



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

TEMA DE ENSAYO

**SITUACIÓN ACTUAL EN LA CADENA DE HOTELES MARVENTO EN
EL CANTÓN SALINAS FRENTE AL COVID-19**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

AUTOR:

KEVIN JAVIER NOBOA RECALDE

PROFESOR GUÍA

ING. JESSICA SORAYA LINZAN RODRÍGUEZ. MSc.

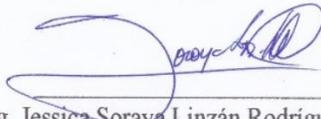
LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En la calidad de Profesor guía del ensayo titulado, **“Situación actual en la cadena de hoteles Marvento en el Cantón Salinas frente al Covid-19”**, elaborado por el Sr. **Kevin Javier Noboa Recalde**, de la carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad de examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por lo cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



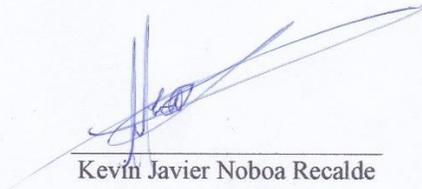
Ing. Jessica Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado “**Situación actual en la cadena de hoteles Marvento en el Cantón Salinas frente al Covid-19**” PROVINCIA DE SANTA ELENA, elaborado por el Sr. **Kevin Javier Noboa Recalde**, declaro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica, educativa, empresarial y administrativa **Transferencia de los derechos autorales**. Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, carrera Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente



Kevin Javier Noboa Recalde
C.I. 0923568992

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero dar gracias a Dios por permitirme estar con vida, también quiero dar gracias a mis padres y demás familiares por apoyarme en mis estudios, también agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme formado en sus aulas durante todo este tiempo, llenándome de conocimiento.

Agradezco de igual forma a mis maestros por el apoyo y también por compartir sus conocimientos y experiencias, los cuales servirán de aquí en adelante hasta lograr ser un profesional, agradezco la paciencia que mostraron durante todo este tiempo de enseñanzas.

KEVIN JAVIER NOBOA RECALDE

DEDICATORIA

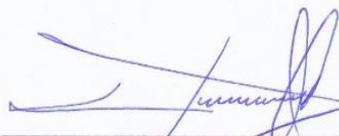
En primer lugar quiero dedicar este trabajo principalmente a Dios para haberme dado salud para poder seguir sin problemas mis estudios, de la misma forma quiero dedicar este trabajo a mis padres y familiares quienes fueron los que más me apoyaron en todo momento.

Dedico el presente trabajo a la Universidad y por ende a mis maestros, porque gracias a ellos estoy donde estoy, gracias a sus enseñanzas y conocimientos pude llegar hasta el final de la carrera.

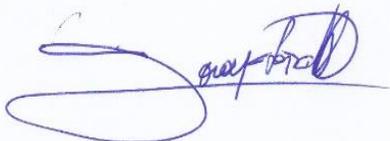
KEVIN JAVIER NOBOA RECALDE

TRIBUNAL DE GRADO

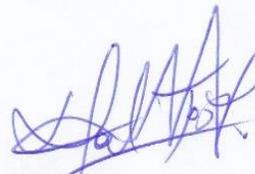
**Lcda. María F. Alejandro Lindao, MBA.
DECANA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



**Lcdo. José X. Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR (E) CARRERA DE
GESTIÓN Y DESARROLLO TURISTICO**



**Ing. Jessica S. Linzán Rodríguez, MSc.
DOCENTE TUTOR**



**Ing. Joel A. Fortis Suárez, MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA**



**Ab. María M. Rivera González, MSc.
SECRETARIA GENERAL**

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	I
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
TRIBUNAL DE GRADO.....	V
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT	XI
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
MARCO TEÓRICO.....	3
1.1 Estado del arte	3
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos	7
CAPITULO II	10
MATERIALES Y MÉTODOS	10
2.1. Tipos de investigación	10
2.1.1 Investigación exploratoria	10
2.2. Método de investigación	10
2.2.1 Método inductivo	10
2.3. Tipo de Muestreo	11
2.3.1 por conveniencia	11

2.4. Diseño y recolección de datos	12
CAPITULO III	13
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	13
3.1 Análisis e interpretación de encuesta a clientes de la cadena de Hoteles Marvento	13
3.2 Análisis e interpretación de la entrevista al encargado de los establecimientos	24
3.3 Discusión	27
CONCLUSIONES	31
RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS	34

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1: Género.....	13
Tabla 2: Edad	14
Tabla 3: Estado civil.....	15
Tabla 4: Ocupación	16
Tabla 5: Procedencia.....	17
Tabla 6: Uso de normas de bioseguridad	18
Tabla 7: Personal capacitado.....	19
Tabla 8: Atención al cliente	20
Tabla 9: Instalaciones.....	21
Tabla 10: Servicio a la habitación.....	22
Tabla 11: Limpieza	23

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género.....	13
Gráfico 2: Edad	14
Gráfico 3: Estado civil	15
Gráfico 4: Ocupación	16
Gráfico 5: Procedencia.....	17
Gráfico 6: Uso de normas de bioseguridad.....	18
Gráfico 7: Personal capacitado.....	19
Gráfico 8: Atención al cliente	20
Gráfico 9: Instalaciones.....	21
Gráfico 10: Servicio a la habitación.....	22
Gráfico 11: Limpieza	23

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Población y muestra.	12
-------------------------------------	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problemas	39
Anexo 2: Árbol de objetivos	40
Anexo 3: Operacionalización de las variables	41
Anexo 4: Formato de encuesta a clientes de la cadena de hoteles Marvento	43
Anexo 5: Formato de entrevista aplicada a la encargada de la cadena de hoteles Marvento	45
Anexo 6 Entrevista.....	46
Anexo 7 Infraestructura Actual.....	46
Anexo 8 Hotel Marvento.....	46



“SITUACIÓN ACTUAL EN LA CADENA DE HOTELES MARVENTO EN EL CANTÓN SALINAS FRENTE AL COVID-19”

AUTOR:

Kevin Javier Noboa Recalde

TUTOR:

Ing. Jessica Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

RESUMEN

La pandemia Covid-19 afectó globalmente la economía, debido a las restricciones sanitarias y de movilidad dictaminada, no se permite el desplazamiento de la población de un lugar a otro. El turismo fue la industria más afectada por la paralización de las actividades, los establecimientos sufren recesión económica debido al flujo de turistas, viéndose obligados a cesar sus labores temporalmente mientras que en otros casos definitivamente. El objetivo de esta investigación es identificar la situación actual de la cadena de hoteles Marvento en el cantón Salinas. El tipo de investigación fue exploratoria, debido que el problema no está estudiado ampliamente. El método de investigación que se uso fue inductivo debido a que se quiere identificar la situación actual de la cadena de Hoteles Marvento. El tipo de muestreo que se utilizo fue el muestreo por conveniencia, además de encuestas a los huéspedes, teniendo en cuenta que de la cadena de hoteles cuentan con tres establecimientos, y al considerarse como un número manejable donde sería capaz abarcar toda la investigación. Como resultado se pudo identificar que la cadena de Hoteles Marvento gracias a la correcta implementación de las medidas de bioseguridad entre trabajadores y con los turistas ayudo a que ellos puedan actualmente brindar sus servicios con normalidad.

Palabras Claves: Hoteles, análisis situacional, Covid-19, economía, desarrollo turístico



“CURRENT SITUATION IN THE MARVENTO HOTEL CHAIN IN CANTON SALINAS AGAINST COVID-19”

AUTHOR:

Kevin Javier Noboa Recalde

COACH:

Ing. Jessica Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

ABSTRACT

We well know that the Covid-19 pandemic affected the economy globally, due to the sanitary and mobility restrictions imposed, the displacement of the population from one place to another is not allowed. Tourism was the industry most affected by the stoppage of activities, establishments suffer economic recession due to the flow of tourists, being forced to temporarily cease their work while in other cases permanently. The hotels, specifically the Marvento hotel chain located in the Salinas canton. The objective of this research is to identify the current post covid-19 situation of the Marvento hotel chain in the Salinas canton. The type of research was exploited, because the problem is not widely studied, so it is required through the collection of primary and secondary information, obtaining data that allows the researcher to extract results that lead to a conclusion. The research method that was used was inductive because it wants to identify the current situation of the Marvento Hotels chain. The type of sampling that was used was convenience sampling, the present investigation has as its population the manager and workers of the Marvento hotels, in addition to guest surveys, taking into account that the hotel chain has three establishments.

