran clasificadas de la siguiente manera:

##### **1.4.2.1. Agencia Mayorista**

Es la que elabora, organiza y comercializa servicios y/o paquetes turísticos en el exterior (Ministerio de Turismo, 2016). Adicionalmente, tienen prohibido comercializar con el usuario final de manera directa.

##### **1.4.2.2. Agencia Internacional**

Son aquellos que comercializan los servicios y/o paquetes turísticos de las agencias mayoristas directamente al usuario, así como el producto del operador turístico a nivel nacional e internacional (Ministerio de Turismo, 2016).

##### **1.4.2.3. Operador Turístico**

Organiza, desarrolla y opera de manera directa los viajes y visitas turísticas en el país. Sus productos podrán ser comercializados de forma directa al usuario o a través de las demás clasificaciones de agencias de servicios turísticos (Ministerio de Turismo, 2016).

##### **1.4.2.4. Agencia Dual**

Este tipo de agencia realiza las actividades de un operador turístico y la agencia de viajes internacional de manera conjunta.

#### **1.4.3. Importancia**

Los intermediarios turísticos se consideran importantes debido a que impulsan al crecimiento del turismo nacional como extranjero, ya que permite minimizar el contacto entre el cliente y las empresas, además de que optimizan tanto el tiempo como el presupuesto de sus clientes, debido a que generan múltiples productos turísticos, que incluyen hospedaje, alimentación, actividades en el destino y más productos complementarios que se acoplen a las necesidades y requerimientos de

los clientes, creando una experiencia única al viajero y una mejor imagen de los diferentes destinos hacia más potenciales clientes.

#### **1.4.4. Precedentes**

El turismo mundial en los dos últimos siglos ha estado expuesto a múltiples crisis desde ataques terroristas, enfermedades catastróficas, crisis económicas, etc. Tenemos por ejemplo, la llegada del SARS en noviembre del 2002, donde según estimaciones del Banco Mundial hubo pérdidas económicas de aproximadamente USD 54 millones; la pandemia de la influenza AH1N1 en 2009, para la cual la OMS estima que hubo pérdidas dentro de un rango de USD 45 mil millones y USD 55 mil millones, siendo México uno de los principales países afectados con un golpe estimado de 0,7% del PIB, donde el turismo cayó un 11,4% en comparación a su año anterior, esto según datos de la Secretaría de Salud de México, debido a esta afectación definieron como solución y ayuda luego del brote, la coordinación de la Secretaría con dependencias del Gobierno Federal, para brindar facilidades institucionales a las empresas del sector de turismo, mejorando distintos destinos dentro del país, y colaborando con una mayor oferta de productos turísticos (Secretaría de Turismo, 2009, p. 12), esto gracias a indicadores obtenidos como resultado de encuestas realizadas a los turistas, para conocer sus preferencias en tipos de viajes, tiempo de alojamiento y lugares de destino.

El brote del ébola en África con pérdidas económicas de aproximadamente USD 53 millones según informe de la OMS. Sin embargo, ninguna de estas crisis se puede comparar con la pandemia del COVID-19. Con este nuevo brote de Coronavirus, todo indica que la industria del turismo tendrá un impacto económico negativo sin precedentes “El turismo internacional se contrajo 22% en el primer trimestre y el número de turistas podría caer entre 60% y 80% en el año” (OMT, 2020), cierres de aeropuertos, toques de queda, paralización de la economía, todos estos factores han incurrido en la reducción del turismo.

En Ecuador, hasta Julio del 2020, las políticas gubernamentales no han tenido el impacto suficiente para darles un respiro a todos los agentes que se encuentran en

esta industria<sup>4</sup>, por lo tanto, en una época de innovación y tecnología, dependerá de cada uno de ellos evolucionar para sobrevivir.

En esta pandemia los intermediarios turísticos ocupan un papel de vital importancia, son ellos los principales encargados de reactivar el desarrollo turístico a nivel nacional e internacional, y es que las agencias de viajes son una de las fuerzas más poderosas en el desarrollo del turismo (Norval, 1936), ya que actúan como los conectores entre la oferta y demanda en este sector (Radburn y Goodall, 1990), citados en (de Alcázar Martínez, 2002).

Los intermediarios turísticos además de ser generadores directos de impacto en la industria del turismo, ya que son ellos los encargados de reunir al usuario con los aviones, hoteles, parques, etc, de diferentes paquetes, tienen relevantes impactos económicos “Los principales impactos económicos positivos del turismo se relacionan con los ingresos por divisas, la contribución a los ingresos públicos y la generación de empleo y oportunidades de negocios” (Brida, Pereyra, Such Devesa, & Zapata Aguirre, 2008). “Los 10 países que reciben más ingresos turísticos concentran el 50% del gasto mundial” (OMT, 2020). Dado el rápido progreso de la tecnología los intermediarios turísticos deben adaptarse con el fin de obtener o mantener ventajas competitivas.

Sin embargo, los principales movilizadores del turismo necesitan ayuda, aquí es donde interviene el estado, (Rojo, 2004) afirma:

Dejando de lado si el salvataje por parte del estado a las empresas privadas es correcto o no. Lo que sí es correcto es que el Estado debe preocuparse por el bien común y porque los derechos de los usuarios se respeten. Una actitud pasiva debe ser repudiada, y los privados deberán ejercer una presión tal que mantenga al Estado en una actitud activa, preocupado por defender el bien común y a los actores involucrados, sin que ello implique favoritismo o beneficio para algún interés privado o particular. (p. 40)

---

<sup>4</sup>Servicios de alojamiento, intermediarios turísticos, restaurantes

La innovación y la tecnología son dos terminologías que van agarradas de la mano, con el surgimiento de las Apps muchas empresas de diferentes industrias han optado por llegar al cliente por medio de ellas y es que según el GWI<sup>5</sup> “Desde 2015, el uso de aplicaciones de viaje ha aumentado en todo el mundo en un 90%, una tasa de crecimiento solo detrás de la mensajería y la televisión. El crecimiento es particularmente sorprendente en América Latina (189%) y América del Norte (148%)” y es que, gracias a la implementación de las Apps en los servicios de viajes, los usuarios han podido informarse de primera mano de las oportunidades disponibles a la vez que las empresas que se animan a la creación de una obtienen data para conocer las preferencias del consumidor.

---

<sup>5</sup> Global Web Index, compañía de investigación de mercado con sede en Londres

# CAPÍTULO 2

## 2. METODOLOGÍA

El presente trabajo tiene como objetivo evaluar de manera descriptiva la situación, en términos económicos y sociales, del sector de los intermediarios turísticos en la ciudad de Guayaquil, considerando los efectos y las restricciones provocadas por la pandemia del covid19. Para esto, se optó por realizar una investigación de enfoque cuantitativo, empleando los métodos de observación y descriptivo, para finalmente crear un análisis conjunto.

Las técnicas usadas para la investigación fueron las encuestas y entrevistas, para así conocer más de cerca la realidad del sector, sus limitaciones, y sus necesidades para la supervivencia económica. A continuación, se detalla el procedimiento realizado para la obtención de los resultados.

