

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL  
CUSCO**

**FACULTAD DE ECONOMÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



**TESIS**

**EFFECTO DEL COVID-19 EN LA DEMANDA HOTELERA TURÍSTICA  
EN EL DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO – URUBAMBA – CUSCO,  
2019- 2021**

**PRESENTADA POR:**

- Bach. Yahaida Camero Comentero

Para optar al Título Profesional  
de Economista.

**ASESOR:**

Dr. Rafael Fernando Vargas Salinas

**CUSCO – PERU**

**2024**

## INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: EFEECTO DEL COVID-19 EN LA DEMANDA HOTELERA TURISTICA EN EL DISTRITO DE OLLANTAYTANBO - URUBAMBA - CUSCO, 2019-2021 presentado por: Bach. Yahaida Carrero Comentero con DNI Nro.: 47286046 para optar el título profesional/grado académico de ECONOMISTA

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 03 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 9.....%.

**Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis**

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 26 de enero de 2024

Firma  
Post firma Dr. Rafael Fernando Vargas Salinas

Nro. de DNI 23947028

ORCID del Asesor 0000-0002-1416-6971

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio:  
<https://unsaac.turnitin.com/viewer/submissions/oid:27259:310959627?locale=es-MX>

NOMBRE DEL TRABAJO

**I. LEV. OBS. POST SUST. YAHAIDA ECO  
NOMIA 23-01-24.docx**

AUTOR

**Yahaida Camero**

RECUENTO DE PALABRAS

**22120 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**114772 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**95 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**4.9MB**

FECHA DE ENTREGA

**Jan 23, 2024 11:20 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Jan 23, 2024 11:22 AM GMT-5****● 9% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base c

- 7% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

**● Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 9 palabras)



## **Presentación**

Sr. Decano de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, señores miembros de jurado, en base al reglamento de grados y títulos para optar al título profesional de economista, se pone a vuestra disposición el estudio titulado “Efecto del Covid-19 en la Demanda Hotelera Turística en el Distrito de Ollantaytambo – Urubamba - Cusco. 2019-2021”.

Este estudio busca analizar y comprender el impacto que la pandemia de COVID-19 tuvo en los servicios hoteleros del distrito de Ollantaytambo, a través de este estudio se busca proporcionar una evaluación detallada de cómo la crisis sanitaria afectó a la demanda de servicios hoteleros en una zona turística significativa con el objetivo de informar a las autoridades locales y a este sector sobre posibles estrategias de recuperación y adaptación a situaciones similares en el futuro.

### **Dedicatoria**

Nunca es tarde para empezar es por ello que hoy puedo decir con orgulloso que estoy a un paso de lograr una gran meta y quiero dedicar este logro primeramente a mis padres Sabino y Tomasa que me apoyaron incondicionalmente pues sin ellos no hubiera sido posible este trabajo; quienes han sido mi ancla en las adversidades y mi ejemplo de perseverancia;

También está dedicado a mi amado hijo Jose Yadiel. Quien es mi más grande inspiración y que es y será lo más importante en mi vida, hoy he dado un paso más para servir de ejemplo a la persona que más amo en este mundo, subir un escalón más y crecer como persona y profesional. Porque cada página de esta tesis lleva un pedacito de tu aliento y confianza en mí Esperó este logro sea ejemplo y herramienta para guiar tus pasos. Gracias por estar siempre a mi lado..

*Atte: Yahaida*

### **Agradecimiento**

Expreso mi agradecimiento a dios por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida a mis padres por ser los primordiales promotores de mis sueños, gracias por todos los días confiar y creer en mí y en mis expectativas, gracias a mi madre por estar preparada para acompañarme cada extendida y agotadora noche de estudio, gracias a mi padre por siempre desear y anhelar siempre lo mejor para mí, gracias por cada consejo y por todas sus enseñanzas que me guiaron a lo largo de mi vida. A mi hijo por ser el motivo de seguir adelante y poder enseñarle con el ejemplo.

Mi agradecimiento a quien fue mi asesor en este proceso, al Dr. Rafael Fernando Vargas Salinas, por sus directrices, paciencia y consejo a lo largo de este proceso para dar forma y mejorar este trabajo.

Agradezco también a los jurados de tesis, por su valiosa revisión y comentarios que enriquecieron el contenido de este estudio, sus sugerencias fueron esenciales para elevar la calidad de esta investigación.

Quiero extender mi reconocimiento a la Universidad San Antonio Abad del Cusco por haber acogido en sus aulas.

También el agradecimiento a mis amigos; a mi persona especial Benjamín y a mi familia .Su apoyo incondicional, paciencia y ánimo fueron la fuerza impulsora detrás de este logro académico. Este trabajo no habría sido posible sin la contribución de cada uno de ustedes. A todos, ¡muchas gracias!

***Atte: Yahaida***

## Índice

Presentación.....	I
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Índice.....	IV
Índice de tablas.....	VII
Índice de figuras.....	VIII
Resumen.....	IX
Abstract.....	X
Introducción.....	XI
Capítulo I Planteamiento del problema.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Problema Objeto de Investigación POI.....	3
1.3. Formulación del Problema.....	3
1.3.1. Problema General.....	3
1.3.2. Problemas Específicos.....	3
1.4. Justificación de la investigación.....	4
1.4.1. Justificación teórica.....	4
1.4.2. Justificación metodológica.....	4
1.4.3. Justificación social.....	4
1.4.4. Justificación profesional.....	5
1.4.5. Justificación práctica.....	5
1.4.6. Viabilidad o factibilidad.....	5
1.5. Objetivos.....	5
1.5.1. Objetivo General.....	5

1.5.2. Objetivos Específicos.....	6
1.6. Delimitación de la investigación.....	6
1.6.1. Delimitación temporal.....	6
1.6.2. Delimitación Espacial .....	6
Capítulo II Marco Teórico.....	7
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	7
2.1.1. Antecedente internacional.....	7
2.1.2. Antecedente nacional.....	8
2.1.3. Antecedente local.....	9
2.2. Bases Teóricas.....	10
2.3. Marco Conceptual.....	18
2.4. Formulación de Hipótesis.....	19
2.4.1. Hipótesis General.....	19
2.4.2. Hipótesis Específica.....	20
2.5. Variables e indicadores.....	20
2.5.1. Identificación de variables.....	20
2.5.2. Operacionalización de variables.....	21
Capítulo III Diseño Metodológico.....	22
3.1. Tipo de investigación.....	22
3.2. Enfoque de investigación.....	22
3.3. Alcance de investigación.....	22
3.4. Diseño de investigación.....	23
3.5. Población y muestra.....	24
3.6. Técnicas de investigación.....	25
3.7. Procedimiento de recolección de la información.....	25



3.8. Procesamiento y análisis de datos .....	26
Capítulo IV Diagnóstico del área de estudio .....	27
4.1. Aspectos generales .....	27
4.2. Aspectos sociales y económicos .....	29
Capítulo V Resultados de la investigación .....	35
5.1. Análisis de los hoteles y hostales encuestados .....	35
5.2. Demanda hotelera en los años en el periodo: 2019 - 2021 .....	37
5.3. Factores que afectaron la ocupabilidad los hoteles en época de pandemia 2019-2021 .....	44
Discusión .....	62
Conclusiones .....	67
Recomendaciones .....	69
Referencias .....	70
ANEXOS .....	76