Keywords: Hotels, situational analysis, Covid-19, economy, tourism development

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno que se encarga de mover el mundo, basado en las actividades de esparcimiento que realizan los turistas durante su viaje y su estadía en determinados lugares guiados por las respectivas motivaciones y necesidades. Cuando se empezó a dar la pandemia Covid-19 los primeros meses no tuvo mayor impacto en la cotidianidad de la sociedad. Sin embargo, a medida que avanzaba se volvía difícil de afrontar, aun con el avance de la tecnología de la medicina, para mitigar los contagios se optó por el confinamiento de manera que las actividades que no presentaban mayor prioridad debían cesar. (Fernández Fuster, 2019)

La actividad turística tuvo que paralizar sus actividades, y con ella disminuyó también los efectos, impactos, consumos y gastos, los cuales son indicadores del desarrollo de la población. Sectores como el de alojamiento tuvieron que aplicar estrategias cuando observaban pasivamente como sus ventas bajaban, las reservas se cancelaban y perdían la confianza de sus clientes. Dichas habilidades aplicadas fueron: recorte o despido de personal, adaptación creciente hacia la tecnología, apertura de los establecimientos por fases, adecuarse a la nueva normalidad, así como prepararse para otra posible ola de contagios. (Padilla, 2021)

Actualmente el sector hotelero en Ecuador está inmerso en profundas transformaciones derivadas de los cambios del manejo de la gestión y prestación de servicio, comercialización e incluso nuevas propuestas, percibiendo la manera de aplicar las normas de bioseguridad, las cuales deberían reconocerse mediante

ordenanzas que permitan identificar el nivel de satisfacción y de seguridad mostrado por parte de los clientes. (Moreno, 2011)

Con respecto a la situación actual de la cadena de Hoteles Marvento, tenemos como resultado del trabajo, que la cadena de hoteles, después de cerrar sus puertas temporalmente debido a la cuarentena nacional e internacional, causada por el Covid-19, pudo retomar sus actividades y prestar sus servicios a los turistas, tomando las medidas de bioseguridad adecuadas en el momento, con la precaución debida para así evitar posibles contagios, siendo así que ya al día de hoy todo se desenvuelve con toda normalidad.

Por lo expresado anteriormente con respecto a la problemática, la presente investigación tendrá como objetivo general Identificar la situación actual de la cadena de hoteles Marvento en el Cantón Salinas frente al covid-19, partiendo de ese objetivo se consideran los objetivos específicos de la investigación, como primer punto tenemos el describir los antecedentes de la cadena de hoteles Marvento, como segundo punto tenemos Identificar las condiciones económicas, administrativas y operativas que se tuvieron después del tiempo de cuarentena, y como tercer punto Determinar la problemática en cuanto a la situación actual de la cadena de hoteles Marvento.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Estado del arte

Del trabajo de investigación relevancia del uso del marketing digital en las empresas hoteleras tras la pandemia COVID-19 (Sevilla & Rosales, 2021) cuyo objetivo general fue plasmar beneficios encontrados que se generan al utilizar el marketing digital en las empresas hoteleras tras el contexto de la pandemia de COVID-19. Como metodología se utiliza la revisión bibliográfica con enfoque integrador ya que el trabajo se basa en la recolección de información ya existente de otros trabajos de investigación relacionados al tema, los resultados obtenidos fueron que el marketing digital se puede definir como estrategias desarrolladas de forma online para los potenciales clientes que les permite concretar sus pedidos o compras.

Del trabajo de investigación Estrategias post-Covid 19 para reactivar el Turismo local en el Ecuador: Caso provincia de Tungurahua, (Villacis, 2021), cuyo objetivo general el cual es identificar las acciones y estrategias inmediatas que el gobierno central y los gobiernos locales pretenden aplicar para ayudar a la reactivación del sector turístico, la metodología aplicada fue la técnica de bola de nieve en base a la documentación bibliográfica y linkográfica, los resultados determinan que existen acciones y protocolos establecidos por parte de los organismos pertinentes para

reactivar el turismo de forma progresiva, sin embargo no se podrá establecer sus efectos en el corto tiempo.

Del trabajo de investigación El Covid-19 y su impacto económico en las empresas hoteleras de Manta-Ecuador (Montenegro, 2021), cuyo objetivo general trata de conocer la incidencia económica generada por el Covid-19 sobre el sector hotelero de Manta, y determinar las alternativas de reactivación para este sector, considerando la capacidad de las empresas hoteleras para enfrentar la crisis, la metodología fue descriptiva de enfoque cualitativo y cuantitativo, los resultados permitieron conocer que sin lugar a dudas el Covid-19 ha desencadenado la desaceleración económica en el sector hotelero local por la disminución de la demanda de estos servicios.

Del trabajo de investigación titulado Plan de contingencia de un hotel en RR.SS tras crisis de la Covid-19 (Berna, 2021), cuyo objetivo general trata de elaborar un plan de contingencia que marque las pautas que deberían seguir los diferentes públicos con los que se relaciona el hotel: clientes, empleados, proveedores, etc. En cuanto a la metodología se ha indagado y recopilado una gran cantidad de artículos, libros, estudios y comunicados de los diferentes Ministerios relacionados con el tema, para así establecer su estructura.

Del trabajo de investigación Diseño e implementación de estrategias para la recuperación de un establecimiento hotelero en ciudades secundarias de Colombia dentro del marco de la pandemia Covid-19 (Bolívar, 2021), cuyo objetivo general es mostrar cuales han sido los diferentes resultados de acuerdo con enfoques planteados

para la reapertura y recuperación de un establecimiento hotelero, como resultados se obtuvo que en cuanto a las estrategias planteadas se dieron de manera positiva ya que sustentan el enfoque que se adoptó para el caso del producto NH Cali Royal, de acuerdo con sus características y las de la plaza donde se encuentra ubicado.

Del trabajo de investigación Resiliencia y autoeficacia empresarial en el sector hotelero ante un contexto de crisis con enfoque al Covid-19 (Cáceres & Gonzales, 2021) cuyo objetivo general es analizar las acciones resilientes y auto eficaces a nivel empresarial en el sector hotelero ante un escenario de crisis. La metodología en esta investigación sigue el método de revisión de literatura bajo el enfoque integrador, el cual consiste en la búsqueda exhaustiva de fuentes académicas con información selectiva referente a la temática, en cuanto a los resultados se obtuvo que la mayor medida de liderazgo de servicio y de auto eficiencia, se obtendrían un mejoramiento corporativo.

Del trabajo de investigación Gestión turística para la reactivación del sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, Post pandemia Covid-19 (Tigua, 2021), cuyo objetivo general es establecer un sistema de Gestión turística para la reactivación del sector hotelero de la parroquia san Lorenzo del cantón Manta, Post Pandemia Covid-19, los resultados evidencian el descontento con el GAD Parroquial el cual no ha contribuido con la gestión necesaria para la reactivación del sector hotelero Post pandemia Covid-19.

Del Trabajo de investigación Impacto del Covid-19 en el sector Hotelero (Garcia, 2020), cuyo Objetivo general el cual es mostrar en datos el impacto que está sufriendo el sector hotelero, tanto en ocupación como en empleos y cierres. La metodología aplicada fue cuantitativa, los resultados obtenidos fueron que el impacto que se dio en la cadena Hotelera en España fue negativo, puesto a las pérdidas significativas que tuvieron los establecimientos hoteleros debido al cierre temporal que tuvieron estos gracias a la pandemia Covid-19.

Del Trabajo de tesis doctoral denominado Análisis de la incidencia del Covid-19 en el sector Hotelero de la Ciudad de Guayaquil Ecuador (Alvarado & Morocho, 2021), cuyo objetivo general es analizar la incidencia generada por el Covid-19 en la actividad normal de los pequeños hoteles de la ciudad de Guayaquil. La metodología aplicada fue investigación descriptiva, documental bibliográfica de fuentes de información primaria y secundaria, los resultados obtenidos es que a través de las encuestas y entrevistas realizadas se ha determinado que uno de los principales factores que ha incidido en la baja rentabilidad en los negocios hoteleros son las medidas que se han tomado por parte de las diferentes autoridades, lo que impide la movilización de visitantes a la ciudad y por consiguiente la disminución de huéspedes.

Del Trabajo de tesis doctoral denominado El sector hotelero y el COVID 19 en el cantón Salinas (Rodriguez, 2020), cuyo objetivo principal es analizar los cambios en el sector hotelero del cantón Salinas por la pandemia COVID 19. La metodología aplicada se basa en el enfoque cuantitativo de tipo descriptiva bajo la modalidad

documental y de campo, donde se levanta información estadística, los resultados obtenidos fueron que el cantón Salinas se vio perjudicado por la crisis del COVID 19 con una tasa de contagio que superaba los 600 contagios por cada 100 mil habitantes a finales del año 2020, durante este año los ingresos por ventas del sector turismo a nivel nacional disminuyeron en un 57,34%, mientras que en el cantón Salinas se redujeron en un 58,01%, siendo el sector hotelero el más afectado con una disminución en sus ingresos de 3,89 millones de \$USD, ocasionando la eliminación de un 73,96% de los puestos de trabajo.

1.2 Desarrollo de teorías y conceptos

1.2.1 Infraestructura del Hotel

La cadena de hoteles Marvento, así como todos los demás hoteles debe contar con una infraestructura adecuada que cubra los aspectos de accesibilidad, seguridad, sanidad, alimentación, etc. Con el fin de hacer posible que el turista o visitante disfrute de los recursos que le han sido ofrecidos, haciendo referencia a (Paez, 2020) quien denomina a la infraestructura turística al conjunto de instalaciones físicas y dotación de bienes y servicios que posee un sitio en sí.

Por ende, los hoteles deben ser flexibles a los cambios y mejoras futuras, más teniendo en cuenta la pandemia por la que se atraviesa. Es por esto que los hoteles deben seguir los procesos de innovación siendo que la infraestructura debe tener el

potencial de traer consigo mayores beneficios económicos directos no solo para el hotel, sino también a su comunidad, puesto a que mientras mejor sea su infraestructura, mejor será la relación con turistas que visiten la comunidad.