### 2.1. Método de Observación

En base al objetivo principal de la investigación, se decidió utilizar un enfoque cuantitativo basado primero en la observación, ya que se buscó detallar y explicar el comportamiento del objeto de estudio durante el desarrollo del evento o situación.

**Tabla 2.1 Metodología de Observación**

<b>Observación</b>	
<b>Objeto de Estudio:</b>	Intermediarios Turísticos en la ciudad de Guayaquil
<b>Objetivo:</b>	Analizar impacto económico y social
<b>Evento/ Situación:</b>	Pandemia del COVID-19
<b>Modalidad:</b>	Observación no estructurada

Fuente: Elaboración propia.

La observación no estructurada se llevó a cabo, bajo dos contextos, uno macro o global y otro micro o particular. Bajo el contexto macro se analizó el impacto económico a nivel país, comenzando por el factor político e institucional, económico y social, fiscal y endeudamiento público, monetario y financiero, externo. Mientras el contexto micro, enfoco directamente a los intermediarios turísticos, su nivel de actividad, estado operacional y adaptabilidad.

### 2.1.1. Datos

Para la investigación, se solicitó al Ministerio de Turismo el catastro de empresas pertenecientes al sector turístico; el catastro<sup>6</sup> contaba con 2319 empresas pertenecientes sólo al Sector de Operación e Intermediación Turística Nacional. Una vez obtenida la base, se procedió a la filtración por ciudad, en este caso, las ubicadas en Guayaquil, obteniendo un total de 342 empresas.

Después de la filtración, se continuó con la limpieza de datos debido a que se encontraban valores duplicados, y adicionalmente se detectaron empresas que, acorde a la información obtenida de la página de la Superintendencia de Compañías, se encontraban Inactivas o en estado de Liquidación y Disolución. Obteniendo finalmente, una población total de 321 empresas. De las cuales, mediante procesos de seguimiento se logra obtener la información de 33 empresas<sup>7</sup>.

### 2.2. Método Descriptivo

Mientras el método descriptivo, ayudó a especificar ciertas características que se crearon por el desarrollo de un fenómeno particular.

**Tabla 2.2 Método Descriptivo**

<b>Descriptivo</b>	
<b>Objeto de Estudio:</b>	Intermediarios Turísticos en la ciudad de Guayaquil
<b>Objetivo:</b>	Identificar el impacto económico y social que han sufrido los intermediarios turísticos
<b>Evento/ Situación:</b>	Pandemia del COVID-19
<b>Instrumento:</b>	Encuestas y entrevista

Fuente: Elaboración propia.

<sup>6</sup> Información con corte a junio del 2020

<sup>7</sup> El proceso contempla un seguimiento continuo para aumentar los datos de la base. Sin embargo, debido a los pocos recurso y el poco tiempo disponible, no se logró aumentar la muestra.

### **2.2.1. Encuesta y Entrevista**

Como técnica de investigación, se utilizó la encuesta, esta fue realizada mediante la herramienta digital Google Forms; constaba con 27 preguntas, entre preguntas abiertas y cerradas, de opción múltiple, y opcionales de opinión.

La encuesta estaba dividida en tres secciones, la primera sección contenía preguntas de información sobre la empresa, como su ubicación, tiempo de funcionamiento, clasificación y estructura; la segunda sección se enfocó más en el efecto empleo dentro del sector, es decir, cuántos empleados tenían antes de la pandemia frente a cuántos aún continúan en su empresa; y la última sección estaba enfocada en los cambios y estrategias que tuvieron que tomar durante la crisis sanitaria para mitigar su efecto, las formas de financiamiento que esperan tener para continuar laborando, y mediante una pregunta abierta, podían mencionar medidas o normativas que quisieran que el gobierno tomara para ayudar al sector.

La difusión de esta encuesta fue realizada a través de tres vías principales, como lo son: mensajería vía Facebook de cada empresa, correos electrónicos de gerentes, propietarios o de información general, y también por WhatsApp.

La encuesta fue enviada repetidas veces, durante 3 semanas, a cada una de las 321 empresas establecidas como objetivo de estudio, y conseguimos, a pesar del seguimiento continuo, una muestra de 33 empresas que respondieron. Es decir, nuestra muestra abarca aproximadamente el 10% de la población fijada.

Es importante tener en cuenta la limitante de la pandemia, puesto a que muchas empresas no habían retomado sus actividades laborales, por ende, ninguna red social había sido revisada de manera constante, pues eso se pudo evidenciar al ver que en sus páginas de redes sociales no habían posteado desde Marzo o Abril, ni leyeron los mensajes enviados con el link de la encuesta.

A pesar del número de respuestas, se procedió a realizar la sistematización de la información en herramientas como Excel y Power Bi, permitiendo así realizar el respectivo análisis, obteniendo resultados de gran importancia puesto a que reflejan la realidad por la

que atraviesan los intermediarios, y que no es posible captar en bases de datos de páginas ministeriales ni científicas.

Adicional a la encuesta, se realizó una entrevista con el Ing. Holbach Muñeton, presidente de la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo del Ecuador (FENACAPTUR), por medio de la plataforma Zoom.

Esta entrevista se basó en 7 preguntas, con las cuales se trató de conocer la perspectiva general del sector por parte un involucrado directo. Se consultó por el nivel de afectación que tiene el sector turístico, si ha visto cambios en los modelos de negocios de las empresas, si cree que los turistas son motivados a visitar Ecuador a pesar de problemas públicos que generó la pandemia, cómo ve el desarrollo turístico del país, pero principalmente se conversó sobre las medidas que el gobierno ecuatoriano ha tomado para ayudar al sector y cómo, tomando diferentes estrategias en conjuntos con diferentes actores, se podría generar un cambio en el sector.

# CAPÍTULO 3

## 3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

### 3.1. Resultados

No es un misterio que Ecuador y el mundo esté pasando una crisis sin precedentes debido al nacimiento de la pandemia del Covid-19, donde todos los sectores de la economía del país fueron afectados. Y es que las perspectivas de decrecimiento para Ecuador son superiores al 7%. La caída del precio del petróleo y la iliquidez en la que se encuentra el país, hacen que el país busque financiamiento externo, renegociación de deuda, reducción del gasto público, elaboración de reformas de recaudación, etc. Entre todos los sectores, uno de los que tuvo mayor impacto negativo fue el del sector turístico, debido a las fuertes medidas que se han tenido que tomar (confinamiento, paralización de actividad económica) para reducir el nivel de contagios masivos de la enfermedad.

Los intermediarios turísticos, quienes cuentan con la actividad empresarial de quienes se dedican comercialmente al ejercicio de actividades de mediación de ventas u organización de servicios turísticos, han tenido que cesar sus actividades durante la pandemia; para entender más a fondo su afectación se revisa el estado de cada una de las agencias de viajes y operadores turísticos que se encuentran registrados oficialmente en la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. En esta base, de las 321 empresas, 127 son Agencias de viajes dual, 95 son Agencias de viajes internacional, 69 son Operadores turísticos, y 30 Agencias de viajes mayoristas.