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Establecimientos que brindan servicio de hospedaje en el Distrito de Ollantaytambo registrados en MINCETUR.....	24
<b>Tabla 2</b> Población en el Distrito de Ollantaytambo .....	29
<b>Tabla 3</b> Clasificación de su hospedaje .....	35
<b>Tabla 4</b> Tiempo de estancia de la habitación.....	36
<b>Tabla 5</b> Tipo de turista.....	37
<b>Tabla 6</b> Ingreso mensual promedio de los hospedajes por año.....	37
<b>Tabla 7</b> Manejo de personal promedio de los hospedajes y hoteles por año.....	38
<b>Tabla 8</b> Número de habitaciones que dispuso en los siguientes años .....	39
<b>Tabla 9</b> Ocupabilidad de hoteles y hospedajes del 2019 - 2021 .....	41
<b>Tabla 10</b> Flujo de turistas en Ollantaytambo .....	43
<b>Tabla 11</b> Principales presiones financieras por los dueños de hostales u hoteles.....	44
<b>Tabla 12</b> Reducción de tarifas .....	46
<b>Tabla 13</b> Reducción de tarifas .....	48
<b>Tabla 14</b> Préstamo mediante el programa Reactiva Perú o FAE MYPE .....	49
<b>Tabla 15</b> Características que tendrá el nuevo consumidor post-covid.....	50
<b>Tabla 16</b> Estrategias aplicadas para reactivar su negocio .....	52
<b>Tabla 17</b> Prueba de autocorrelación.....	59
<b>Tabla 18</b> Prueba de normalidad .....	59
<b>Tabla 19</b> Prueba de multicolinealidad.....	59
<b>Tabla 20</b> Prueba de heterocedasticidad .....	60
<b>Tabla 21</b> Regresión del Modelo econométrico .....	60

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b>	Mapa del distrito de Ollantaytambo .....	27
<b>Figura 2</b>	IDH del distrito de Ollantaytambo .....	29
<b>Figura 3</b>	Años de educación de la población de 25 años a más del distrito de Ollantaytambo ..	31
<b>Figura 4</b>	Ingreso mensual per cápita por familia del distrito de Ollantaytambo .....	34
<b>Figura 5</b>	Tiempo de estancia de la habitación .....	35
<b>Figura 6</b>	Tipo de turista recibido.....	36
<b>Figura 7</b>	Ingreso mensual promedio de los hospedajes por año .....	37
<b>Figura 8</b>	Número de habitaciones que dispuso en los siguientes años.....	39
<b>Figura 9</b>	Cantidad de habitaciones por mes vendidas al año 2019 .....	41
<b>Figura 10</b>	Cantidad de habitaciones por mes vendidas al año 2020 .....	41
<b>Figura 11</b>	Cantidad de habitaciones por mes vendidas al año 2021 .....	41
<b>Figura 12</b>	Principales presiones financieras por los dueños de hostales u hoteles .....	44
<b>Figura 13</b>	Reducción de tarifas .....	46
<b>Figura 14</b>	Tiempo de cierre de negocio debido a la inmovilización obligatoria impuesta por el gobierno.....	48
<b>Figura 15</b>	Préstamo mediante el programa Reactiva Perú o FAE MYPE.....	49
<b>Figura 16</b>	Características que tendrá el nuevo consumidor post-covid.....	50
<b>Figura 17</b>	Estrategias aplicadas para reactivar su negocio .....	51

## Resumen

El propósito de la investigación es analizar cómo el Covid-19 ha afectado la demanda turística en el distrito de Ollantaytambo durante los años 2019 a 2021. Para llevar a cabo este análisis se aplicó una metodología de enfoque cuantitativo de nivel descriptivo y explicativo junto con un diseño no experimental. La población objeto de estudio consistió en 22 establecimientos de los cuales 10 eran hoteles y 12 eran hospedajes. Para recopilar datos se utilizó un cuestionario como instrumento de investigación. Los resultados obtenidos revelaron un impacto negativo significativo en la ocupación y las ventas de hoteles y hospedajes en el distrito de Ollantaytambo durante la pandemia de COVID-19. Se observó una drástica caída en las ventas de los hospedajes en el año 2020 llegando a registrar ventas nulas durante varios meses debido a las restricciones impuestas por la pandemia. Además, los ingresos también se vieron notablemente reducidos con una disminución de S/. 3700 al mes en el caso de los hospedajes y de S/. 6125 al mes en el caso de los hoteles en 2019 a tan solo 600 soles y 500 soles al mes respectivamente en el año 2020. Estas condiciones económicas adversas persistieron en el año 2021. Además, se tuvo que tomar la difícil decisión de despedir en promedio a 4 personas durante el año 2020 y la ocupación no logró recuperar los niveles observados en 2019 durante los años 2020 y 2021. A partir de ello se concluye que el COVID-19 provocó una significativa disminución en la demanda hotelera en el distrito de Ollantaytambo durante el período comprendido entre 2019 y 2021.

*Palabras clave:* Demanda Hotelera, Covid-19, Ocupabilidad Hotelera, Actividad Turística

### **Abstract**

The main objective of this study is to analyze how Covid-19 has affected tourist demand in the Ollantaytambo district during the years 2019 to 2021. To carry out this analysis, a methodology with a quantitative, descriptive, and explanatory approach was applied, along with a non-experimental design. The study population consisted of 22 establishments of which 10 were hotels and 12 were lodges. A questionnaire was used as the research instrument to collect data. The results obtained revealed a significant negative impact on the occupancy and sales of hotels and lodges in the Ollantaytambo district during the COVID-19 pandemic. In particular there was a drastic decline in lodge sales in the year 2020 with sales reaching zero for several months due to pandemic-related restrictions. Additionally, revenues were also significantly reduced decreasing from S/. 3,700 per month for lodges and S/. 6,125 per month for hotels in 2019 to just 600 soles and 500 soles per month respectively in the year 2020. These adverse economic conditions persisted in the year 2021. Furthermore the difficult decision to lay off an average of 4 employees had to be made during the year 2020 and occupancy levels did not manage to recover to the levels observed in 2019 during the years 2020 and 2021. Based on these findings it can be concluded that COVID-19 led to a significant decrease in hotel demand in the Ollantaytambo district during the period from 2019 to 2021.

*Keywords:* Hotel Demand, Covid-19, Hotel Occupancy, Tourism Activity

## Introducción

El mundo enfrentó una crisis sanitaria causadas por el Covid-19 esto llevó a muchas naciones de todo el mundo, incluyendo Perú, a tomar medidas drásticas para hacer frente a esta situación. Estas medidas fueron condicionantes en la situación económica mundial y en varios sectores donde el turismo se destaca entre los más afectados. Jacque et al. (2020) señala que los efectos negativos en este sector se deben principalmente al cierre de fronteras y a las medidas para la movilidad impuestas. A pesar de los intentos de reactivación los ingresos en este sector no han logrado recuperarse al nivel anterior a la pandemia.

La actividad turística a nivel mundial se ha visto fuertemente golpeada en términos económicos debido a que involucra desplazamientos de personas y visitas a lugares cerrados actividades que han estado restringidas con acceso limitado (Ramakumar y Kanitkar, 2021). La recuperación de este sector ha sido lenta lo que responde a las razones mencionadas anteriormente. Por tanto, es esencial que la reactivación del turismo sea una prioridad en las estrategias gubernamentales respaldadas por protocolos que minimicen los riesgos y de esta manera protejan la salud de los visitantes generando nuevamente confianza en la población para que puedan disfrutar de los atractivos turísticos (Schubert, 2021).

En este contexto, las actividades turísticas durante la pandemia en su fase posterior han experimentado fluctuaciones en la demanda de turistas influenciadas por el confinamiento, restricciones gubernamentales y las prioridades económicas de los visitantes. Sin embargo, el gobierno ha optado por promover la reactivación de este sector como una forma de apoyar a las empresas locales y generar ingresos para el distrito. Este estudio pretende analizar los efectos del COVID-19 en la demanda hotelera turística en el distrito de Ollantaytambo durante el período de 2019 a 2021.

## Capítulo I

### Planteamiento del problema

#### 1.1. Planteamiento del problema

El impacto del Covid-19 en la industria hotelera ha sido notablemente decreciente. Informes internacionales como los de Smith Travel Research indican que a nivel mundial se vendieron dos mil millones de habitaciones menos en 2020 en contraste al 2019. Europa experimentó pérdidas que significaron el 57.8%, mientras que en el continente americano la pérdida fue del 37.6% (Vera, 2021). En México más de 17,500 hoteles de categoría 5 estrellas con más de 650,000 habitaciones estaban siendo monitoreados. Las demandas de habitaciones se mantenían estables en 2019 y se proyectaba un aumento del 7% para 2020 no obstante estas expectativas no se cumplieron debido al confinamiento por Covid-19 (Inmobiliare, 2021).