1.2.2 Satisfacción del turista

Las expectativas de una persona al viajar a un destino turístico por lo general son altas, pues lo único que tiene en mente después de haber elegido un destino es esperar tener la mejor experiencia posible, y no solo hablamos del lugar, paisajes, cultura y demás, también es importante el lugar donde permanecerán, por ende la satisfacción del turista es de suma importancia para las empresas hoteleras, pues, hoy en día el turista tiene una difícil elección al momento de adquirir un producto o servicio, por lo cual, la empresa tiene la obligación de tomar las medidas necesarias sobre el cliente y el producto, llegando así a su objetivo el cual es la satisfacción de las necesidades del cliente. Así como menciona (Matias, 2018).

La satisfacción del turista hacia un destino turístico por lo general es alta. Por esto que la satisfacción turística va de la mano junto con la infraestructura, pues las instalaciones y servicios que presta el hotel deben ser las mejoras para que de esta manera se garanticen así mismo el regreso del turista en un futuro no muy lejano.

1.2.3 Personal capacitado

El personal capacitado cuenta con las habilidades y conocimientos necesarios que lo hacen más apto y más diestro en la ejecución de su propio trabajo (Gomez, 2007)

En cada empresa deben contar con el personal formado adecuadamente, pues gracias a estos dependerá el establecimiento del trato que reciba el turista, mejorando así la experiencia y ganándose la confianza del visitante. Es por esto que, si se quiere que el hotel sea visitado recurrentemente durante todo el año, es importante para los gerentes asegurarse que los empleados cuenten con la formación adecuada para que así el cliente solicite la atención que busca, mejorando la experiencia y haciendo que la confianza de este en el hotel. También hay que tener en cuenta que los hoteles de hoy en día no les basta tener solo la capacitados a sus empleados para la atención al cliente, sino que también debido a la pandemia que se vive, los hoteles deben de capacitar a los trabajadores para poder llevar a cabo y de la mejor manera las normas de bioseguridad, ya que no solo hay que darles un buen servicio a los trabajadores, si no garantizarles su seguridad, sobretodo en el ámbito sanitario.

CAPITULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipos de investigación

2.1.1 Investigación exploratoria

La investigación exploratoria tiene como fin la aproximación a fenómenos novedosos, así como estudiar un problema que no esté aun claramente definido, por lo cual, se lo lleva a cabo para comprenderlo mejor, pero sin proporcionar resultados concluyentes. Por lo tanto, dicha investigación lo que hace es interesarse por un tema que no se ha estudiado con anterioridad, o también, permite conocer aspectos nuevos de conocimientos ya existentes.

2.2. Método de investigación

2.2.1 Método inductivo

El método inductivo fue el elegido para la investigación debido a que se quiere identificar la situación actual de la cadena de Hoteles Marvento en el cantón salinas, una propuesta alisada que podría servir para analizar otros hoteles circundantes, o llevar esta investigación a nivel macro, realizándose en un sector geográfico más amplio. Esto se da con la finalidad de poder conocer específicamente la atención, forma de trabajar y las medidas de bioseguridad que se toman debido a la situación actual de estos hoteles.

El método inductivo utiliza premisas particulares permitiendo llegar a una conclusión general. Pues este método consiste en generalizar los hechos, practicas, situaciones y costumbres observadas a partir de casos particulares. El método tiene la ventaja de impulsar al investigador para ponerlo en contacto con el sujeto al cual se lo va a investigar o al objeto que se quiere investigar. Este camino va de la pluralidad de objetos a la unidad de conceptos.

2.3. Tipo de Muestreo

2.3.1 Por conveniencia

El muestreo por conveniencia es un tipo de muestreo no probabilístico que se aplica cuando la muestra estadística a formar es seleccionada en el entorno próximo al investigador, sin que medien requisitos específicos. El objetivo es facilitar el trabajo de quien desarrolla el estudio. Debido a que no se espera que esta muestra sea representativa de la población, no se aplica ningún proceso de selección para conformarla. En cambio, se privilegia la disponibilidad de las personas y la facilidad para acceder a ellas. Incluso suelen aceptarse voluntarios que deseen colaborar con el estudio.

Se escogió el muestreo no probabilístico para el presente trabajo, debido a que se busca obtener información acerca de la situación actual de la cadena de Hoteles Marvento en el cantón Salinas, al escoger la muestra por conveniencia el investigador puede acceder a la información con mayor facilidad ya que se estudiara a toda la población, se haría uso de más recursos.

2.4. Diseño y recolección de datos

Población

La presente investigación tiene como población la gerente y trabajadores de los hoteles Marvento, además de encuestas a los huéspedes, teniendo en cuenta que de la cadena de hoteles cuentan con tres establecimientos, y al considerarse como un número manejable donde sería capaz abarcar toda la investigación.

Muestra

La muestra es aquella que nos permite discriminar a la población total de manera que permita tomar individuos o sectores más específicos, en este caso en particular se tomara como muestra los 3 hoteles para la respectiva recolección de datos, ya que es permitente para la investigación.

La muestra de los encuestados partes de un supuesto propuesto por el investigador, en este caso agrupando los números de las estadías entre los 3 hoteles de la población, dando como resultado 500 clientes, y al ser muestreo por conveniencia, se eligen a 200 personas que estas dispuestas a ser parte de esta investigación.

Cuadro 1: Población y muestra.

Detalle	Población	Muestra
Hoteles de la cadena Marvento	3	3
Clientes de la cadena de Hoteles Marvento I, II y Suites	500	200

Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

CAPITULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Análisis e interpretación de encuesta a clientes de la cadena de Hoteles

Marvento

1. Género

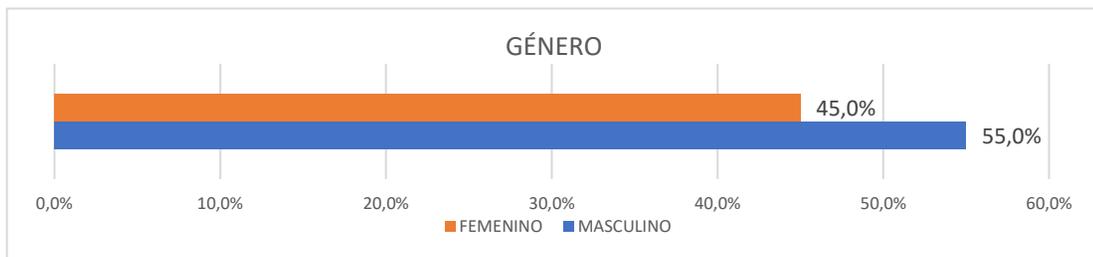
Tabla 1: Género

GENERO		
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MASCULINO	110	55%
FEMENINO	90	45%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles

Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Gráfico 1: Género



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles

Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

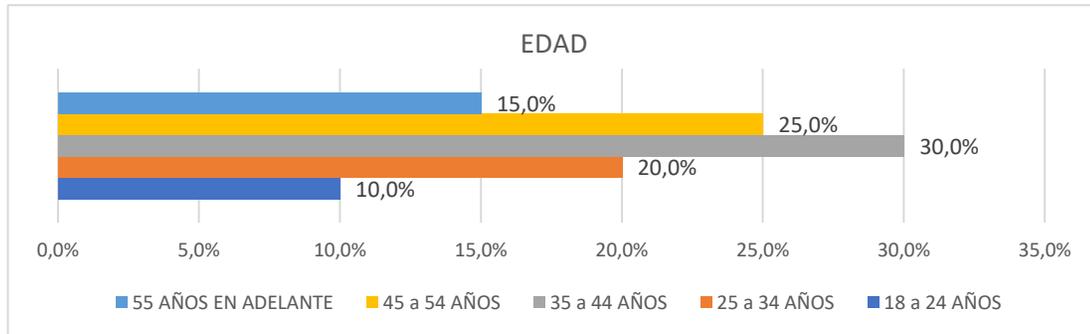
La pregunta que responde acerca del género del encuestado, en donde obtenemos los siguientes datos. El 55% son de género masculino y el 45% restante es de género femenino. Por lo que se puede inferir que los huéspedes en estos establecimientos son en su mayor parte hombres, sin embargo, observando la gráfica el porcentaje solo varía en 10%, por lo que se puede determinar que tanto el género masculino y femenino, se alojan en la cadena de hoteles Marvento.