Por otro lado, se observa que, del total de empresas registradas, **259** se encuentran Activas y **62** Inactivas o en estado de disolución; el 77,83% poseen cuenta de Facebook mientras el 26,17% no posee. De igual manera, solo el 45,17% posee página web. Dado que la innovación y el uso de plataformas digitales son temas que avanzan en el mundo sumamente rápido y es preocupante ver como la mayoría de las empresas aún no posee páginas webs, o redes sociales para poder realizar sus actividades.

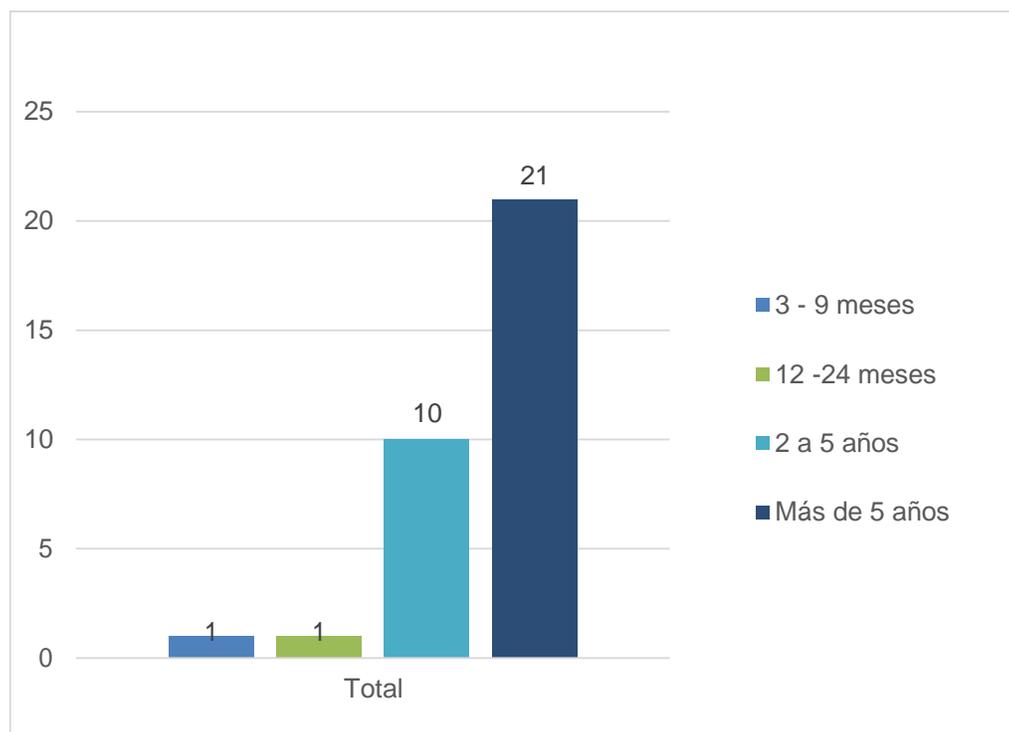
**Tabla 3.3 Clasificación de los intermediarios financieros en Guayaquil**

Clasificación	Activas	Inactivas o en Disolución	Total
Agencia de viajes dual	107	20	127
Agencia de viajes internacional	77	18	95
Agencia de viajes mayorista	25	5	30
Operador turístico	50	19	69
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>62</b>	<b>321</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>80,7%</b>	<b>19,3%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

La muestra evaluada en el presente análisis está compuesta por 13 agencias de viaje dual, 7 agencias de viajes internacionales, 2 agencias mayoristas, y 10 operadores turísticos. La mayoría de las agencias encuestadas llevan funcionando más de 5 años, seguidos por aquellos que tienen entre 2 a 5 años en el sector, y por último tenemos a 2 empresas con poco tiempo ejerciendo, entre los 3 a 24 meses (Ver gráfico 1).

**Figura 3.1 Tiempo de funcionamiento**



Fuente: Elaboración propia. Resultados de encuesta.

Por otro lado, el 66,66% de las empresas arrienda un local para realizar sus actividades, el 30,30% opera en locales propios, y solo el 3,03% se maneja de forma online. Con respecto

a sus costos, en promedio el gasto del personal representa más del 50%. En este rubro, el efecto de la pandemia es considerable debido a que esto ha significado una reducción de aproximadamente un 50% en su En promedio antes de la crisis contaban con cerca de 6 empleados, durante la crisis cuentan con un promedio de 3 empleados, es decir una reducción del 50% en el personal. Adicional en promedio contaban con al menos 1 pasante o trabajador no afiliado antes de pandemia, actualmente no cuentan con ningún pasante.

Con respecto al uso de aplicaciones o canales virtuales, el 88,84% piensan que son útiles o aplicables a su modelo de negocio, el 66,66% constan con una aplicación o canal virtual, pero sólo un 45,45% cuentan en estas herramientas un medio de pago. Debido a la forzada adaptación a medios digitales, el 75,55% piensa mantener o poner en marcha la creación de un medio virtual.

Con relación a las actividades durante la pandemia, el 57,57% afirma que a la fecha que se realiza este informe sus ventas presenciales se redujeron a 0%. En este contexto, el 69,69% de los encuestados afirman que los clientes prefirieron reagendar las fechas de sus viajes, mientras el 24,24% aseguraron que la alternativa más común entre los clientes fue pedir devolución. Tan solo el 6,06% cancelaron sus viajes.

Se les consulto cuales eran las estrategias financieras o administrativa implementaron o se encuentran implementando a lo que respondieron:

**Tabla 3.4 Estrategias Administrativas/Financieras durante pandemia**

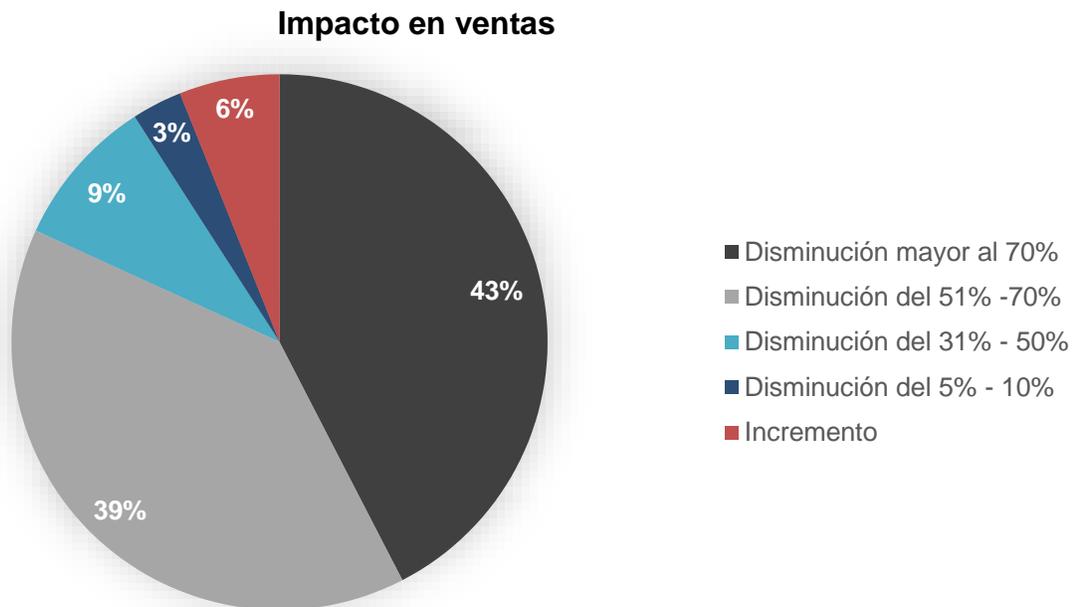
Alternativas	Selección	Porcentaje de la muestra
Utilizar ahorros/Utilidades no distribuidas	20	61%
Reducir personal	16	48%
Refinanciamiento de Créditos	13	39%
Obtener nuevos créditos	10	30%
Liquidar Activos	7	21%
Reducir Operaciones	7	21%
Cambiar de local	7	21%
Otros	6	18%
<b>Total</b>	<b>86</b>	
<b>Total de la muestra</b>	<b>33</b>	