En Perú el Covid-19 afectó de forma considerable al turismo como lo indica el informe técnico de la Producción Nacional (2020). Para mayo de 2020 en comparación al 2019 se observó una disminución del 90.58% en el sector turístico en ese sentido el sector turístico generó 905 millones de soles en 2020 lo que representó un 47.2% menos que lo recaudado en 2019 (ComexPerú, 2020). Además, la mayoría de los directivos de hoteles tenían estimaciones negativas para el cierre de 2021 en comparación con 2019 y estas estimaciones fueron aún peores en comparación con 2020 con una tasa de ocupación promedio del 30.8% en 2021 lejos de las cifras del 60.7% de 2019 (Hosteltur, 2022).

Según Barrio et al. (2020) en 2018 la región de Cusco contaba con 2,005 hoteles y las pernoctaciones ascendieron a 5,717,581 en 2019 marcando una tendencia creciente desde hace una década. Sin embargo, en 2021 se registró un millón menos de turistas en comparación con 2019 lo que llevó a que los hoteles de 5 estrellas redujeran sus precios en un 2.4% una medida



que los hoteles de 4 y 3 estrellas también adoptaron reduciendo sus tarifas en un 6.8% y 6.2%, respectivamente. A pesar de estos precios bajos no se logró atraer a suficientes clientes para la cobertura de los gastos de la empresa y el pago de préstamos lo que resultó en una disminución del 86% en los ingresos de las empresas hoteleras cusqueñas principalmente debido al confinamiento y las limitaciones en la llegada de turistas (Mendoza, 2022).

La localidad de Ollantaytambo al ser un destino de paso para visitar el principal atractivo turístico de Cusco, Machu Picchu, depende en gran medida del turismo. La crisis sanitaria ha afectado en gran medida la viabilidad de hoteles y hospedajes en esta zona ya que su demanda proviene de turistas nacionales e internacionales quienes también se vieron afectados por la crisis y tuvieron que ajustar sus gastos destinados al turismo. En 2020 los ingresos se detuvieron y las reservas fueron canceladas debido al confinamiento lo que llevó a los propietarios de estas empresas a solicitar exoneraciones o reducciones tributarias, así como la provisión de créditos (Baca, 2021).

Esta situación ha tenido consecuencias adversas tanto para los dueños de hoteles como para los empleados quienes se vieron afectados por despidos masivos o periodos de descanso lo mismo ocurre para los consumidores de estos servicios cuyos ingresos disminuyeron. Además, las medidas de confinamiento y contención sanitaria crearon obstáculos para las actividades turísticas. Por lo tanto, este estudio se propuso entender las repercusiones de la pandemia en la demanda de hoteles en Ollantaytambo ya que la crisis sanitaria afectó significativamente a este sector y también influyó en el comportamiento de los consumidores, quienes se vieron obligados a cambiar sus hábitos de consumo.

## **1.2. Problema Objeto de Investigación POI**

El estudio se enfoca en analizar los efectos provocados por la pandemia de COVID-19, que ha ocasionado cambios significativos tanto en aspectos sociales como económicos afectando especialmente al sector hotelero (Rios, 2020). García (2020) señala que las medidas de emergencia adoptadas para controlar la propagación del virus como los cierres de fronteras y las restricciones en la capacidad de ocupación han tenido un impacto negativo en empleo y ventas, en consecuencia también en la demanda de servicios hoteleros. Además, las limitaciones de movilidad derivadas de los confinamientos han afectado directamente el flujo de turistas. La demanda hotelera que de por sí estacional se ha visto considerablemente restringida por los cambios en los niveles de ingresos y gastos provocados por la crisis sanitaria (García et al., 2020). Desde una perspectiva económica la evaluación de la demanda de servicios turísticos como el alojamiento, se centrará en el consumo analizando la ocupación hotelera en los años 2019-2021 considerando la clasificación del hotel y las tarifas ofrecidas. Se buscará entender cómo los arribos de turistas han sido afectados durante el período de estudio especialmente en un contexto de confinamientos y medidas restrictivas.

## **1.3. Formulación del Problema**

### ***1.3.1. Problema General***

¿Cuál fue el efecto del Covid-19 en la demanda hotelera turística en el distrito de Ollantaytambo – Urubamba – Cusco. 2019-2021?

### ***1.3.2. Problemas Específicos***

1. ¿Cómo fue la ocupabilidad hotelera en el distrito de Ollantaytambo – Urubamba – Cusco, 2019-2021?
2. ¿Cuáles fueron los efectos del confinamiento en la ocupabilidad hotelera en el distrito

Ollantaytambo – Urubamba – Cusco. 2019-2021?

## **1.4. Justificación de la investigación**

### ***1.4.1. Justificación teórica***

El estudio se planteó el propósito de identificar los impactos del COVID-19 en la actividad hotelera y analizar sus efectos a nivel microeconómico. En este sentido se han considerado teorías que se fundamentan en los efectos económicos y en la demanda turística centrándose específicamente en los ingresos y el consumo generados por aquellos que optan por utilizar servicios de alojamiento. Asimismo, este estudio proporciona una base de referencia valiosa para investigaciones futuras que se centren en contextos similares.

### ***1.4.2. Justificación metodológica***

La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo que empleó encuestas los propietarios de hoteles permitiendo una visión de las variaciones en la demanda a lo largo del periodo permitiendo la comparación de datos pre y post-Covid-19 ofreciendo una perspectiva de los efectos del confinamiento en el sector hotelero. Este enfoque metodológico no solo contribuirá a la comprensión académica de las dinámicas turísticas locales sino que también proporcionará información práctica para la formulación estratégica en el sector empresarial y gubernamental frente a situaciones similares en el futuro.

### ***1.4.3. Justificación social***

La pandemia por el COVID-19 mostro variaciones en la demanda hotelera por el confinamiento conllevando a la disminución de turistas es por tal razón que es necesario que las empresas hoteleras se encuentren informadas del dinamismo turístico y tomen decisiones oportunas para implementar estrategias de captación de clientes Además de recibir apoyo del gobierno como parte de su reactivación e integración económica. Asimismo, es relevante

comprender los efectos del Covid-19 por el confinamiento en la demanda hotelera no solo proporcionará información valiosa para los actores de la industria sino que también contribuirá a la formulación de estrategias y políticas que impulsen la recuperación económica en el sector turístico.

#### ***1.4.4. Justificación profesional***

La investigación sobre las variables estudiadas presenta una justificación profesional debido a estos aspectos estudiados proporcionan información valiosa para los profesionales de economía de turismo, responsables políticos y académicos ya que los resultados son útiles para mejorar la comprensión de las consecuencias de la emergencia sanitaria en la demanda hotelera turística y contribuir en el mejoramiento de la industria.

#### ***1.4.5. Justificación práctica***

De acuerdo al diagnóstico comparativo se pudo conocer la variación de la demanda durante el periodo 2019 al 2021 el cual es información relevante para los gerentes y empresarios del rubro hotelero que pretenden conocer la situación del sector turístico para mejorar sus servicios y ofertas dado que de esta manera se generan oportunidades laborales y mayor inversión por parte de las empresas.

#### ***1.4.6. Viabilidad o factibilidad***

La investigación tuvo los medios necesarios para su desarrollo contando también con el acceso a los datos bibliográficos y de campo, siendo este último gracias al apoyo de las empresas hoteleras informantes.

### **1.5. Objetivos**

#### ***1.5.1. Objetivo General***

Analizar el efecto del Covid-19 en la demanda hotelera turística en el distrito de

Ollantaytambo – Urubamba – Cusco. 2019-2021.

### ***1.5.2. Objetivos Específicos***

1. Determinar la ocupabilidad hotelera en el distrito de Ollantaytambo – Urubamba – Cusco. 2019-2021.
2. Determinar los efectos del confinamiento en la ocupabilidad hotelera en el distrito Ollantaytambo – Urubamba – Cusco. 2019-2021.

## **1.6. Delimitación de la investigación**

### ***1.6.1. Delimitación temporal***

El estudio recolectó datos referentes al periodo 2019, 2020 y 2021 lo cual hizo posible realizar una comparativa del antes durante y después de la pandemia con el fin de conocer los efectos producidos.

### ***1.6.2. Delimitación Espacial***

El estudio se desarrolló en Ollantaytambo zona del turismo que estuvo fuertemente afectada por el Covid-19 al tener una alta dependencia económica procedente del turismo. Este distrito es parte de la provincia de Urubamba de la región Cusco.