Tabla 2: Edad

EDAD		
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
18 a 24 AÑOS	20	10%
25 a 34 AÑOS	40	20%
35 a 44 AÑOS	60	30%
45 a 54 AÑOS	50	25%
54 AÑOS EN ADELANTE	30	15%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Gráfico 2: Edad



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

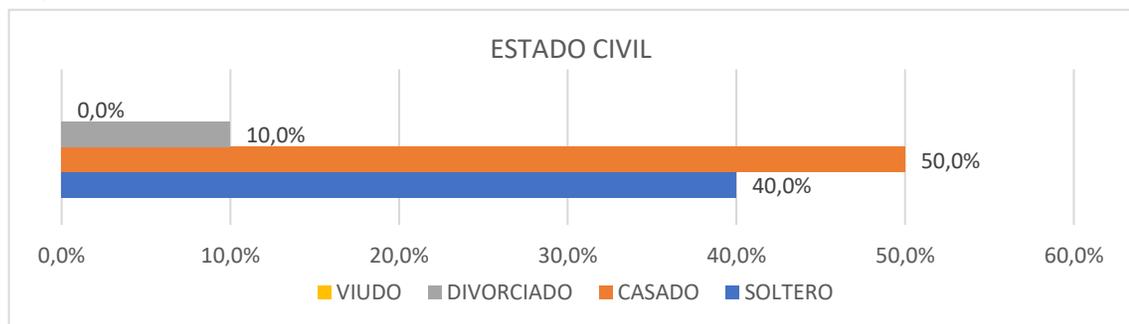
Con respecto a los resultados obtenidos por medio de la encuesta se puede identificar que tanto jóvenes como adultos y personas de la tercera edad, llegan a hospedarse a los hoteles Marvento, por lo cual se determina que el público objetivo entre los rangos de edad es el que presenta el mayor porcentaje, siendo estos los de 35 a 44 años, sin embargo, se observa que la varianza entre las edades no es mayoritaria, por lo que se puede deducir que el hotel tiene gran aceptación de estos rangos de edades. Entre los más jóvenes en los que el rango de edad es de 18 a 24 años, estos hoteles no tienen mayor índice de ocupación

Tabla 3: Estado civil

ESTADO CIVIL		
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SOLTERO	80	40%
CASADO	100	50%
DIVORCIADO	20	10%
VIUDO	0	0%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Gráfico 3: Estado civil



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

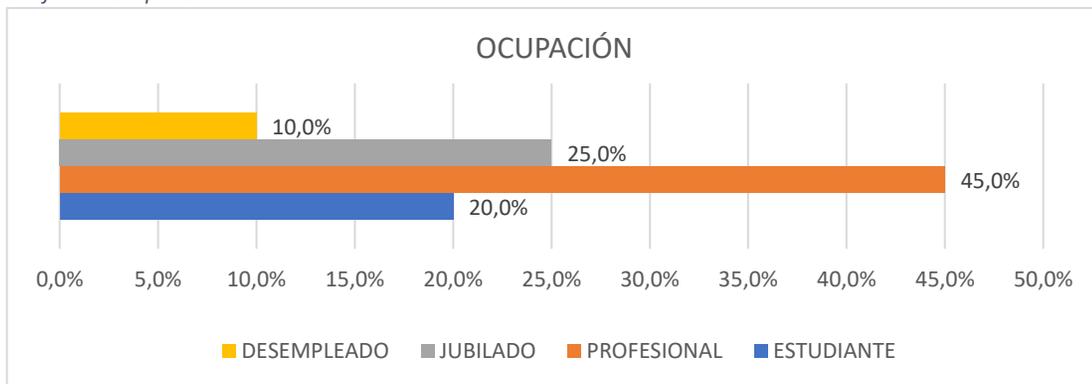
Con respecto a los datos obtenidos, podemos identificar por este medio de encuesta el estado civil de los huéspedes encuestados, y debido a estos datos mostrados se alega que, el segmento que prefiere esta cadena de hoteles está entre los de estado civil casados y solteros, ya que la varianza es de 10 puntos porcentuales, mientras que los divorciados representan minoría, y los viudos no hacen uso de los servicios. Si se busca llegar a estos otros grupos, se deben adecuar los productos o la publicidad para hacer efectiva su estadía. Al conocer estos datos se anima a considerar otros grupos objetivos para que sean parte de los clientes o consumidores de esta cadena de hoteles.

Tabla 4: Ocupación

OCUPACIÓN		
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
ESTUDIANTE	40	20%
PROFESIONAL	90	45%
JUBILADO	50	25%
DESEMPLEADO	20	10%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Gráfico 4: Ocupación



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

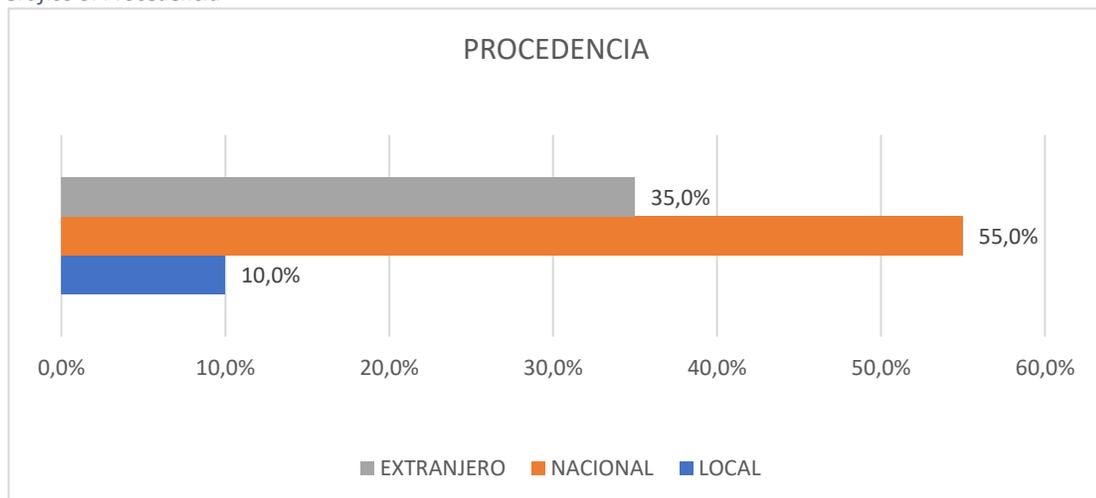
Con respecto a los datos obtenidos, se identificó la ocupación de los huéspedes entrevistados, y dado a los resultados podemos determinar que el grupo mayoritario que hace uso de los servicios que presentan los hoteles Marvento es del sector con título profesional, siendo este su segmento estrella. Debemos tomar en cuenta que, entre la opción de jubilado y estudiante, no existe mucha variación, sino 5 puntos porcentuales, pero sumar ambos implicaría que estaría a la par con el segmento de profesionales, por lo que se debe buscar atraer a estos clientes, mientras que en los desempleados se debe hacer uso de otra estrategia de venta.

Tabla 5: Procedencia

PROCEDENCIA		
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
LOCAL	40	10%
NACIONAL	90	55%
EXTRANJERO	50	35%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Gráfico 5: Procedencia



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

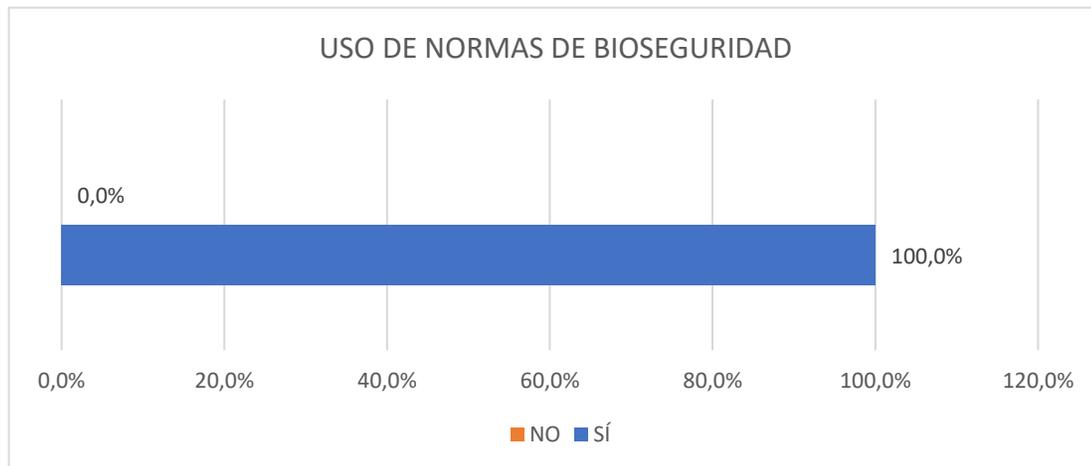
Con respecto a los datos obtenidos, podemos determinar la procedencia de los huéspedes entrevistados, determinado que la mayoría de los huéspedes del hotel son clientes nacionales, provenientes de otras provincias. Contrario a lo que se muestra de los clientes locales, los cuales son gente proveniente de la península, la cual es la menor medida la cantidad de clientes que tiene el hotel.

Tabla 6: Uso de normas de bioseguridad

USO DE NORMAS DE BIOSEGURIDAD		
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SÍ	200	100%
NO	0	0%
TOTA	200	100%

Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
 Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Gráfico 6: Uso de normas de bioseguridad



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
 Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

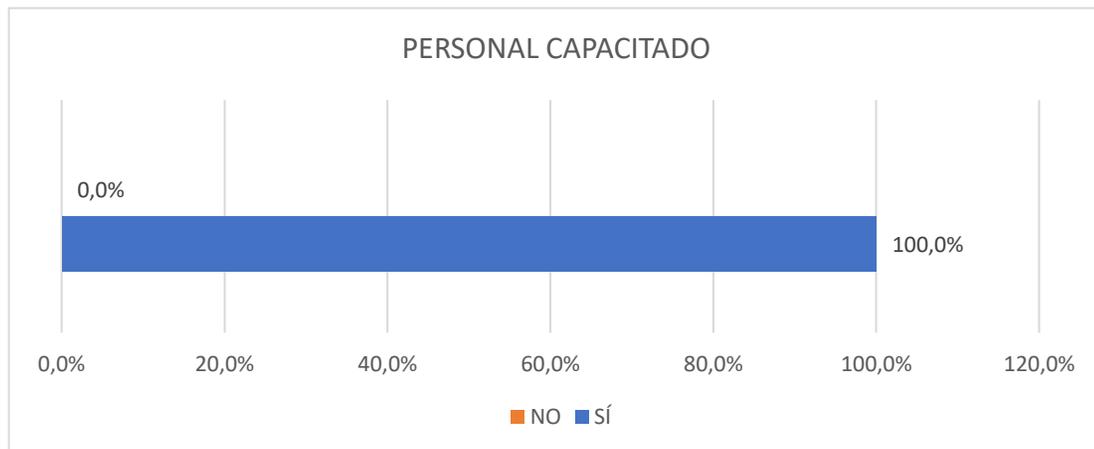
Con relación a la pregunta sobre el uso de las normas de bioseguridad adecuadas en el establecimiento, dando como resultado que el 100% de los encuestados contestó afirmativamente. Por lo que se determina que por temas de pandemia se aplicaron medidas de bioseguridad que los haga sentir seguros al momento de hacer uso de sus servicios, lo que genera confianza tanto entre los huéspedes y los trabajadores de cada uno de los hoteles pertenecientes a la cadena Marvento.