Fuente: Elaboración propia. Resultados de encuesta.

Se pudo visualizar que en su mayoría optaron por utilizar ahorros y las utilidades no distribuidas, la siguiente opción más común entre los intermediarios fue el reducir personal, así como también buscar un refinanciamiento de créditos, u obtener uno nuevo.

Adicionalmente, nos dieron a conocer su perspectiva del impacto de la pandemia en sus ventas, donde al menos 43% de la muestra considera que sus ventas, en comparación al año 2019, van a disminuir en un porcentaje mayor al 70%, otros consideran que su impacto será alrededor del 51% - 70%, mientras que otros, en minoría, proyectan un incremento en sus ventas.

**Figura 3.2 ¿En cuánto espera que se reduzcan o incrementen las ventas, respecto al año anterior?**



Fuente: Elaboración propia. Información obtenida en cuestionario.

Si bien es cierto, el gobierno otorgó créditos para ayudar a este tipo de empresas, estas mismas plantean que existen inconvenientes que se presentan al momento de postular por un crédito. Entre los principales inconvenientes considerados por los intermediarios son, los procesos tediosos y el tiempo de espera que demoran en entregar una respuesta sobre el crédito.

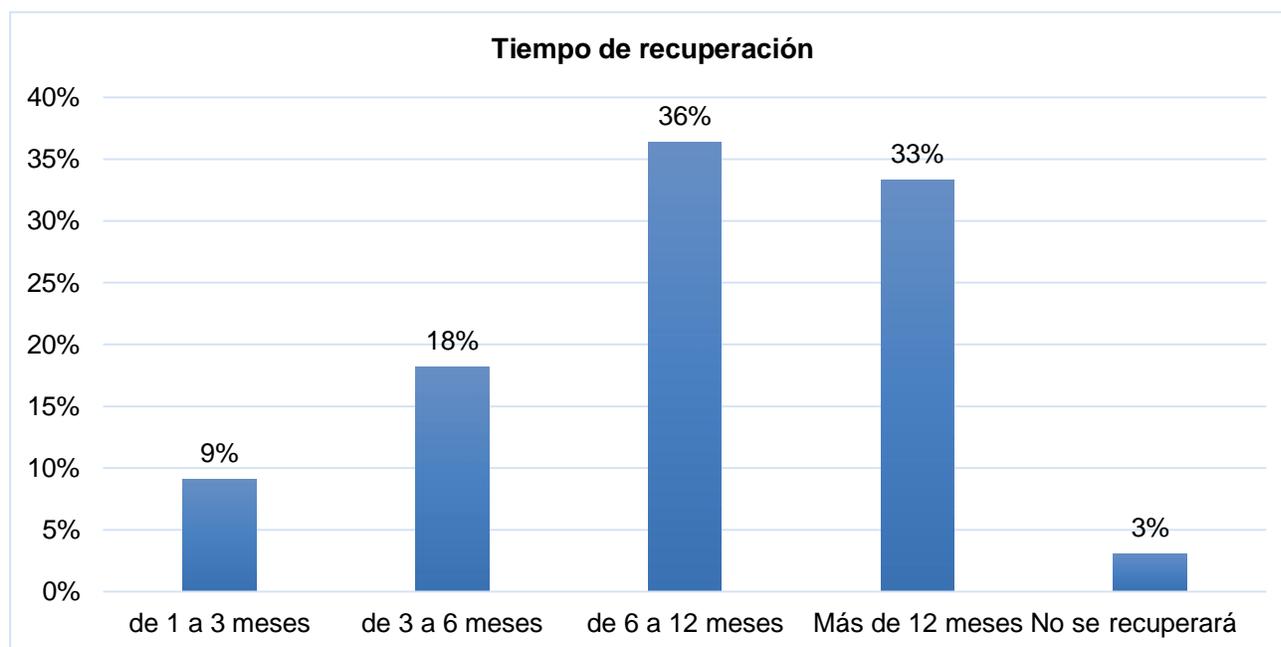
**Tabla 3.5 ¿Cuál cree que es el mayor inconveniente para acceder a los créditos otorgados por los servicios financieros del gobierno?**

Inconvenientes	Selección	Porcentaje de la muestra
Procesos tediosos	24	73%
Larga espera por una respuesta	20	61%
Tasa de interés muy alta	11	33%
Plazos no convenientes	6	18%
<b>Total</b>	61	
<b>Total de la muestra</b>	33	

Fuente: Elaboración propia.

A partir de las reglas dictadas por el COE en la ciudad de Guayaquil en el mes de Julio del 2020, los intermediarios estiman que su tiempo de recuperación para la mayoría de las empresas es de 6 a 12 meses, o de hasta más de 12 meses.

**Figura 3.3 Tiempo de recuperación del nivel de ventas**



Fuente: Elaboración propia. Resultados de encuesta.

### 3.2. Análisis

Los resultados expuestos ayudaron a identificar un modelo de negocio desactualizado donde si bien el 88,14% de los encuestados coinciden en que los canales virtuales son útiles y aplicables para su modelo de negocio, el 66,66% posee uno, y solo el 45,45% pose medios

de pagos online. Esa análisis se complementa con el porcentaje de empresas de intermediación turística que poseen páginas webs para realizar su actividad comercial, que es de tan solo el 45,17%, si bien el 77,83% posee Facebook como cana virtual, muchos la mantienen inactivas y este es tan solo un primer paso para implementar un canal virtual en el modelo de negocio. Es alarmante la falta de implementación de plataformas e-commerce en el modelo de negocio ya que las ventas presenciales se han reducido considerablemente, el 50% de los encuestados afirma que sus ventas presenciales se han reducido hasta un 0%. El Ing. Holbach Muñetón, Presidente de la FENACAPTUR, comenta que si bien el modelo de negocio está avanzando, aún le falta mucho por madurar.