## Capítulo II

### Marco Teórico

#### 2.1. Antecedentes de la Investigación

##### 2.1.1. *Antecedente internacional*

Pinargote y Loor (2021) desarrollaron una investigación en Ecuador: “El covid-19 y su impacto económico en las empresas hoteleras de Manta-Ecuador” para identificar el impacto económico de la emergencia sanitaria por el virus de COVID-19 en la dinámica hotelera de la localidad. A través de una metodología descriptiva se puede aclarar aquellos cuestionamientos acerca de las consecuencias económicas de la emergencia sanitaria teniendo como uno de los efectos la reducción de la demanda de los servicios. Los resultados mostraron que existen falencias en cada una de las estrategias que utilizan para atraer a los turistas no todas priorizaron los riesgos de contagio, solo 3 de 10 hoteles pudieron asegurar un ambiente bio-seguro. De todas las empresas encuestadas el 70% de ellas indicaron que el rubro hotelero tuvo una afectación seria en especial en todos los servicios que eran requeridos por los visitantes. Además 6 de 10 hoteles que fueron encuestados califican como complicado el ingreso a los recursos económicos que ayude a cumplir con sus responsabilidades, lograr un mejor capital para sus negocios y conservar los activos, todo ello con la reducida asistencia de clientes. Se encontraron como resultados la existencia de la mayoría acerca de la postura del sector empresarial en hotelería referente a las acciones para que se puedan reactivar económicamente al término de la pandemia tomando en cuenta que se producirá un incremento del turismo de forma general.

Mendieta y Zambrano (2021) realizaron un estudio en Guayaquil: “Impacto Financiero de la Pandemia COVID 19 en la Industria Hotelera de la Ciudad de Guayaquil” a fin de analizar la situación posterior a la emergencia sanitaria en función al sector hotelero. A partir de ello se tuvo

que el sector de hoteles de todas las magnitudes percibió resultados de comportamientos satisfactorios a lo largo de los últimos cinco años. Sin embargo, este crecimiento se detuvo en el 2020 como efecto de la emergencia sanitaria. Metodológicamente se caracterizó por ser de tipo descriptiva, observacional, retrospectivo, no experimental y cuantitativa, se utilizó la documentación necesaria para recabar la información. La investigación tuvo como resultado que los hoteles grandes fueron afectados hasta en un 50% en contraste a los pequeños que fueron afectados hasta en un 90% los cuales indicaron que tuvieron que cambiar de actividades para no estar en quiebra otros tuvieron que poner ejecutar estrategias competitivas y realizar inversiones en los protocolos de bioseguridad. Sin embargo, ello no fue suficiente pues las medidas del Estado no fueron favorables. Para finalizar el Gobierno Ecuatoriano propuso “Guayaquil es mi Destino Seguro” a fin de que se promueva los destinos turísticos de la localidad donde se implementaron estrategias de bioseguridad para atraer a los turistas y se beneficie al sector hotelero.

### ***2.1.2. Antecedente nacional***

De Marzo (2020) realizó un estudio en la ciudad de Lima: “Estudio del Impacto del Covid 19 en los servicios brindados en un hotel 5 estrellas en el distrito de Miraflores, Departamento de Lima - Perú, 2020” donde buscó establecer los efectos de la pandemia sobre el servicio ofertado en los hoteles. Metodológicamente se caracterizó por ser básica, descriptiva, correlacional. En ese sentido se obtuvo como resultados que la pandemia afectó a la industria a consecuencia de las decisiones que tomó el Estado para que no se propague el virus lo que afectó que turistas extranjeros puedan ingresar al país y por ende alojarse en dichos establecimientos. Estos acontecimientos los obligaron a implementar protocolos de seguridad y bioseguridad a fin de salvaguardar a sus trabajadores y huéspedes. A pesar de la situación que se atravesó varios hoteles comenzaron a ofrecer otros servicios como la de alquiler de las habitaciones como oficina y



marketing en redes sociales que ayudaron de sobremanera a que los hoteles puedan tener ingresos.

Torres (2020) en su investigación “Análisis del impacto de la Covid-19 en la ocupabilidad del hotel Costa del Sol Cajamarca, en el año 2020” en la ciudad de Cajamarca con el objetivo de establecer el impacto de la ocupabilidad del hotel a causa de la COVID-19. Para que se cumpla el objetivo, se comparó entre un año exitoso para el Hotel y el año 2020. En ese sentido la metodología utilizada fue de un análisis comparativo, aplicada, explicativo, no experimental y transversal, en su población utilizo los hoteles categorizados de cuatro estrellas. En sus resultados obtuvo que dio a conocer un impacto no positivo en la ocupación donde se observó una reducción en las ventas en comparación con el 2019 se llegaron a vender alrededor de 17164 habitaciones que son 8010 más que el año 2020. Así se observó que el mes donde se vendieron más habitaciones fue en el mes de septiembre donde se vendió 2210 habitaciones en comparación del mes de abril el cual solo vendió 440 habitaciones. Un punto positivo que se observó fue que el segmento corporativo registró la mayor cantidad de ventas de habitaciones representando el 45.8% del total siendo este segmento que más aportes brindó a la estabilidad económica del hotel.

### ***2.1.3. Antecedente local***

Baca (2021) en su estudio realizado en el sector de Mollepata – Cusco: “Diagnóstico de la actividad turística en tiempos de Covid – 19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021” buscó analizar el diagnóstico en el sector turístico durante la emergencia sanitaria; su metodología fue de tipo descriptiva, contando como muestra a 40 familias. Las conclusiones señalan que las actividades turísticas son regulares, ello evidenciado por el 82.5% de los encuestados pues se ofrecen actividades que favorecen al turista teniendo en cuenta las limitaciones por la situación del Covid-19. Se observó que la pandemia del Covid-19 hizo que varios establecimientos de servicios cierren a causa de la poca afluencia de turistas. De los encuestados el 67.5% mencionaron que no

están de acuerdo ni en desacuerdo en cuanto al alza de los precios. Por ende, se visualizó que las estrategias que efectuó el Gobierno afectó a los hogares no preparados para esa situación pues tras el cierre de fronteras e impedimento de la libre movilidad de las personas el desarrollo del turismo fue afectado y con ello los ingresos económicos de las personas dedicadas a ese rubro.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Teoría de desarrollo económico**

De acuerdo con Schumpeter, dentro de la teoría económica se tiene en cuenta fluctuaciones económicas por causa de crisis (Girón, 2000). En ese sentido dentro de la Teoría del Desarrollo Económico, Schumpeter hace énfasis en la innovación y el requerimiento de un empresario innovador ante una crisis que tenga efectos económicos a fin de hacerle frente a los cambios que este significa y así pueda controlar dicha crisis (Girón, 2000). Este concepto se relaciona con la situación vivida por los empresarios del sector turístico para que se contrarreste tal situación por medio de acciones de innovación para resurgir lo que además los ayuda a adaptarse a un nuevo contexto.

Es claro que en tiempos de crisis económica haya recesión donde las entidades empresariales mantienen una tendencia por el cambio optando por prescindir de los servicios de sus colaboradores. Esto significa un crecimiento de los niveles de desempleo y se mantiene conforme dure la crisis ya que las empresas no pretenden contratar nuevo personal (Merino, 2014). Cuando las naciones atraviesan por crisis, es fundamental que se formulen medidas a nivel teórico y práctico para aminorar los efectos negativos de esta situación con el pasar del tiempo múltiples países desarrollaron mecanismos de respuesta rápida empleando recursos tecnológicos e inversiones para que el sector empresarial atienda las dificultades presentadas (Hernández, 2002).

### **2.2.2. Teoría de la demanda turística**

A lo largo de varios años se comenzó a producir un desarrollo continuo reflejado en viajes ello se fundamenta en el incremento de bienestar económico y un incremento de tiempo para poder disfrutarlo al aire libre. En ese sentido se realizan varios estudios donde uno de los principales actores es el demandante de actividades turísticas (Torrez, 2013). La demanda fue conceptualizada como la relación con los procesos para tomar decisiones por parte de los individuos que realizan procesos de planificación en sus momentos libres cuya determinación de la actividad a realizar dependerá de diversos factores (Torrez, 2013).