Tabla 7: Personal capacitado

PERSONAL CAPACITADO		
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SÍ	200	100%
NO	0	0%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Gráfico 7: Personal capacitado



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

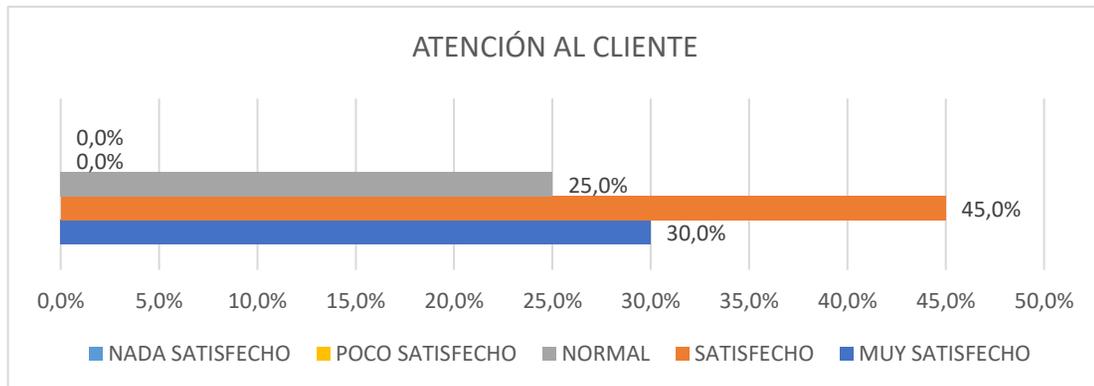
Con relación a la pregunta sobre si considera que el personal está debidamente calificado para prestar los servicios de alojamiento en el establecimiento, dando como resultado que el 100% de los encuestados contestó de manera afirmativa. Por lo que se determina que los clientes observaron que los trabajadores de cada uno de los hoteles estaban debidamente capacitados al momento de prestar sus servicios, lo que genera confianza, entre los trabajadores y clientes, además de la tan anhelada fidelización, que conlleva beneficios mutuos.

Tabla 8: Atención al cliente

ATENCIÓN AL CLIENTE		
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY SATISFECHO	60	30%
SATISFECHO	90	45%
NORMAL	50	25%
POCO SATISFECHO	0	0%
NADA SATISFECHO	0	0%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Gráfico 8: Atención al cliente



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

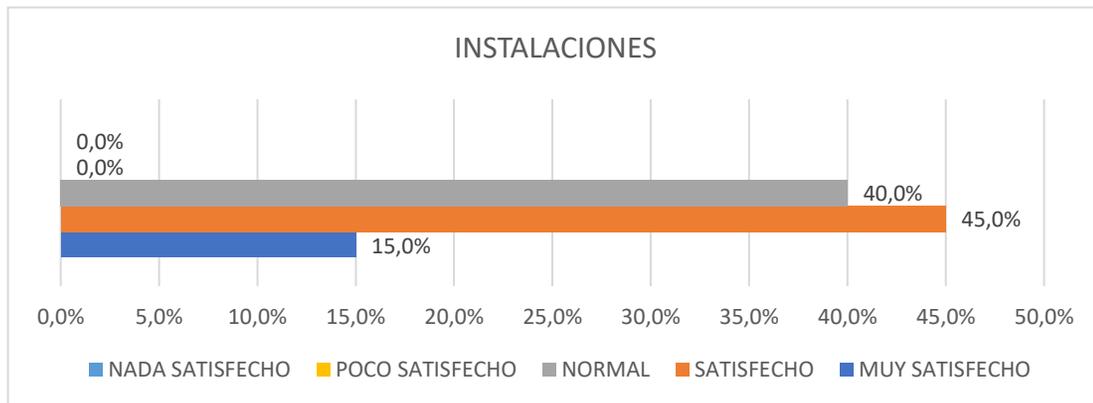
Con relación a la pregunta acerca de cuan satisfecho está el cliente en base a la atención al cliente brindado por los trabajadores de estos hoteles, podemos observar que la mayoría de las respuestas son positivas, por lo que se determina que la atención al cliente en estas instalaciones, cumplen y satisfacen las necesidades del cliente, sin embargo, se debe trabajar para que el porcentaje de la opción muy satisfecho suba, y el cliente opte solo por estas alternativas no como la normalidad que se han elegido por clientes que no obtuvieron lo que esperaron del servicio.

Tabla 9: Instalaciones

INSTALACIONES		
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY SATISFECHO	30	15%
SATISFECHO	90	45%
NORMAL	80	40%
POCO SATISFECHO	0	0%
NADA SATISFECHO	0	0%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Gráfico 9: Instalaciones



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

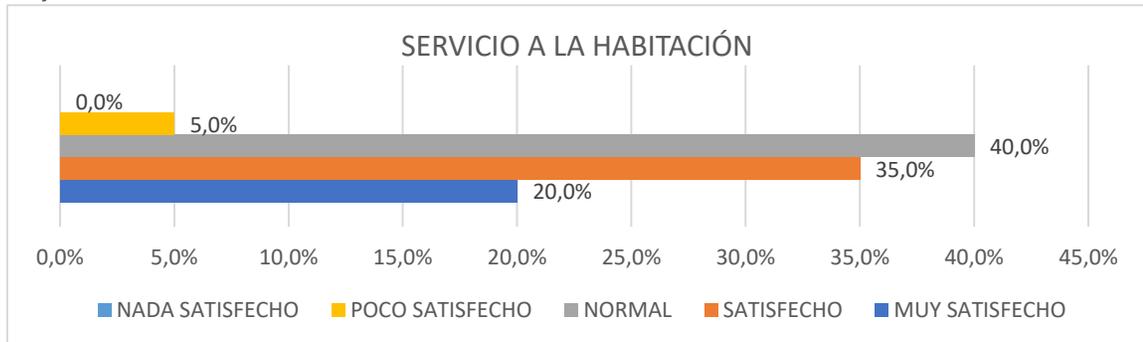
Con relación a la pregunta acerca de cuán satisfecho está el cliente en base a las instalaciones de estos hoteles, podemos ver que en respuesta a los clientes, en su mayoría quedan satisfechos con las instalaciones de los hoteles, por lo que se determina que estas instalaciones, cumplen y satisfacen parcialmente las necesidades del cliente, por lo cual, se debe trabajar arduamente para que el porcentaje de la opción muy satisfecho suba, y la opción normal cambie a satisfecho o muy satisfecho.

Tabla 10: Servicio a la habitación

SERVICIO A LA HABITACIÓN		
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY SATISFECHO	40	20%
SATISFECHO	70	35%
NORMAL	80	40%
POCO SATISFECHO	10	5%
NADA SATISFECHO	0	0%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Gráfico 10: Servicio a la habitación



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

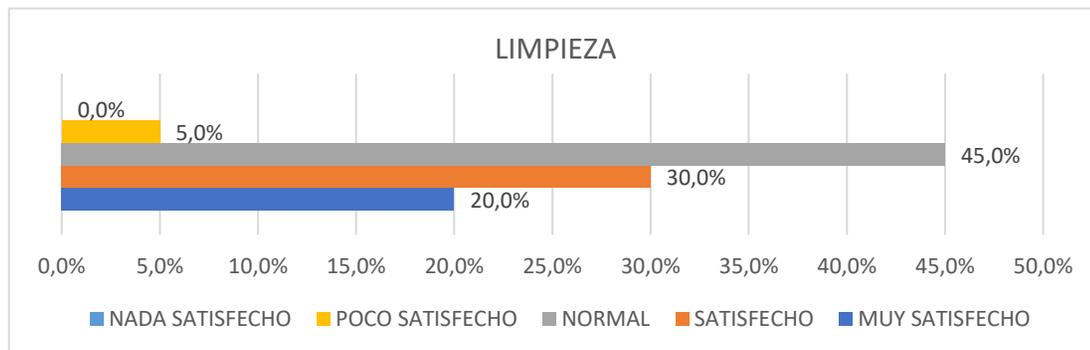
Con relación a la pregunta acerca de cuan satisfecho está el cliente en base servicio a la habitación de estos hoteles, podemos ver que en respuesta de los huéspedes quedan medianamente satisfechos, por lo que se determina el servicio a la habitación, no cumplen y satisfacen totalmente las necesidades del cliente, por lo cual, se establece actualizaciones de conocimientos, en la temática de hospitalidad y atención al cliente para que el porcentaje de la opción muy satisfecho repunte, y la opción normal cambie a satisfecho o muy satisfecho, mientras que nada se sienta poco satisfecho ni insatisfecho por las atenciones brindadas.