Por otro lado, los resultados permitieron verificar que dentro del impacto económico que ha traído la pandemia para estas empresas, es la disminución de sus ventas en relación con el año anterior 2019, en un aproximado del 70%, pero aun así mantienen una expectativa de recuperación de alrededor a 6 a 12 meses a partir del cambio en el semáforo a amarillo en la ciudad, y realmente son pocos quienes consideran que no podrán recuperarse.

Debido a la alta disminución de las ventas, los intermediarios han tenido que optar por estrategias de estructuración como de ahorro; la más común de estas estrategias es la utilización de ahorros donde coinciden en un 61%, seguido de la reducción del personal con un 48% y el refinanciamiento de créditos con 39%. Respecto a la reducción del personal, esta se ha reducido hasta un 50% de la nómina

Respecto a las medidas o políticas que consideren más adecuadas para reactivar sus empresas o el sector en general, durante y post pandemia. Entre las principales respuestas, se puede llegar a un consenso de las mejores estrategias y políticas que pueden ayudar a mitigar este impacto que está sufriendo el sector, y son: créditos a largo plazo con bajas tasas de interés y que otorguen con mayor rapidez, por otro lado también se menciona que el Ministerio de Turismo debería realizar campañas que incentiven el turismo interno, tomando en cuenta propuestas directas de los gremios que forman parte del sector turísticos; la reducción de impuestos y tasas que se cobran en el sector, y por último crear en conjunto con cada intermediario dinámicas para ventas de paquetes turísticos en mejores precios que sean atractivos para el cliente, y así empezar a reactivar el turismo dentro del país.

# CAPÍTULO 4

## 4. CONCLUSIONES & RECOMENDACIONES

### 4.1. Conclusiones

Debido a la pandemia del Covid-19, la economía del Ecuador y el mundo ha tenido un fuerte estancamiento, que se evidencia considerablemente en el turismo, tanto interno como externo. Entre los más afectados están los intermediarios turísticos, quienes se encargan de poner en movimiento al turismo a través de la oferta paquetes de viajes.

A la fecha de la realización de esta investigación, en Ecuador, en la ciudad de Guayaquil, existen 321 empresas de intermediación turística, de las cuales solo 259 de ellas siguen activas, y tratando de adaptarse a la situación adversa para mantenerse a flote. Aun cuando el desarrollo tecnológico ha tenido un gran avance, solo el 57,53% posee página web como canales virtuales para comunicarse con los clientes. Aunque el 92,40% de los intermediarios turísticos activos posee la red social Facebook.

La muestra recopilada ha evidenciado este subdesarrollo del modelo de negocio, ya que solo el 66,66% utiliza canales virtuales, aunque el 88,84% reconoce su utilidad en su modelo de negocio. Este bajo uso de canales virtuales resulta alarmante, considerando que en el contexto de pandemia el 43% ha tenido una reducción de ventas mayor del 70%, con relación a las ventas del 2019.

El Ing. Holbach Muñetón comenta que si bien el modelo de negocio está evolucionando aún le falta mucho por madurar. La afectación de la pandemia junto a inestabilidad política económica del país es real, para mantenerse activos, los intermediarios turísticos han tenido que recurrir a estrategias, entre las más populares están: utilizar los ahorros donde el 61% de la muestra coincide, seguido de la reducción del personal con 48% y refinanciamiento de crédito con 39%.

Si bien la pandemia redujo el incentivo a viajar, el 69,69% de los encuestados afirman que sus clientes prefirieron reagendar las fechas de viajes antes que cancelarlas, lo que evidencia el optimismo de la gente ante esta situación, sin embargo, el gobierno no debe

descuidar al turismo y buscar la forma de incentivar un turismo responsable. En relación a las medidas que ha tomado el gobierno, con respecto a los créditos, 73% afirma que siguen un proceso tedioso, el 61% que poseen una larga espera para una respuesta, el 33% una tasa de interés muy alta, y un 18% plazos no convenientes, si bien la apertura a nuevos créditos parece ser una de las medidas para ayudar a las empresas afectadas, no representan una solución directa para ellos, se necesitan medidas focalizadas hacia el sector y no generalizadas.

Aun cuando el escenario económico es desfavorable, los encuestados se muestran optimistas, el 36% estiman un tiempo de recuperación de entre 6 y 12 meses, seguido de un 33% que estima recuperarse en más de 12 meses, el 27% entre 1 a 6 meses y tan solo el 3% considera que no se recuperara, este optimismo se está viendo recompensado con la relajación de medidas del gobierno, evolucionando a un turismo estructurado con nuevas normas de seguridad sanitaria, si bien el futuro es incierto está claro que si las personas se concientizan y respetan las medidas sanitarias poco a poco el turismo se ira reanudando este o no la cura presente.

Es importante destacar que, si bien la muestra de recolección de datos es limitada, nos permite visualizar la realidad económica del sector como tal y la poca importancia que se le da la investigación económica de parte de la población de interés.

#### **4.2. Recomendaciones**

Se ha comentado que la acción del Estado es clave para la reactivación del turismo, y no solo para la supervivencia de las empresas involucradas, por lo tanto, se recomiendan:

1. Si bien ya existen créditos públicos que nacieron de la pandemia, se necesita motivar a la banca privada en la apertura de líneas de créditos focalizados para los actores del turismo, procesos sencillos, con una tasa de interés competitiva y plazos convenientes.
2. La reapertura de lugares turísticos se está dando progresivamente sin embargo es un proceso lento y sumamente controlado, por lo tanto, para aliviar los costos de las empresas involucradas se recomienda plantear incentivos tributarios con duración de 1 año plazo. Incluso la suspensión temporal del IVA al sector turístico podría resultar

atractivos para turistas extranjeros, de igual manera la suspensión temporal de la tasa de habilitación y otros impuestos municipales.

3. Con el feriado nacional del 10 de agosto, se evidenció que el gobierno está dispuesto a soltar ligeramente las restricciones de movilidad para incentivar el turismo, por lo tanto, se recomienda que planteen más fechas de aligeramientos de movilidad.
4. El desempleo es un tema de toda la vida, más ahora que se están dando altas tasas de desempleo y empleo inadecuado<sup>8</sup>, por lo que una reforma en el contrato laboral podría dinamizar la empleabilidad en Ecuador.