Acorde a Mathieson y Wall (1982) los conceptos de la demanda turística tendrán variaciones dependiendo de los objetivos que tienen los investigadores. En ese sentido un economista pondrá su atención en la demanda teniendo en cuenta el aspecto del consumo. Por su parte un psicólogo se centrará en el comportamiento de los demandantes turísticos.

Una definición específicamente económica pone énfasis en las capacidades de gastos de los turistas ya que la demanda es económicamente considerada como una cantidad monetaria que se basa en la cantidad de consumidores. En dicha conceptualización se toman las siguientes variables del gasto por turismo: el precio del destino, el nivel de ingreso y riqueza de los clientes (considerada como restricción presupuestaria) además de los factores sociológicos y psicológicos (Torrez, 2013).

Existen diversos factores que determinan la demanda entre ellos están los factores económicos como la renta que se dispone (Torrez, 2013) se refiere a la cuantía monetaria que está disponible a gastar un individuo en bienes o servicios de ocio considerado como la restricción presupuestaria que tiene un individuo. Sancho y Pérez (1995) dieron a conocer la correspondencia significativa de la demanda y la renta disponible así como la empleabilidad el cual tiene una

incidencia positiva a la posibilidad de realizar un viaje.

Según Torrez (2013) los efectos a la demanda turística impactan en la estabilidad de puestos de trabajos y la inseguridad tiene efectos en las reservas. Además, se observa que hay incidencia de los factores políticos pues las acciones políticas tienen la capacidad de impulsar las actividades turísticas o imposibilitarlo mediante restricciones dependiendo el contexto. En ese sentido el Estado tiene la capacidad de incrementar o disminuir la demanda turística en su territorio. Finalmente se consideran los factores aleatorios como los conceptualiza Torrez (2013) son aquellas variables imprevisibles los cuales tienen efectos en los comportamientos de los individuos como la percepción de guerras o crisis donde la demanda turística tiende a disminuir.

### ***2.2.3. Teoría del comportamiento del consumidor vinculado al COVID-19***

Al estudiar la demanda se hace mención al comportamiento del consumidor al analizar el comportamiento de los consumidores también se debe estudiar los factores que están conectados con la sostenibilidad y los cambios acontecidos. Varias investigaciones como los de Weigel (1978), Berger y Corbin (1992) y Kotler (2011) evalúan las decisiones de los usuarios que concluyeron que los comportamientos de los consumidores son realizados por los individuos al momento en el que seleccionan sus bienes y servicios para estudiar sus necesidades pues cada persona es diferente con necesidades diferentes (Torres, 2020).

Dentro de estas decisiones se hace mención a la aversión para la realidad estudiada significa el nivel de riesgo para que ocurra infecciones entre consumidores teniendo en cuenta las decisiones de diversos consumidores en ese contexto (Vera, 2021). El distanciamiento fue una restricción que los gobiernos propusieron para que dicha enfermedad no se propague lo que generó que disminuyan aquellas actividades donde se requiere la presencia física de las personas, como la actividad turística que se vio afectada. A medida que la percepción de riesgo disminuyó

los individuos comenzaron a planificar más actividades recreativas, al mismo tiempo la búsqueda de información sobre las medidas más efectivas fueron las más frecuentes en la búsqueda de algún riesgo en los servicios turísticos que se tomen para lo cual todas las empresas turísticas adoptaron medidas de bioseguridad (Im et al., 2021). Por otro lado, se toma a la “teoría de la motivación de protección” que fue detallada por W. Rogers por 1975 en el cual hace mención a aquellos factores que hacen que los sujetos se involucran con un comportamiento caracterizado por ser protector en razón a estímulos amenazadores externos (Kim et al., 2021). De tal teoría se logra inferir que para que las personas posean actitudes preventivas tienden a evaluar las amenazas y su forma de afrontamiento; las mismas que integran factores como la vulnerabilidad de amenazas que se entiende como las percepciones que uno posee respecto a las consecuencias obtenidas de este modo se observa que el miedo que se percibe implica que las personas valoren las amenazas y tomen acciones efectivas. En el caso de estudio los usuarios que optan por demandar servicios de hotelería o participar de actividades turísticas conlleva a que estos realicen actividades sanitarias recomendadas además de exigirlos en los centros a los que acuden por lo que su comportamiento se enfoca en cuidar su salud (Vera, 2021). Por otro lado, los usuarios se evalúa una percepción de escasez debido a la pandemia acontecida; de modo que si antes, los usuarios percibían escasez de un determinado servicio producto como en este caso un hotel o restaurante vinculados a la popularidad o calidad causando un efecto positivo y deseo de consumir tal servicio. Todo lo contrario acontece en la pandemia pues una percepción relacionado a la escasez implica que tales lugares estén abarrotados evidenciando inseguridad pues esta enfermedad y riesgo de contagio se da en lugares aglomerados por lo que la percepción de escasez resulta negativa para estas empresas (Li et al., 2021). A partir de la revisión de estas teorías se puede observar las interacciones de compra acorde a preferencias las cuales son fuertemente afectadas por

percepciones de escasez del servicio o producto.

#### **2.2.4. Teoría de la salud pública**

Es una parte del conocimiento sanitario que trata la salud de la población en general. Se basa en la idea de que la salud es un aspecto de bienestar social por ello tiene que ser resguardado y promovido por el gobierno y la sociedad civil. Esta tesa ocupa de una amplia gama de temas, para prevenir patologías, promocionar la salud, atenciones médicas y la salud ambiental. Busca comprender los factores que afectan la salud a nivel de la comunidad y desarrollar estrategias para mejorarla. Los profesionales de la salud pública trabajan para identificar y abordar problemas de salud a nivel poblacional, utilizando enfoques que van más allá del tratamiento individual para centrarse en prevenir patologías y promocionar la salud en comunidades enteras. Esto puede incluir la investigación epidemiológica con la formulación integral de programas, la educación pública y la promoción de políticas que favorezcan entornos saludables (Ávila, 2020).

La teoría de la salud pública es fundamental para una política pública efectiva estas políticas públicas en salud deben basarse en un entendimiento sólido de aspectos que intervienen para la salud de la sociedad. La teoría de la salud pública proporciona este entendimiento. También es importante para la educación y preparación en salud pública. Los especialistas en salud deben contar con el conocimiento adecuado acerca de la teoría de la salud pública para poder desarrollar e implementar políticas públicas de salud efectivas (Ortega, 2018).

##### **2.2.4.1. Principios básicos de la teoría de la salud pública**

La teoría de la salud pública se basa en una serie de principios básicos, que incluyen:

- **La salud es un bien público:** La salud es un bien que beneficia a toda la sociedad no solo para los individuos en particular. Por lo tanto, el gobierno y la sociedad civil tienen la responsabilidad de proteger y promover la salud de la población.

- **La salud es un producto de las condiciones sociales:** La salud no es solo una cuestión biológica sino que también está influenciada por las condiciones sociales. Se contemplan las disparidades económicas, desigualdades y discriminación. Por lo tanto, las políticas públicas de salud deben abordar estas condiciones sociales.

- **La prevención es mejor que la cura:** prevenir las patologías es más efectivo y tiene un menor costo que los tratamientos de las enfermedades una vez que se han desarrollado. Entonces, la política pública en salud debe centrarse en la prevención de enfermedades.

### ***2.2.5. Teoría de la epidemiología***

Contempla las acepciones sociales, el cual engloba a la sociedad y la biología, siendo este un campo de estudio que se ocupa de las distribuciones y aspectos que determinan la salud y las enfermedades. Se basa en la idea de que la salud y las enfermedades no ocurren al azar. Son producto de la concatenación de aspectos que incluyen factores biológicos, ambientales, sociales y conductuales (Krieger, 2001).

El estudio de la epidemiología es fundamental para que se desarrollen las políticas en salud efectivas. Las políticas de salud pública deben basarse en un entendimiento sólido de aquellos aspectos que intervienen en la salud humana y las enfermedades. La teoría de la epidemiología proporciona este entendimiento. También es importante para la educación y la formación en epidemiología. Los profesionales de la epidemiología deben manejar la información y los conocimientos básicos en epidemiología para poder realizar investigaciones epidemiológicas y desarrollar políticas de salud pública efectivas (Barahona et al., 2019).