Tabla 11: Limpieza

LIMPIEZA		
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY SATISFECHO	40	20%
SATISFECHO	60	30%
NORMAL	90	45%
POCO SATISFECHO	10	5%
NADA SATISFECHO	0	0%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Gráfico 11: Limpieza



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Con relación a la pregunta acerca de cuán satisfecho está el cliente en base a la limpieza de estos hoteles, podemos ver que en su mayoría lo catalogan como “normal”, por lo que se determina que a pesar de que es muy poca la cantidad de clientes que determina como Poco satisfactorio, la limpieza en las instalaciones, deberían mejorar, ya que esto habla de la gestión de la empresa, y como consideran a los clientes. Se debe cambiar los horarios de limpieza, el uso de productos, la forma y la actitud, para que el usuario cambie su percepción de todos estos establecimientos. Sus ventas dependen de los clientes.

3.2 Análisis e interpretación de la entrevista al encargado de los establecimientos

1.-¿Como considera la situación actual de la cadena de Hoteles Marvento?

La administradora general de la cadena de Hoteles Marvento, manifestó que la demanda ha bajado considerablemente, a raíz de la pandemia y la restricción como lo fue la cuarentena obligatoria, en los que a los primeros meses los hoteles se vieron obligados a cerrar. Al momento en el que se determinaron nuevas restricciones y se empezó a reactivar ciertas actividades no esenciales por lo que los ciudadanos pudieron salir de sus casas. En vista a estos escenarios únicamente el hotel “Marvento II” estuvo brindando sus servicios, cuando se decretó el tiempo de confinamiento se cerró, pero a medida que permitieron funcionar paulatinamente los establecimientos. Después de casi un año del inicio de la pandemia se reactivarían los servicios de “Marvento Suites” pero sola y únicamente los fines de semana, y al momento que esta entrevista el “Hotel Marvento I” aún permanecía cerrado, con miras posibles a la reactivación. Otra de las situaciones que cabe mencionar es que la administradora, a quien se le realizó la respectiva entrevista, es la encargada de la gestión de los 3 hoteles que posee la cadena Marvento (I, II y Suites). En donde también se menciona que existen edificio extra perteneciente a esta cadena llamando Marvento Apart, sin embargo, actualmente no genera ingresos considerables, Marvento Park es un estacionamiento que es parte de esta cadena.

2.- ¿Se usan las medidas de bioseguridad adecuadas en el establecimiento?

La administradora manifestó que, si se usan las medidas de bioseguridad adecuadas en el establecimiento, sobre todo con el personal del Hotel, entre las que menciono las siguientes:

- Uso del Gel antibacterial,
- Uso de alcohol al 40%
- Tomar temperatura
- Uso correcto de mascarillas.

Como otra mención importante como es que, en cuanto al servicio del Hotel, con las restricciones impuestas, solo se aceptaba el 30% de la capacidad de aforo máxima de turistas en el hotel, pero no se mantuvo así, ya que fue subiendo hasta alcanzar el 50% de la capacidad.

3.-Que cambios se implementa para brindar el servicio a los turistas

Se presentaron cambios en función a tarifas y precios del servicio de alojamiento y de los servicios complementarios, pues debido a que la demanda turística había entrado en declive significativo por consecuencia de las medidas restrictivas y de movilidad dictadas, nos encontramos en la obligación de bajar las tarifas y adaptar y manejar precios más bajos a lo normal para de este modo generar ingresos por la estancia del cliente. Sin embargo, esto presenta perdidas para nosotros, nuestros establecimientos y nuestro equipo de trabajo.

4.- ¿El personal se encuentra capacitado para prestar sus servicios?

Anteriormente cuando se permitió volver paulatinamente el funcionamiento del hotel se capacitó los empleados en cuanto a las normas de bioseguridad que debemos seguir como prestadores de servicios turísticos, la manera correcta de hacer uso de estos protocolos para poder al mercado, así como la correcta aplicación de estas que permitan proteger tanto la salud de los clientes como la de los trabajadores. Siendo esto así cada día menciona e indica tanto a recepcionista y camarero de cómo se debe llevar bien la atención al cliente, recordando que es nuestra prioridad.

5.- ¿Ha podido recuperarse el Hotel de alguna manera?

Las pérdidas son evidentes, no hemos podido lograr la normalización de nuestros servicios, a pesar de que algunas restricciones se han levantado, por lo que de los 3 hoteles que componen esta cadena, solo uno cumplió con los requerimientos para volver a funcionar. Al momento que se implementaron las nuevas restricciones, y de los otros 2 que cerraron uno volvió solo los fines de semana (Marvento Suites), por lo cual no presentaban los ingresos significativos ni cercanos a los que tenía antes de pandemia, sin embargo, ya se tenía pensado en volver a prestar servicios en el “Marvento I” esto debido a que se veía que la llegada de los turistas a los otros 2 hoteles (Marvento II y Suites) era buena, por lo que esperamos recuperarnos paulatinamente y sostenidamente en un futuro no tan distante, de las pérdidas que se presentaron debido al cierre temporal que tuvieron que hacer de manera obligatoria por motivo de el irrespeto y la falta de preocupación de los ciudadanos.

3.3 Discusión

El análisis situación es una herramienta que permite conocer el desenvolvimiento de una o varias empresas en determinado momento, tomando en cuenta tanto factores internos como externos que conlleven al conocimiento del entorno y de su proyección con el mercado.

El escenario para analizar debe ser capaz de brindarnos información de diversas situaciones y tendencias, los mismo que serán determinados por los datos anteriormente recolectados a través de encuesta, entrevista y la observación directa, que permiten conocer lo que está pasando en la cadena de Hoteles Marvento. Con este diagnóstico se busca encontrar la causa de la problemática, en beneficio de tomar medidas efectivas que alivien o resuelvan los conflictos. Se busca que los hoteles se impliquen a través de la generación de cambios en pro a la efectividad y prosperidad de dichos establecimientos.

Análisis FODA

Fortalezas

- Posee por los 3 hoteles un total de 123 habitaciones equipadas para brindar el servicio de hospedaje.
- Tiene un estacionamiento común
- Cuenta con elevadores.
- El personal está capacitado para atender al cliente.

- Tiene proximidad a los atractivos referentes del cantón Salinas.
- Tiene facilidades para personas con discapacidad.
- Posee variedad de habitaciones
- Televisión por cable y películas de estreno.
- Posee terraza, jardines, sala común.
- Cuenta con piscina, sauna en caso de Marvento Suites con sala para conferencias.

Debilidades

- Falta de satisfacción en la atención al cliente.
- Falta de innovación y mejoramiento en las instalaciones de los hoteles.
- Falta de satisfacción en el servicio a la habitación.
- Falta de coordinación a la hora del aseo de los establecimientos.
- El personal debería adquirir un segundo idioma para atender correctamente clientes extranjeros.
- Poca publicidad en redes sociales.
- Malos comentarios y quejas del servicio por parte de clientes en plataformas como Hoteles.com, Booking, Trivago.
- Falta actualización de las TIC'S. y división de datos entre los 3 hoteles.

Oportunidades

- Alza de la demanda por desconfinamiento.
- Buena accesibilidad a los hoteles en bus colectivo, carro particular.
- Centros de diversión en los alrededores
- Servicios complementarios de entretenimiento en los contornos.
- Presencia en los buscadores de hoteles reconocidos.
- Marca reconocida en el cantón Salinas.
- Mayoritariamente en el sector se presenta un clima óptimo para la realización de actividades.
- Zona turística
- Turistas locales prefieren utilizar servicios locales.
- Nuevos segmentos de mercado.
- Aparecimiento de tecnologías para la gestión hotelera.

Amenazas

- Ubicado en la zona hotelera del cantón Salinas, con hoteles de la misma categoría o mejor.
- Baja de precio de los servicios de otros hoteles
- Cambio de las preferencias de los clientes.
- Robo y asalto

- Construcción de nuevos hoteles
- Corte de servicios básicos por arreglos de vías, postes, etc.
- Aforo reducido en comparación con hoteles más grandes.
- Incumplimiento de los clientes de las normas de bioseguridad.
- Sustitución del servicio de alojamiento.
- Poco poder de negociación con el cliente.
- Aplicación de nuevas medidas restrictivas y de movilidad.
- Cobro de nuevos impuestos.
- Falta de adaptabilidad a la situación de crisis.

Según nuestros resultados, encontramos que las herramientas utilizadas para la determinación del actual post COVID de la cadena de hoteles Marvento, fue la adecuada, ya que a través de esto obtuvimos que la situación a nivel externo representado en oportunidades y amenazas es positiva, lo que significa que en lo que concierne a como percibe el cliente y la competencia estos hoteles, es óptima. Sin embargo, dado que los aspectos internos presentan diversas flaquezas en cada una de sus aristas, determinamos que debería ser consiente y responsable por como esta su clima organizacional, una empresa no solo genera ingresos sino también relaciones entre clientes, trabajadores y empleadores. Con esto podemos decir que el análisis situacional sirve para crear estrategias que permitan que los dueños de establecimientos hoteleros refuercen el ámbito interno y externo de su empresa.