---

<sup>8</sup> No existen cifras oficiales aún, pero se prevén altas tasas de desempleo y de empleo inadecuado

# BIBLIOGRAFÍA

- AEGVE. (14 de Mayo de 2020). *Asociación Española Gestores Viajes Empresa*. Obtenido de WTTC anuncia los protocolos para reactivar el Turismo: <http://aegve.org/wttc-anuncia-los-protocolos-para-reactivar-el-turismo/>
- AFP. (2020). ¿Cuántos millones perderá el sector turístico de Ecuador mensualmente, por la pandemia? *Vistazo*.
- Banco Central del Ecuador. (2020). *La Economía Ecuatoriana Creció 0,1% en 2019*.
- Brida, J. G., Pereyra, J. S., Such Devesa, M. J., & Zapata Aguirre, S. (2008). Cuadernos de Turismo. *LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO*. Murcia, España.
- de Alcázar Martínez, B. (2002). Los canales de distribución en el sector turístico. En B. de Alcázar Martínez, *Los canales de distribución en el sector turístico* (pág. 47). ESIC.
- Félix Mendoza, A. G., & García Reinoso, N. (27 de Junio de 2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta (Ecuador). Córdoba.
- Ministerio de Salud Pública. (2020). *Situación Nacional Por COVID-19 (Coronavirus)*.
- Ministerio de Turismo. (2016). *Reglamento De Operación e Intermediación Turística*.
- Ministerio de Turismo. (2019). *Indicadores Turísticos*.
- Ministerio de Turismo. (Abril de 2020). *Turismo en Cifras*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-cifras>
- OMT. (7 de Mayo de 2020). *Las Cifras de Turistas Internacionales Podrían Caer en 80% en 2020*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-las-cifras-de-turistas-internacionales-podrian-caer-un-60-80-en-2020>
- OPTUR. (25 de MARZO de 2020). Obtenido de [optur\\_org](https://twitter.com/optur_org/status/1242959232099549186): [https://twitter.com/optur\\_org/status/1242959232099549186](https://twitter.com/optur_org/status/1242959232099549186)
- Organización Mundial de Turismo. (2019). *Panorama del Turismo Internacional - Edición 2019*.
- Ramos, X. (10 de Mayo de 2020). Coronavirus frenó al turismo cuyos ingresos caerán un 70 % en Ecuador durante el 2020. *El Universo*.
- Reglamento General a La Ley De Turismo. (2003).
- Rojo, C. S. (2004). El Rol del Profesional en Turismo en las Agencias de Viajes. 40. Argentina.
- Secretaría de Turismo. (2009). *Efectos de la crisis financiera internacional y el brote de influenza A(H1N1) en el Turismo de Internación*. México.

UNWTO. (ENERO de 2020). *WORLD TOURISM BAROMETER*.

WTTC. (2020). *Economics Impact Reports*. Obtenido de World Travel & Tourism Council:  
<https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

# ANEXO

## **Entrevista a Ing. Holbach Muñetón, Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo del Ecuador. –**

### **1) En primera instancia, quisiera que nos comente, ¿qué nivel de afectación ha sentido el sector turístico durante la pandemia?**

Afectación total, hay más menos mil seiscientos millones de pérdidas, más 5 hoteles de Quito que no van a abrir, como Akros, Best western, en Gye el hotel Marriot, otros que están valorando si siguen o cierran como el Grand hotel gye, hotel Continental, son hoteles que datan entre 40-50 años y son 5- 4 estrellas, entonces es un desastre. Un desastre por parte del Covid que fue terrible, y a esto hay que sumarle el desastre de la falta de liderazgo, la falta de visión de administración de poder cambiar el rumbo rápido en temas que tiene un Gobierno. El tema del desempleo, leyes laborables, es un tema que, si el país no se compone, yo creo que el país va más a un hueco, a un hoyo profundo.

Justo me decían de un tema laboral, yo hablé con 3 ministros de trabajo, a los 2 días de la pandemia y les dije que nos permitan al sector turístico licencias sin sueldos, como tiene el gobierno. ¿Por qué el gobierno sí, y por qué la empresa privada no? Entonces no permitieron y ahí están los resultados. Se están viniendo abajo hoteles ¿Por qué? Porque ellos saben que tiene que pagar sueldos, tienen que pagar liquidaciones, y van a tener que vender sus activos para pagar esos sueldos y esas liquidaciones. Entonces mientras no haya una reestructura del mercado, no va a pasar nada, es peligroso todo lo que ha sucedido, peligroso todo lo que ha pasado y no le veo yo un camino si las autoridades, o las nuevas autoridades no reaccionan para hacer unos cambios de unos pilares estructurales, no solamente con el sector turístico, pero con todos los sectores el tema laboral es terrible. ¿Yo por qué decía el sector turístico que nos permitan? Porque ya en experiencia lo que había pasado en otros países, y estamos en lo cierto fuimos los primeros golpeados y los últimos recuperados.

**2) ¿Cómo considera usted que la presencia de esta emergencia sanitaria ha afectado al modelo de negocios como tal, hemos visto que agencias de viaje han cambiado su estilo de trabajo, ahora realizan limpiezas, desinfectaciones, cómo ha visto el cómo ha cambiado el modelo de negocio bajo su criterio?**

Bueno el modelo de negocio ha cambiado depende de las necesidades, depende de las iniciativas, está bien que lo hayan cambiado, pero yo creo aquí lo que están viendo es subsistencia, yo no soy pesimista, pero lo que sí no creo todavía, es en un país con una visión, ojalá y yo me equivoque, que el país vaya a mejorar, ¿Por qué? Porque aquí hay que hacer varios cambios, aquí la formalidad por ejemplo, de repente ahora han salido locales informales, eso se está viendo con alimentos y bebidas, con agencias operadores de Turismo, el guía de turismo, el guía conductor, alquileres de vehículos, y en el tema de restaurantes, muchos crees que descubrieron el agua tibia con el delivery, el delivery no te deja más allá que el 25% o 30%, y tú has tenido que despedir, más allá a tus saloneros, a tu capitán y el agente cuando dice "Si pero piden" Sí, te ayuda en algo, pero cuando alguien va a tu restaurante, esa persona le gustó el ceviche, deme otro, tráigame más pan, tráigame chifles, y encima tráigame dos cervezas y tráigame vino, eso no te lo hace en un delivery, entonces eso no es el gran triunfo. Entonces si las agencias de viaje que venían golpeadas ya con sus ventas muy bajas de boletos aéreos, van a cerrar, no van a sobrevivir, porque ellas alquilaban locales, que ahora ya van a cerrar, que van a ser imposible poderlos pagar, entonces les ha tocado, y hay hoteles que ahora te dan el servicio de sanitización de la casa, pero eso no es un reinvento, eso de ahí para mi está bien que lo hagan, eso de ahí es para mantener al personal ocupado en algo, recuperar en algo el dinero que hay que pagar, pero Gye y Quito en este momento tenemos una ocupación más menos del 6% de los hoteles de Gye y Quito. Sumamente escasa la verdad.