### ***2.2.6. La epidemiología en la economía***

La epidemiología y la economía se relacionan de diversas maneras. La salud es un factor importante para la productividad económica donde las personas sanas son más productivas que



las personas enfermas por lo que la salud pública tiene relación directa con las economías (Aldana & Isea, 2018).

Las enfermedades pueden tener un impacto negativo en la economía. Por ejemplo, las epidemias pueden interrumpir la producción, el comercio y el turismo además las enfermedades pueden aumentar los costos de atención médica lo que puede reducir el consumo y la inversión (Aldana & Isea, 2018).

La epidemiología puede ayudar a los economistas a comprender el impacto de la salud en la economía. Por ejemplo, los epidemiólogos pueden estudiar las consecuencias de las patologías en la productividad de los trabajadores, el absentismo laboral y la mortalidad. Esta información puede ser utilizada por los economistas en el desarrollo de políticas en favor de la salud y la estabilidad económica (Aldana & Isea, 2018).

En el libro de Castilla (2022) titulado: “La oportunidad del siglo” el autor realiza un diagnóstico de lo ocurrido en Perú durante la crisis sanitaria y analiza sus efectos en la economía, así como la respuesta del Estado peruano para hacer frente a esta situación. Enfatiza la oportunidad que tiene el país para construir una sociedad más justa e inclusiva. Lo más destacado del libro es la revelación de las profundas desigualdades estructurales en Perú que se hicieron evidentes tras la crisis sanitaria. A pesar de que el país reaccionó rápidamente ante la crisis del COVID-19 no se obtuvieron resultados óptimos ya que registró una de las tasas de mortalidad más elevadas del mundo. Además, Perú experimentó una recesión económica afectando especialmente a los sectores más vulnerables.

Ante esta situación el autor recomienda que se realice:

- **Reforma integral de Salud:** El sistema de salud en Perú presenta diversas deficiencias.

En este sentido se propone la necesidad de garantizar el acceso universal a servicios de

salud de alta calidad.

- **Formalización de la economía:** Se requiere un Estado eficiente y transparente debería ser capaz de invertir de manera efectiva y honesta los recursos públicos con el objetivo de impulsar la formalización de la economía. Esto implicaría la implementación de políticas que fomenten la creación de empleos formales y contribuyan al aumento de la recaudación tributaria.
- **Estado al servicio del bienestar ciudadano:** Sugiere que el estado sea mas eficiente y eficaz en la prestación de servicios públicos. En ese sentido castilla propone una reforma del Estado para poner todas las acciones estatales al servicio del bienestar del ciudadano.
- **Pacto fiscal:** En el Perú el sistema tributario presenta ineficiencia, al respecto Castilla propone un pacto fiscal que le permita un sistema de protección social eficaz y sostenible.

Frente a esta situación Castilla destaca la oportunidad histórica de construir una sociedad peruana más justa, próspera e inclusiva. Para lograrlo es imperativo llevar a cabo las reformas propuestas por el autor (Castilla, 2022).

### ***2.2.7. Economía política en la salud***

La economía política de la salud es una disciplina relativamente nueva pero ha ganado importancia en los últimos años. Esto se debe a que la salud es fundamental para la economía de las personas y las sociedades (Bácolo & Yavich, 2015).

La economía política de la salud puede ayudar a los responsables políticos a desarrollar medidas y planes en favor de la salud y estabilidad económica. Por ejemplo, las políticas que reducen la pobreza aumentan las formas para acceder a servicios médicos y promueven la prevención de enfermedades pueden ser positivos para la salud y la economía. Un ejemplo de la economía política de la salud es el estudio de los efectos de la pobreza en la salud. Las personas

pobres tienen más probabilidades de enfermarse y morir prematuramente que las personas ricas. Esto a causa de varios aspectos que incluyen la falta de acceso a alimentos saludables, vivienda adecuada y atención médica (Bácolo & Yavich, 2015).

### **2.2.8. Sector hotelero**

Ferrando et al. (2012) indican que la hotelería está constituido por el conjunto de establecimientos de tipo comercial que brindan servicios pudiendo ser en apartamentos o habitaciones ya sea o no con servicios complementarios. Los informes económicos resaltan y muestran que los establecimientos hoteleros representan factores básicos del total de oferta de alojamiento (Mestres, 1999). Dentro de las operaciones que existen en empresas hoteleras se dan una serie de procesos de cierta complejidad lo cual determinará la categoría del lugar, su ubicación, dimensión o localización (Calle et al, 2017).

Tomando en cuenta que la definición de demanda turística desde un enfoque economicista esta demanda se basará en el consumo (Torrez, 2013) calculada por la ocupabilidad hotelera. El INEI (2013) indica que la ocupabilidad resulta de la totalidad de noches ocupadas ya sean en habitaciones, cabañas, suites o departamentos según el tipo de establecimiento. Es así que la rentabilidad de estos establecimientos suele medirse en su mayoría por la ocupabilidad que presentan. Acorde con la OMT la capacidad de alojamiento (ocupabilidad) suele medirse por la cantidad de habitaciones o camas alquiladas (Barragán, 2008).

## **2.3. Marco Conceptual**

### **2.3.1. Efectos del Covid-19**

Secuencia de transformaciones provocadas por el acontecimiento del Covid-19 conllevando a una contracción fuerte de la actividad económica. A partir de la crisis se llegó a observar cambios en aspectos sociales como económicos afectando a las empresas

significativamente sobre todo en el rubro automotriz, hoteles y aerolíneas (Rios, 2020).

### **2.3.2. Demanda hotelera**

Todos los posibles consumidores que buscan servicios de estadía en establecimientos con o sin otros servicios complementarios que es limitada por su nivel de ingresos y gastos y puede llegar a ser estacional (Torrez, 2013).

### **2.3.3. Empleo**

Es la generación de valor que se da por alguna actividad realizada por el individuo. Ello implica que un empleado por medio de su trabajo y conocimiento contribuya al beneficio del empleador y por ello espera cierta compensación como lo es un salario (Neffa, 1999).

### **2.3.4. Ingresos**

El ingreso corresponde al monto de recursos monetarios de dinero asignados a los factores de producción por la contribución dentro del proceso de producción (MEF, 2018).

### **2.3.5. Turismo**

Es un mercado donde se intercambian bienes y servicios y que según su nivel de desarrollo y planificación puede traer cambios positivos como el de aliviar la situación de los habitantes del destino (Morillo, 2011).

### **2.3.6. Ocupabilidad Hotelera**

Totalidad de noches ocupadas ya sean en habitaciones, cabañas, suites o departamentos según el tipo de establecimiento (INEI, 2013).

## **2.4. Formulación de Hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis General**

El Covid-19 tuvo efectos económicos y sociales en la demanda hotelera turística en el distrito de Ollantaytambo – Urubamba – Cusco. 2019-2021.

### 2.4.2. *Hipótesis Específica*

1. La ocupabilidad hotelera en el distrito de Ollantaytambo, Urubamba, Cusco, durante el periodo de 2019 al 2021 ha experimentado variaciones significativas debido al Covid-19.
2. Los efectos del confinamiento tuvieron una influencia significativa en la ocupabilidad hotelera en el distrito de Ollantaytambo, Urubamba, Cusco, durante el periodo de 2019-2021.