CONCLUSIONES

El presente documento concluye que dentro de la página web, manejada por la cadena de hoteles Marvento, no cuenta con información actualizada, no presenta antecedentes de estos establecimientos, sin embargo, la información de su creación aparece en la página de Hoteles.com. La información proporcionada debe constar de sus inicios, del surgimiento de la idea de ofrecer a turistas servicios de alojamiento y complementarios, su mentor, entre otros sucesos relevantes. Se debe implementar misión, visión, objetivos, metas de los hoteles por separado, ya que existen diferencias en los servicios y el público objetivo al que apuntan

Se identificó que el aspecto interno de los hoteles no es óptimo, la situación económica, por observación y por entrevista a la encargada, constato que es inadecuada, poca afluencia, mínimo ingreso, sin embargo, no se sustentó con datos estadísticos, ya que la entrevistada menciona que no la tenía en su poder. La situación operativa es desalentadora, nuevas personas obtuvieron trabajo, según la indagación vía pregunta, pero en este caso, tampoco se presentó nómina de los trabajadores de esta cadena de hoteles, lo que manifestó al ser nuevos contratos aún no habían ingresado al sistema. La situación administrativa es particular, una sola persona se encarga de gestionar y tomar decisiones en los tres hoteles por lo que demanda mucho tiempo, esfuerzo y dedicación tener todo bajo control.

Las soluciones presentadas para la situación económica es la siguiente, realizar estados financieros que permitan conocer los escenarios económicos de los establecimientos, si hay escasez de personal, puede ser capacitado para que la se comparta la carga de responsabilidades y funcione de manera correcta. Para la situación administrativa es la delegación de responsabilidades entre los que tengan mayor experiencia, o se destaquen según exámenes o entrevistas para ocupar cargos temporales que permitan aligerar la carga de la única persona que administra estos hoteles.

La situación operativa también necesita capacitaciones extras acerca de hospitalidad, atención al cliente, conocimientos para lidiar con situaciones estresantes y la gestión adecuada del tiempo y recursos.

RECOMENDACIONES

Se recomienda efectuar reuniones entre empleador y empleados y definir la cultura organizacional de la misma, para que tengan claros cuáles son sus objetivos y metas para alcanzar al momento de desempeñar sus labores dentro del servicio que ofertan. Definir claramente la misión, visión y normas valores que constituirán cada hotel en particular.

Se recomienda conocer la situación en las tres aristas de la organización, administrativa, operativa y económica, con la finalidad de aplicar estrategias dependiendo de donde se encuentren las fortalezas y debilidades de la organización, buscando generar beneficios que satisfagan las metas propuestas.

Se recomienda que las estrategias a utilizar vayan en consonancia con la problemática dependiendo del sector donde sea aplicado, por lo cual deber decidirse el grupo prioritario por el cual se debe empezar, realizando cronogramas y la planificación pertinente, y a su vez realizar los seguimientos de estas estrategias para su posterior evaluación y determinación los resultados esperados.

REFERENCIAS

Aguayo, E. (2015). *CONCEPTOS BÁSICOS DE TURISMO Y SU IMPACTO*. Obtenido de Universidad de Santiago de Compostela: <https://www.usc.gal/economet/Guia-tema3-turismo.pdf#:~:text=Los%20ingresos%20por%20turismo%20internacional%20se%20definen%20como,si%20no%20al%20pa%C3%ADs%20que%20contabilice%20el%20ingreso%22>.

Alvarado, V. I. (2019). *ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA ESCUELA DE CONDUCCIÓN DEL SINDICATO DE CHOFERES PROFESIONALES DE DAULE PARA DISEÑAR ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN SUS CURSOS DE RECUPERACIÓN DE PUNTOS DE LICENCIA*. Obtenido de Repositorio de la Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/46845/1/An%C3%A1lisis%20situacion%20de%20la%20escuela%20de%20conducci%C3%B3n%20del%20sindicato%20de%20Choferes%20profesionales%20de%20Daule.pdf>

Arce, K., & Ñaupary, M. (2019). *El sector turismo como factor de desarrollo en la Región Pasco 2010 – 2018*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión: http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1644/1/T026_70975207_T.pdf

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación "Introducción a la metodología científica"*. Venezuela: Episteme.

Aspajo Góngora, W., & Bustamante Álvarez, L. J. (2020). *Protocolo de bioseguridad para mejorar la seguridad de los trabajadores de la empresa Turismo Selva SA*. Peru.

Brundtland. (1987). *Nuestro futuro común, mejor conocido como Reporte de Brundtland*. Suecia: Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo.

Carvajal, A. (1 de Enero de 2021). *Infraestructura turística: ¿qué es y cómo está conformada?* Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/infraestructura-turistica/#:~:text=La%20infraestructura%20tur%C3%ADstica%20es%20un%20conjunto%20de%20instalaciones,comercios%2C%20servicios%20de%20protecci%C3%B3n%20al%20turista%20y%20otros>.

Climático, C. (22 de Julio de 2012). *El informe Brundtland - Nuestro futuro en común*. Obtenido de Organización Cambio Climático: <https://www.cambioclimatico.org/contenido/el-informe-brundtland-nuestro-futuro-en-comun>

CRISTINA, G. G. (2016). *NORMAS DE SEGURIDAD ALIMENTARIA EN LA PRODUCCIÓN DE*. AMBATO: UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES "UNIANDES".

CRUZ, H. J. (2020). *MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD PARA LA CADENA DE HOTELES SALINAS, CANTÓN SALINAS*. SANTA ELENA: UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA.

Da Cruz, F. (20 de Marzo de 2015). *El empleo turístico: El aporte al Desarrollo Económico Local y sus características sociodemográficas*. Obtenido de Universidad Nacional de la Plata: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/50269/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Diccionario, E. (29 de Agosto de 2021). *Análisis situacional*. Obtenido de Economía 360: <https://www.economia360.org/analisis-situacional/>

Entorno, T. (26 de Noviembre de 2015). *6 factores que forman parte de la satisfacción de los turistas*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/6-factores-que-forman-parte-de-la-satisfaccion-de-los-turistas/#:~:text=Aqu%C3%AD%20dejamos%20una%20lista%20de%206%20factores,del%20lugar%2C%20son%20parte%20de%20este%20factor.%20>

Gallegos, D. (2016). *Plan de desarrollo turístico para el cantón Loreto, provincia de Orellana*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Superior Politécnica de Chimborazo: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/5129/1/63T0009.pdf>

García, N. (2018). *Plan de desarrollo turístico sostenible para el fortalecimiento de la actividad turística post Terremoto en la región costa norte de Manabí*. Obtenido de Repositorio de Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí: <http://repositorio.esPAM.edu.ec/handle/42000/732>

Geografía, W. (20 de Noviembre de 2017). *Infraestructura turística definición geografía*. Obtenido de Wiki-geografía: <https://www.wikigeografia.net/infraestructura-turistica-definicion-geografia/>

Grudemi, E. (2018). *¿Que es un análisis situacional?* Obtenido de Enciclopedia Económica: <https://enciclopediaeconomica.com/analisis-situacional/#:~:text=En%20definitiva%2C%20el%20an%C3%A1lisis%20situacional%20es%20un%20informe,identificar%20diversas%20partes%20al%20aplicar%20un%20an%C3%A1lisis%20situacional.>

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Reg. Núm. 736.

ISAIAS, P. P. (2021). *RETOS PARA LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR RESTAURACIÓN EN LA CIUDAD DE MACHALA PROVINCIA DE EL ORO*. Machala: Universidad Técnica de Machala .

Marín, J., & Quinaluisa, M. (2012). *Plan de desarrollo turístico para potencializar la actividad turística en la parroquia urbana la matriz, del cantón Pujili, provincia de Cotopaxi*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Técnica de Cotopaxi: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/761/1/T-UTC-1137.pdf>

Matias, L. (2018). *Satisfacción del cliente*. Cali: Turismo en desarrollo.

Ministerio de Turismo. (05 de Mayo de 2020). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/PROTOCOLO-REAPERTURA-AB-FINAL.pdf>

Montaner, J. (2002). *La motivación del viaje y del turista*. Obtenido de Psicología y Turismo: <https://psicologiayturismo.blogspot.com/2018/01/motivacion-del-viaje-y-del-turista.html#:~:text=Podemos%20agrupar%20las%20motivaciones%20del%20turismo%20en%20los,y%20de%20prestigio.%20Motivaciones%20de%20Diversi%C3%B3n%20y%20esparcimiento.>

Morales, S. K. (2017). *Análisis de bioseguridad en servicio de alimentación Unidad de Negocio Hidropaute. CELEC-EP, Noviembre-Diciembre, 2016*. CUENCA: UNIVERSIDAD DE CUENCA.

Navarrete Reynoso, R. (2013). *ODELO DE BIOSEGURIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTROS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, TENIENDO EN CUENTA LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS Y LA VISIÓN DE PROCESOS DE NEGOCIO. APLICACIÓN A LA INDUSTRIA ALIMENTICIA, DE LA ZONA DEL BAJÍO*. MÉXICO: Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València.

OCC, M. (19 de Enero de 2021). *¿Qué es un análisis FODA, cómo se hace, para qué sirve? Guía 2021*. Obtenido de OOC MUNDIAL: <https://www.occ.com.mx/blog/que-es-un-analisis-foda-y-como-se-hace/>

Orgaz, F. (2018). *ANÁLISIS DEL ECOTURISMO EN REPÚBLICA DOMINICANA: DESARROLLO SOSTENIBLE. EL CASO DEL MONUMENTO NATURAL SALTOS DE LA DAMAJAGUA*. Obtenido de Universidad de Jaén: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/56829/2014orgazanali.pdf;sequence=1>

Ortega, L., & Vicente, G. (2013). *Plan de Desarrollo Turístico Comunitario en la parroquia de Toacaso*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1476/1/T-UCE-0005-303.pdf>

Otzen, T., & Monterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Int J. Morphol*, 227-232.