**3) ¿De qué manera usted cree que se va a influenciar la demanda de los paquetes turísticos aquí en el Ecuador, durante la pandemia y post pandemia? ¿Usted cree que la gente se verá motivada a volver a Ecuador después del escándalo mediático que hubo en Gye y Quito?**

Depende de si se va está ministra que tenemos, ojalá que renuncie, le hemos pedido la renuncia varias veces, ya tendría que irse, y parte del desastre se llama Rosi Prado de

Holguín., Depende qué estrategia se quiere hacer. Yo soy optimista si hubiera alguien profesional, pero en este momento tengo que ser pesimista, ¿por qué? Porque yo creo que aquí hay que hacer, a ver, aquí lo que la gente sabe es repetir, la mayoría, hasta la ministra esta, lo que sabe es repetir, no conoce lo que es ser empresario, no sabe trabajar ni estrategias ni nada, se lo he dicho públicamente, se lo he dicho en radio, en televisión, prensa, la he invitado a debatir y no quiere debatir, entonces usted de tener primero, una planificación. Primero usted debe saber dónde está. Usted está en una pandemia. Estamos en un tema mundial, en un problema mundial. Estamos en una crisis de país que a lo mejor vamos a tener un decrecimiento de -7 o -13% estamos en una recesión general, contracción, ya. Entonces, todos los caminos adversos, ¿qué es lo que se dice? Ah, y adicionalmente dos tips. ¿Qué produce el turismo? El turismo te producía 2700 millones de dólares al año y dinamizaba en los feriados 500 millones. ¿Y cuántos turistas salen del Ecuador? Salen 1 millón y medio de turistas del Ecuador salen ¿Y esto qué genera afuera? Más menos 1500 -2000 millones. Entonces con esto, ese millón y medio que quiere salir al exterior cómo lo convengo para que se quede. A nadie se le ocurre, lo digo por mi, nadie se lo ocurre, bueno que se le ocurra sí, pero nadie los motiva a viajar aquí en el Ecuador. Se lo dije, en días pasados me reuní con el presidente de la República y el viernes pasado me reuní con los ministros de Producción, finanzas y el secretario del presidente, les dije ahí está el resultado, elimina el feriado o desincentívalo, e incentiva los fines de semana, viernes, sábado y Domingo. Viernes, sábado y Domingo, los pasajes de avión a mitad de precio, viernes, sábado y domingo, cero cobro de iva y viernes, sábado y Domingo señores empresa privada, de ustedes requiero que me bajen un 20-30% que los paseos sean baratos. Ese momento, la gente va a comenzar a viajar más internamente, yo no veo una estrategia nacional, una estrategia internacional, no veo nada, si en buenos momentos cuando no pasaba nada en el 2019, el Ecuador, en el mundo, literalmente en el mundo, no sé promocionó nada, solamente lo promocionaron en diciembre del 2019, y cuando se hizo el reclamo la ministra dijo que se había caído el proceso habiendo dinero, habiendo un año que no hubo, en octubre hubo problemas como los paros, pero en el año no hubo, no se promocionó y no ven el concepto, entonces menos ahora, que tú ya deberías estar por el mundo diciendo ven a Ecuador. Mira Gye, yo soy parte del comité de emergencia de Gye del coronavirus, que es liderada por Jaime Nebot, hay que países que nos llaman ¿Cómo

controlamos el coronavirus aquí? Y al ser la ciudad que llegamos creo que hasta 490 fallecidos diarios si no me equivoco, ahora ser un modelo que no ha resurgido el coronavirus, entonces eso debemos potenciarlo ¿Cómo hago que la gente venga? ¿A qué países apunto? ¿A quién apunto? No hay una data dura, y esa es la preocupación que nos da a nosotros los empresarios.

**4) ¿Ya conocemos un poco respecto a qué piensa de las medidas que ha tomado el gobierno, pero si nos gustaría que nos de puntualmente, medidas que usted considere que necesiten ahora para el aporte y sustentación de las diferentes instituciones que conforman el sector turístico, por ejemplo, tenemos los créditos, una reducción en los impuestos, qué piensa usted, qué medidas se deberían tomar ahora de emergencia?**

El gobierno no ha dado nada, porque, a ver, cuando uno está metido en el día a día, el gobierno no ha dado nada, absolutamente. Días pasados tuvimos otra reunión con el ministro de la producción presencial y vía Zoom estaba la ministra de turismo, viceministro, corporación financiera nacional y estaba banco del Pacífico. Y bueno, no hablaron nada de los créditos porque ahí si le puedo decir que, en la reunión con el presidente de la República, el presidente cuando revisó las cifras dijo "esto no es ninguna ayuda de ustedes para el sector turístico" al sector turístico los créditos le han dado el 2% el 1% entonces en conclusiones creo que eran 4 créditos en todo el país, y créditos bajísimos. Entonces ahí es donde vienen, cuando a mi me hacen preguntas y las personas que no saben lo que hay detrás, por eso tengo que citar las reuniones, porque dirán todo es pesimista, no es puro show. ¿Aquí qué se requiere para salvar la industria? era una reestructura rápida del sistema laboral, el sistema laboral se está cayendo abajo a todos los hoteles grandes. Uno de los hoteles que ha cerrado, le debe al personal como medio millón de dólares, entre liquidaciones y todo, hay otro hotel que no ha cerrado el dueño tiene los recursos, ha pagado entre lo que tiene liquidaciones y todo un millón ochocientos mil. Si no las tiene, te matan, tienes que cerrar y vender rápido el hotel para pagar y quedarte a lo mejor sin nada. ¿Entonces tú qué es lo que tenía que hacer? Y es lo que pido.

Diferimiento de todas las deudas, deudas de la banca pública, de la banca privada, deuda del IESS, del SRI. Hablar con la asociación de municipalidades del Ecuador. Hablar con los

gobiernos autónomos descentralizados, y decirles haber señores, el sector turístico no puede pagarles nada de permisos ni tasas, démosle todo, pásémosle para el 2022, al CFN, decirles "yo este año no puedo pagar, todo pásamelo al 2022 o 2021, ¿pero déjame ver cuándo se reactiva?" Entonces hablamos con los candidatos a la presidencia, hablamos con Guillermo Lasso, he hablado con el jefe del partido social cristiano, Jaime Nebot, y él, por ejemplo, en el plan del nuevo gobierno, ya logré que se dé 5 años de cero impuestos para el sector turístico, entonces a ellos les estoy hablando cómo está la situación para que ellos sepan que tienen que poner algo de incentivo al sector turístico.

No se ha hablado nada del tema de la informalidad, no se ha hablado nada de incentivos, le dije al presidente "presidente quítele el IVA al sector turístico para que la gente que quiere viajar en el Ecuador y está golpeada por lo menos diga "viajemos que ahorita viajar no te va a cobrar IVA viajero. Pero no, yo no veo publicidad, promoción o incentivo, trabajo en equipo, no veo nada. Tanto así es una prueba que he puesto, con lo que se ha sucedido en las playas, por ejemplo, cómo es posible que sale una ministra a decir que se va a inaugurar 40 playas y después se inaugura sólo 6 playas. ¿Y cuál es el problema de esto? El problema de esto es que mañana salen, yo les digo, la palabra de un funcionario es como un cheque certificado, eso es lo que no entienden, eso un cheque certificado la palabra de un funcionario, vamos a abrir el 22, luego dijeron no, vamos a abrir el 5, luego habrán dicho del 5 que iban a abrir unas playas, 40, ya no son 5 si no que son 25, ¿pero tú sabes cuánta logística hay detrás de eso? ¿Cuánta gente que se preparó?, que tenían los locales cerrados que llamaron a sus trabajadores, que limpió y que compró lo de sanitización y de paso a sus empleados "toma un anticipo". Es una pérdida terrible, y ahora hacen que vayan todos para allá, para tenerlos encerrados, cuando tú podías, ah y los alcaldes, los alcaldes un día antes comienzan y se dan cuenta que no tiene cámaras y todo, ¿Y sabe por qué se dan un día antes cuenta? Porque los alcaldes cuando estaban todos viendo lo de la playa, ni siquiera les interesaban porque dicen "Como yo no soy responsable, a mí ni me interesa". Pero un día antes el COE dijo señores "queda a potestad la apertura de todas las playas" la potestad y responsabilidad está en ustedes. Ahí recién se asustan y ahí recién están "aquí faltan cámaras, ni tengo drones ni los auto parlantes. Así que no saben. Así es la situación.