## 2.5. Variables e indicadores

### 2.5.1. *Identificación de variables*

**Variable independiente:** Efecto de Covid-19

#### **Dimensión**

Confinamiento

Indicadores:

- Variaciones en el nivel de ingresos del 2019-2020
- Reducción de tarifas
- Nivel de empleo 2019-2020
- Presiones financieras
- Tiempo de cierre de negocios
- Préstamos
- Características del consumidor pos Covid-19
- Estrategias de reactivación

**Variable dependiente:** Demanda hotelera

#### **Dimensiones**

Ocupabilidad hotelera

Indicadores:

- Cantidad de habitaciones vendidas años 2019 - 2021
- Periodo y duración de la estadía
- Clasificación de hotel
- Tarifas por habitaciones

Flujo de turistas

Indicadores:

- Flujo de turistas nacionales del 2019 -2020
- Flujo de turistas extranjeros del 2019 -2020

### 2.5.2. Operacionalización de variables

Variables	Definición	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
<b>Variable independiente</b> <b>Efecto de Covid-19</b>	La situación provocada por la COVID – 19, tuvo efectos transformadores que provocaron la contracción económica. A partir de la crisis se llegó a observar cambios en aspectos sociales como económicos afectando a las empresas significativamente sobre todo en el ámbito hotelero, entretenimiento, automotriz, entre otros que tuvieron efectos negativos (Rios, 2020).	Según Ballena et al. (2021) la pandemia del SARS-CoV-2 ha tenido consecuencias negativas en varios aspectos de la vida humana, afectando no solo a la salud física, sino a aspectos económicos, sociales y culturales. Las restricciones de movilidad y la limitación en las interacciones sociales han impactado la calidad de vida de las personas al privarlas de la libertad de salir, pasar tiempo con amigos o familiares y realizar actividades económicas.	<b>Confinamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variaciones en el nivel de ingresos del 2019-2020</li> <li>- Reducción de tarifas</li> <li>- Nivel de empleo 2019-2020</li> <li>- Presiones financieras</li> <li>- Tiempo de cierre de negocios</li> <li>- Préstamos</li> <li>- Características del consumidor pos Covid-19</li> <li>- Estrategias de reactivación</li> </ul>
<b>Variable dependiente</b> <b>Demanda hotelera</b>	Tiene correspondencia con los procesos para tomar decisiones realizadas por los sujetos de manera frecuente en las estructuras para planificar las acciones de entretenimiento. Es por ello que la hotelería adquiere la siguiente concepción “sistema comercial compuesto de bienes materiales e intangibles dispuestos para satisfacer las necesidades básicas de descanso y alimentación de los usuarios fuera de su domicilio” (Torrez, 2013). En ese sentido se define a la <b>demanda hotelera</b> como todos los posibles consumidores que buscan servicios de estadía en establecimientos con o sin otros servicios complementarios. Tal demanda será limitada por su nivel de ingresos y gastos y puede llegar a ser estacional.	La definición de demanda turística desde un enfoque economista está en función al consumo (Torrez, 2013).	<b>Ocupabilidad hotelera</b>  <b>Flujo de turistas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cantidad de habitaciones vendidas años 2019 – 2021</li> <li>- Periodo y duración de la estadía</li> <li>- Clasificación de hotel</li> <li>- Tarifas por habitaciones</li> <li>- Flujo de turistas nacionales del 2019 - 2020</li> <li>- Flujo de turistas extranjeros del 2019 - 2020</li> </ul>



## Capítulo III

### Diseño Metodológico

#### 3.1. Tipo de investigación

Esta investigación fue de tipo básica ya que se buscó incrementar el conocimiento científico respecto a ambas variables estudiadas. Hernández et al. (2014) indicó que el estudio básico busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice.

#### 3.2. Enfoque de investigación

Este estudio adoptó un “enfoque cuantitativo” dado que se recopiló información y se procedió a realizar mediciones numéricas para un análisis de datos cuantitativos que presentaron un análisis de tipo estadístico (Hernández et al., 2014). Es por ello que se buscó medir la variable de la demanda hotelera y los efectos del Covid-19 mediante la recolección de datos de la cual se obtuvieron tablas de frecuencia y figuras que explican el fenómeno observado.

#### 3.3. Alcance de investigación

El estudio fue descriptivo-correlacional, ya que la información utilizada sirvió como base en la especificación de características y propiedades de las variables que consideramos importantes para analizar el efecto del COVID-19 en la demanda hotelera durante los periodos de estudio.

Para Hernández y Mendoza (2018) los estudios “descriptivos” buscan identificar las especificaciones, características del fenómeno que se quiere someter a análisis. Estas investigaciones no intentan explicar por qué ocurren estas características sino simplemente brindar una descripción precisa y detallada de los fenómenos estudiados.

Hernandez (2014) indica que los estudios correlacionales buscan examinar la relación entre dos o más variables para determinar si existe una asociación entre ellas. Se analizaron datos relacionados con la demanda hotelera, llegada de turistas, restricciones impuestas por la pandemia,

entre otros. De esta manera se identificó el comportamiento de la demanda hotelera en los tres años de estudio acorde a cómo se fue manejando el Covid-19 y sus efectos del confinamiento y las implicancias que tuvo para el sector hotelero.

### **3.4. Método de investigación**

Se tuvo un método hipotético deductivo debido a la naturaleza de su enfoque investigativo. En este tipo de método se parte de una hipótesis inicial que se formula con base en conocimientos previos y teorías existentes. Luego se lleva a cabo una serie de observaciones y recopilación de datos para probar o refutar dicha hipótesis. Se recopilaron datos relacionados con la demanda hotelera, flujo de turistas, las restricciones impuestas por la pandemia como el confinamiento y otros factores relevantes. Posteriormente se analizaron estos datos para verificar si se confirma o se refuta la hipótesis inicial.

### **3.5. Diseño de investigación**

El trabajo fue “no experimental” ya que no tuvo la intención de manipular ninguna de las variables. En la investigación simplemente se observaron las variables en su desarrollo natural.

Hernández (2018) refiere que este diseño es “la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se trata de estudios en los que no haces variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras” (p. 174).

La investigación fue longitudinal debido a que se busca analizar los cambios o relación en las variables que se dan a través del tiempo. Es por ello que los datos se recolectaron en determinados puntos o periodos específicos con el fin de realizar inferencias sobre los cambios determinantes y sus respectivas consecuencias. El estudio recogió información de los años 2019-2020 y 2021 de esta manera se pudo comparar un antes y un después del Covid-19 en la demanda hotelera en el sector de Ollantaytambo.

De acuerdo con Hernández (2018) este diseño se caracteriza por la recopilación de datos de los mismos participantes durante en un periodo de tiempo prolongado de tiempo. Los datos se pueden recopilar utilizando una variedad de métodos como encuestas, entrevistas, entre otros.

### 3.6. Población y muestra

#### 3.6.1. Población

Se conformó de aquellos establecimientos comerciales que prestan servicio de hospedaje. Según el Directorio Nacional de prestadores de servicios turísticos calificados elaborado por MINCETUR (2022) el distrito de Ollantaytambo consta de 22 establecimientos, de los cuales 10 son hoteles y 12 son Hospedajes. Los cuales se detallan a continuación:

**Tabla 1**

*Establecimientos que brindan servicio de hospedaje en el Distrito de Ollantaytambo registrados en MINCETUR*

Nº	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCION
1	Andean Moon	Clle Del Madio S/N -
2	El Sauce	Clle Ventiderio S/N Nro. 00
3	Inka Paradise	Clle Mascabamba.. - Urb. Mascabamba
4	Intitambo	Clle Calle Coya Rumiyoc N°215 Nro. 215
5	Iskay	Clle Patacalle N° 722 Nro. 722
6	Iskay	Clle Patacalle Nro. 722 -
7	Kiswar	Via Plaza De Armas S/N
8	Los Andenes	Clle Ventiderio - Ci. Ollantaytambo
9	Ollantaytambo Lodge	Qta. Cruz -
10	Ollantaytambo Tours K.B. Tambo	Clle Ventiderio S/N - Ci.
11	Ollantaytambo Tours K.B. Tambo	Clle Ventiderio S/N - Ci.
12	Orquídeas Ollantaytambo Inn	Av. Ferrocarril N° 406 Nro. 406 -
13	Pakaritampu	Av. Ferrocarril- -
14	Samanapaq S.A.C.	Av. Cien Ventanas - Zn.
15	Sol Miranda Boutique	Clle Ventiderio
16	Sol Ollantay	Clle Ventiderio Nro. 226 -
17	Tambo De Ollantay	Av. Ferrocarril - Ci.
18	Tika Wasi Valley	Clle Convención 233 -
19	Tunupa Lodge	Av. Ferrocarril-/ -
20	Sol Natura Hotel	Av. Ferrocarril Nro. 633-
21	Del Pilar Ollantaytambo	Chilca, Cusco, 0084
22	SAUCE Hotel Boutique	Ventiderio S/N, Ollantaytambo

*Nota. Obtenido del Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados (MINCETUR, 2022)*

### **Criterios de inclusión**

- Establecimientos registrados en el Directorio de Hospedaje del MINCETUR
- Establecimientos que hayan operado en los tres años de estudio 2019-2021
- Establecimientos que lleven el registro de usuarios desde el 2019

#### **3.6.2. Muestra**

La investigación utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia basado en la disposición de los participantes que son parte de la muestra. Es por ello que se tomó a todos los elementos referidos para la población, siendo 22 establecimientos que brindan servicio de hospedaje en el distrito de Ollantaytambo.