Paez, G. (2020). *Infraestructura turística*. Ciudad de México: Economipedia.

Perera, J. M., & Duque, L. M. (2014). "DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL HOTEL CARIBE PRINCESS CON EL FIN DE MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PRESTADOS". Obtenido de Subsecretaría de Educación Superior: http://itzonamaya.edu.mx/web_biblio/archivos/res_prof/ige/ige-2014-54.pdf

Plani, D. (13 de Abril de 2018). *Definición FODA, MEFE y MEFI*. Obtenido de Planificación y control estratégico: <http://daylin-planiblogspot.com/2018/04/definicion-foda-mefe-y-mefi.html>

Plascencia, A. (2016). *Motivación del turista*. Guadalajara: Turismo para todos.

Ravinovic, D. (1998). *Socioproductividad del Turismo*. Mendoza: Crecimiento del Turismo.

Sampiere, R. (2006). *Metología de la investigación científica*. México: Mac Graw Hill.

Santiago, D. (2018). *Análisis del desarrollo turístico sostenible colombiano mediante el estudio de la efectividad de los programas de asistencia al desarrollo como modelos de ayuda a la sostenibilidad local*. Obtenido de Universidad de Girona: https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/16759/tdmse_20190307.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Shaadi, R. (7 de Mayo de 2017). *DESARROLLO TURÍSTICO EN LOS PUEBLOS MÁGICOS DE MÉXICO. IDENTIFICACIÓN DE DÉFICIT Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN*. Obtenido de Universidad de Jaén: http://ruja.ujaen.es/bitstream/10953/875/1/Tesis%20doctoral_RMA%20Shaadi%20Rodriguez.pdf

Shum, Y. M. (18 de Junio de 2018). *¿Qué es la matriz EFE?* Obtenido de Yi Min Shum Xie: <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-externos-matriz-efe-mefe/>

Shum, Y. M. (6 de Febrero de 2018). *¿Qué es la matriz EFI?* Obtenido de Yi Min Shum Xie: <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-internos-mefi/>

TIPAN, D. J. (2020). *Identificación de los factores de riesgo psicosocial para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores durante el periodo 2020-2021*. QUITO: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK DEL ECUADOR.

UNWTO. (2018). *Glosario de términos de turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

UNWTO. (20 de Enero de 2020). *Desarrollo Sostenible*. Obtenido de the World Tourism Organization: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y Desarrollo local: La competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa*. Obtenido de Universidad Nacional del Mar de Plata: http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problemas

TEMA: Situación actual en la cadena de hoteles Marvento en el cantón salinas frente al covid-19

Situación Actual: Es una evaluación de factores del entorno interno y externo que probablemente tendrán el mayor impacto sobre el futuro de su organización. Los factores externos incluyen los segmentos del mercado, la tecnología, la competencia, la estructura de la industria y las oportunidades estratégicas y amenazas. Los factores internos incluyen los recursos financieros, los productos y/o servicios, las capacidades internas y las fortalezas estratégicas y limitaciones.

Problema general	<i>Situación actual en la cadena de hoteles Marvento en el cantón salinas frente al covid-19</i>				
Problemas específicos o subproblemas	Identificar el estado de instalaciones y servicios del hotel	Análisis externo de los hoteles	Identificar la producción de servicios	Identificar la Falta de ingresos	<i>Efectos</i>
	Desconocimiento sobre el estado de instalaciones y servicios	Identificar la satisfacción del turista y cliente de los hoteles	Desconocimiento sobre la socio-productividad del establecimiento	Identificar la baja demanda a causa de la pandemia	<i>Causas</i>

Anexo 2: Árbol de objetivos

TEMA: Situación actual en la cadena de hoteles Marvento en el cantón salinas frente al covid-19

Situación Actual: Es una evaluación de factores del entorno interno y externo que probablemente tendrán el mayor impacto sobre el futuro de su organización. Los factores externos incluyen los segmentos del mercado, la tecnología, la competencia, la estructura de la industria y las oportunidades estratégicas y amenazas. Los factores internos incluyen los recursos financieros, los productos y/o servicios, las capacidades internas y las fortalezas estratégicas y limitaciones.

Objetivo general	<i>Situación actual en la cadena de hoteles Marvento en el cantón salinas frente al covid-19</i>		
Objetivos específicos	Describir los antecedentes de la cadena de hoteles Marvento ubicado en el cantón Salinas	Identificar las condiciones de económicas, administrativas y operativas de la cadena de hoteles Marvento ubicado en el cantón Salinas	Determinar soluciones a la problemática de la situación actual de la cadena de hoteles Marvento ubicado en el cantón Salinas

Anexo 3: Operacionalización de las variables

OPERACIONALIZAR LAS VARIABLES							
N°	VAR.	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	ACTORES
1	Situación actual	<p>Situación Actual: Es una evaluación de factores del entorno interno y externo que probablemente tendrán el mayor impacto sobre el futuro de su organización. Los factores externos incluyen los segmentos del mercado, la tecnología, la competencia, la estructura de la</p>	Factores internos	Productos de servicio	¿Conoce los servicios que ofrece la cadena de hoteles Marvento?	Encuesta, entrevista	Prestador de servicio, cliente
				Capacidades internas	¿Los servicios que prestan son los óptimos?		
			Factores externos	Segment de mercado	¿Qué le motiva a escoger este servicio?	Entrevista, encuesta	Prestador de servicio, cliente
				Técnología	¿Cree que es importante la infraestructura de un hotel?		
				Competencia	¿Necesita las instalaciones algún cambio?		
			Satisfacción del servicio, calidad, atención al cliente	Necesidades del turista	¿La limpieza de las habitaciones es satisfactoria?	Encuesta	Cliente
					¿Qué tan satisfecho esta con el servicio del hotel?		

industria y las oportunidades estratégicas y amenazas. Los factores internos incluyen los recursos financieros, los productos y/o servicios, las capacidades internas y las fortalezas estratégicas y limitaciones.			¿El servicio a la habitación es de su agrado?		
	Económica Administrativa Operativa	Estructura Socio-Productiva	¿Cómo está la demanda y los ingresos de los hoteles?	Entrevista	Prestador de servicio
			¿El personal se encuentra capacitado para prestar servicios?		
			¿Cómo funciona a nivel administrativo estos hoteles?		
Fatores internos Factores externos	Análisis situacional	¿Conoce las motivaciones del turismo?	Entrevista, encuesta	Prestador de servicio, cliente	

Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)



Universidad Estatal Península De Santa Elena
Facultad De Ciencias Administrativas
Carrera Gestiona y Desarrollo Turístico



Tema: Desarrollo turístico: Análisis de la situación actual post Covid en la cadena de hoteles Marvento en el cantón Salinas

Objetivo: Analizar la situación actual de la cadena de hoteles Marvento del cantón Salinas

Genero

Femenino _____

Masculino _____

Edad:

18 años a 24 años _____

25 años a 34 años _____

35 años a 44 años _____

45 años a 54 años _____

Más de 54 _____

Estado Civil:

Soltero _____

Casado _____

Divorciado _____

Viudo _____

Ocupación: _____

Procedencia:

Nativo _____

Nacional _____

Extranjero _____

1.- ¿Se usan las medidas de bioseguridad adecuadas en el establecimiento?

Si

No

2.- ¿Considera que el personal se encuentra capacitado para prestar sus servicios?

Si

No

3.- ¿Cómo clasifica los siguientes elementos del hotel?

- Atención de los empleados

Muy Satisfactorio

Satisfactorio

Normal

Poco Satisfactorio

Nada Satisfactorio

-Instalaciones

Muy Satisfactorio

Satisfactorio

Normal

Poco Satisfactorio

Nada Satisfactorio

-Servicio a la habitación

Muy Satisfactorio

Satisfactorio

Normal

Poco Satisfactorio

Nada Satisfactorio

-Limpieza

Muy Satisfactorio

Satisfactorio

Normal

Poco Satisfactorio

Nada Satisfactorio

Anexo 5: Formato de entrevista aplicada a la encargada de la cadena de hoteles Marvento



**Universidad Estatal Península De Santa Elena
Facultad De Ciencias Administrativas
Carrera Gestiona y Desarrollo Turístico**



Tema: Desarrollo turístico: Análisis de la situación actual post Covid en la cadena de hoteles Marvento en el cantón Salinas

Objetivo: Analizar la situación actual de la cadena de hoteles Marvento del cantón Salinas

1.-Que tanto ha bajado la demanda en la pandemia

2.- ¿Se usan las medidas de bioseguridad adecuadas en el establecimiento?

3.-Que cambios se implementa para brindar el servicio a los turistas

4.- ¿El personal se encuentra capacitado para prestar sus servicios?

5.- Que capacitaciones se han realizado para que los empleados brinden el servicio adecuado a los huéspedes

Anexo 7 Entrevista



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Anexo 6 Infraestructura Actual



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)

Anexo 8 Hotel Marvento



Fuente: Encuestas a huéspedes de Hoteles
Elaborado por: Kevin Noboa Recalde (2021)