**5) ¿Conoce usted alguna alianza estratégica que se esté realizando, por ejemplo, los hoteles con las agencias de viaje, cómo va su relación, qué están haciendo, quiénes están uniéndose para trabajar en equipo y poder aliviar toda esta crisis que se nos viene encima?**

No, de ese tipo de alianzas estratégicas creo que se han unido, pero específicamente no, porque todavía los hoteles o los operadores de Turismo no están viniendo los turistas todavía, no.

**6) Respecto a la informalidad, ¿qué puede comentarnos acerca de la informalidad, sé que existen agencias que nacen hoy y mañana ya están cerrando, simplemente alquilan una furgoneta y se realiza un viaje y ya son agentes turísticos, agencias de viaje? ¿qué puede decirnos de la informalidad?**

La informalidad, no sé qué poder tenga la informalidad, o cuánto poder tengan los Airbnb, y la informalidad en todos los campos, en el hotelero, en el restaurante, en las agencias de viajes, en las operadoras, en los guías de turismo, en todo hay informalidad. Y aquí igual, yo soy muy crítico, y ¿por qué? Porque Yo soy lógico, aquí quieren combatir la informalidad, yo mismo me rayo a veces, porque yo vivo quejándome, entonces aquí quieren combatir la informalidad al revés, ¿cómo la quieren combatir? Lanzamos una rueda de prensa en conjunto los dos, la ministra y yo en Manta hace un año, y ¿qué pasó? No se hizo nada. Lanzamos que ya en 20 días salía el reglamento, hasta el día de hoy no ha salido. Entonces aquí quieren combatir la informalidad, pero al revés, le he dicho a la ministra "ministra, no combata la informalidad, trabaje en que el tipo que es formal tenga incentivo, para que sea más negocio, mejor negocio, buen negocio ser formal que informal, si no esto es el cuento del gallo pelón, eso no lo entienden. Entonces, aquí llega un momento en que el informal quiere seguir siendo informal, y el formal quiere ser informal. ¿Por qué? Porque nosotros tenemos tantos impuestos, tanto fastidio, tanta autoridad que llega con una mentalidad que no les interesa hacer un buen al país, si no ir a defalcar. Hacerte problema, para venderte facilidades. Entonces, ser formal en este país, es difícil, y como tú bien lo dices, viene alguien y se compró una furgoneta y puso tour playas inc, y ya es operadora de turismo. No sacó permiso, no hizo nada, nadie lo controla y vende al mismo precio o casi al mismo, gana más, hasta que lo pescan. Entonces, pero y si muchas veces lo pescan, lo encuentran,

tomen, el da un "fin" y hasta luego. Ese es el problema que hay, en cambio el formal, está trabajando y ¿qué le dice? Tú no puedes salir a trabajar, no puedes operar, no puedes hacer esto, entonces ahí vienen los problemas. La informalidad es una lacra y quiero, siempre que tengo un espacio, les quiero decir que a veces que doy charlas en la politécnica, me salen que, con la economía naranja, no qué economía naranja, aquí es o eres sin vergüenza l eres honesto, desfalcas al estado o pagas al estado. Así de fácil. Esa es la informalidad. Hablemos de los Uber, hablemos de los taxistas, hablemos de todos, de los mismos restaurantes, también los mismos restaurantes hoy en día están complicados porque cuánta gente no está cocinando en su casa, con el título de emprendedor, yo le saco un título de emprendedor, el slogan, el emprendedor del Ecuador, pero ya, no le pago impuestos a la renta, no pago

Yo también quiero ser emprendedor con todos los edificios que no tengo, le quito el letrero que diga hotel y voy a ser emprendedor, porque yo emprendí, pero no pago a nadie odio pagar impuestos, entonces así no podemos, mientras nosotros esas diferencias no las solucionemos con pilates fuertes, y verdaderos, vamos a seguir en un país complicado.

**7) Última pregunta, y directamente quisiéramos saber ¿qué está haciendo la FENACAPTUR para promover el desarrollo turístico en este momento tan complicado que estamos pasando?**

Bueno, nosotros directamente yo he tomado la decisión y se las he dicho a todos los presidentes de las cámaras, nosotros venir y promover en este momento "Ven al Quilotoa" "ven a Guayaquil" "ven a hacer.." no lo estamos haciendo. Y no lo estoy haciendo porque primero hay temas estructurales y de fondo. Por ejemplo, el día martes, tengo reunión con el jefe de la policía, h en la tarde con gloria Gallardo, para ver ahí sí qué hacemos en conjunto para sacar a Guayaquil turísticamente adelante y ser un ejemplo de ciudad que sale adelante en conjunto. Pero ¿cuál es mi idea siempre? Trabajar en conjunto, llamar a la academia, al municipio, al dueño del restaurante, a los de escuela del chef, a las agencias, a todos los he hecho llamar. Entonces vamos a tener una reunión, pero aquí la idea es esta, que trabajemos en conjunto, pero solo juega de uno, entonces eso no va conmigo, porque nunca la juega de uno sale bien, yo invito y meto a todos hasta diluir la responsabilidad. Si nos equivocamos, nos equivocamos todos, y si salimos adelante, salimos adelante todos.

Entonces, cómo tú puedes decir ven a un turismo interno cuando tienes un problema de seguridad, y de salubridad, entonces no puedes, porque de repente el remedio es peor que la enfermedad. Entonces por eso hay que solucionar problemas como el mejoramiento continuo, como el tema de innovación, con planificación, con quién vamos a trabajar, con qué data dura hay.

Entonces decir ven al Quilotoa, con qué respaldo tú le dices que sabes que no va a ver errores. Saben que no va a haber robos, saben que están yendo al tema de sanitización, mire lo que le pasó al propio ministerio, lo de las playas, mire lo que pasa al ministerio por eso Lenin debería destituirla a la ministra, lo que le pasa al ministerio, este es, por ejemplo él, inauguran el Cotopaxi con bombos y platillos, lo hacen ir al presidente de la República, y de repente a los dos días, hubieron contagiados y está cerrado.

Entonces tú no puedes ha de para darles Macha atrás, por eso yo creo que primero hay que arreglar los temas estructurales para luego comenzar al tema de la promoción.