#### **3.7. Técnicas de investigación**

Se aplicó la encuesta y de esa manera haciendo uso del cuestionario como instrumento. Estructurado con preguntas cerradas y se aplicó la ficha de análisis documental a fin de recabar datos necesarios para la investigación.

#### **3.8. Procedimiento de recolección de la información**

- Se contactó al representante legal del establecimiento. Los datos fueron obtenidos del Directorio de Hospedaje del MINCETUR el mismo que contiene la dirección, teléfono, correo de contacto.
- Se envió una carta de presentación explicando los motivos de estudio y todo lo referido a la participación el llenado del cuestionario.
- Se envió una solicitud de autorización para obtener la data respectiva de los registros de turistas hospedados en los periodos de estudio. La solicitud y carta de presentación fueron realizadas por llamadas directas o e-mail a los respectivos correos.

- Se coordinó y programó la visita al establecimiento, si no se lograba efectuar de forma presencial se contempló el un desarrollo virtual.
- Al encuentro con el representante del establecimiento previa coordinación de la visita. Se realizó la respectiva presentación de la investigadora y la explicación de los procesos a realizarse en caso confirme su participación.
- En caso de su aceptación se procedió a recolectar la data de los registros del número de huéspedes en el periodo de estudio y a la aplicación de las encuestas al encargado.
- También se vio por conveniente explicar respecto al llenado del cuestionario así como la que no superó los 10 minutos.
- Llenadas las encuestas fueron archivadas y guardadas, se agradeció la participación y se le dio a conocer que los resultados se enviarán a sus correos en caso lo soliciten.

### **3.9. Procesamiento y análisis de datos**

Para este procesamiento, se hizo uso de la estadística descriptiva y se describió cada variable por medio de las tablas y figuras efectuadas en el Excel.

Se utilizó la estadística inferencial para comprobar las hipótesis. Se procedió a elaborar una regresión para ver el impacto de las variables tomadas como efectos del Covid-19 en la demanda hotelera.

## Capítulo IV

### Diagnóstico del Área de Estudio

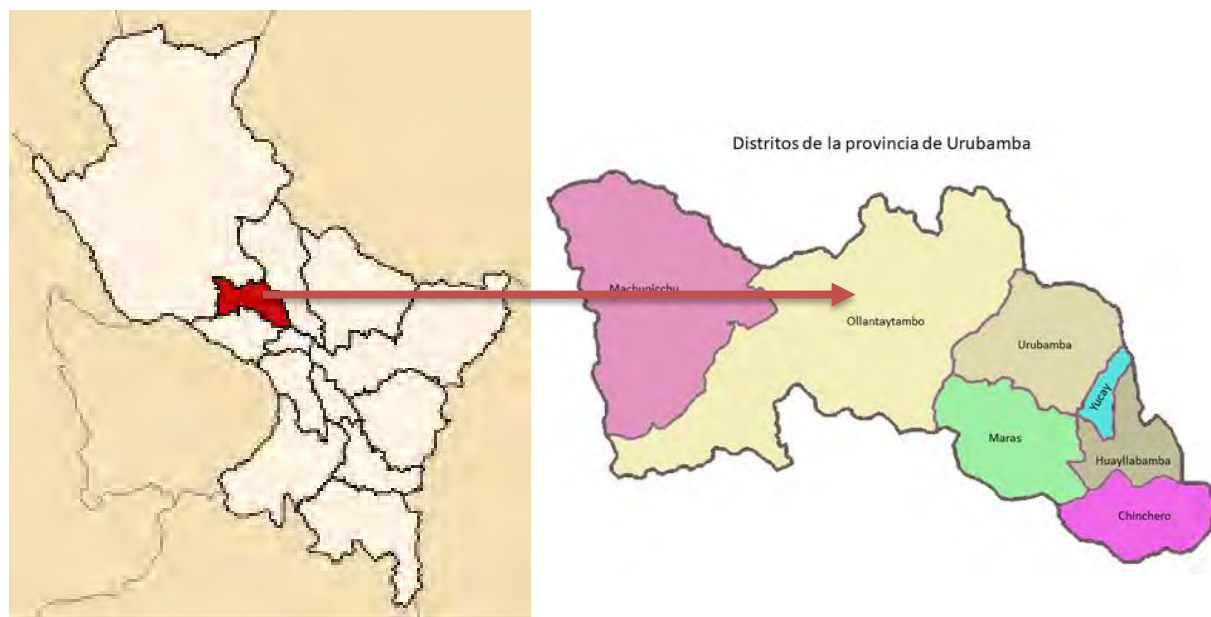
#### 4.1. Aspectos generales

##### 4.1.1. Ubicación geográfica

El distrito de Ollantaytambo es parte de la zona provincial de Urubamba perteneciente a la Región Cusco. Su capital es la ciudad de Ollantaytambo con una altitud promedio de 2 750 m.s.n.m. Sus límites urbanos son: Al Norte: El Cerro Bandolista Al Sur: El Río Vilcanota y terrenos de cultivo Al Este: La Comunidad Campesina de Maskabamba Al Oeste: El Cerro Fortaleza y terrenos de cultivo.

#### Figura 1

*Mapa del distrito de Ollantaytambo*



Nota. Obtenido de [https://www.familysearch.org/es/wiki/Urubamba,\\_Cuzco,\\_Per%C3%BA\\_-\\_Genealog%C3%ADa](https://www.familysearch.org/es/wiki/Urubamba,_Cuzco,_Per%C3%BA_-_Genealog%C3%ADa)

##### 4.1.2. Accesibilidad

Una forma de llegar a la ciudad de Ollantaytambo es por tren haciendo un trayecto de 68 Km. Otra opción es ir por carretera escogiendo entre dos rutas: Cusco-Chinchero-Urubamba-

Ollantaytambo, que tiene 81 Km. y se demora alrededor de hora y media partiendo desde la ciudad imperial, o Cusco-Pisac-Calca-Urubamba-Ollantaytambo, que tiene 96 Km. y se tarda aproximadamente 2 horas. Dentro de la ciudad para acceder a los lugares de la zona se recurre a las vías peatonales y locales vehiculares, las primeras conectan con las zonas de Piso de Valle y las de la Cuenca de Patacancha. (Proyecto INDECI - PNUD, 2018).

#### ***4.1.3. Roles y funciones de la ciudad en el contexto provincial, regional y nacional***

La ciudad de Ollantaytambo también es parte del “Valle Sagrado de los Incas” un lugar estratégico que conecta el Cusco con Quillabamba y Machupicchu a través de las vías terrestre y ferroviaria. Su papel es fundamental para facilitar la comunicación y el transporte entre estas zonas, así como con sus propias comunidades. Además, Ollantaytambo es un destino turístico de gran valor cultural y natural por sus restos arqueológicos. Su plaza preserva las particularidades originarias donde las personas de la zona aun cuentan con las tradiciones vivas. La estación de los trenes significa un punto estratégico ya que conglera a las personas viajeras con destino a la fortaleza de Machupicchu o a la ciudad imperial del Cusco esto supone una gran oportunidad económica para los comerciantes de la zona. También cumple el papel de articulador de las comunidades rurales mediante una red vial interna que permite el traslado de su producción artesanal, agrícola, pecuaria y ofrecer servicios sanitarios y educativos. Asimismo, el centro para la administración distrital (Proyecto INDECI - PNUD, 2018).

## 4.2. Aspectos sociales y económicos

### A. Población

**Tabla 2**

*Población en el Distrito de Ollantaytambo*

Distrito	Zonas	Personas	Género	
			Varones	Mujeres
Ollantaytambo	Urbano	3,828	5,864	5,517
	Rural	7,553		

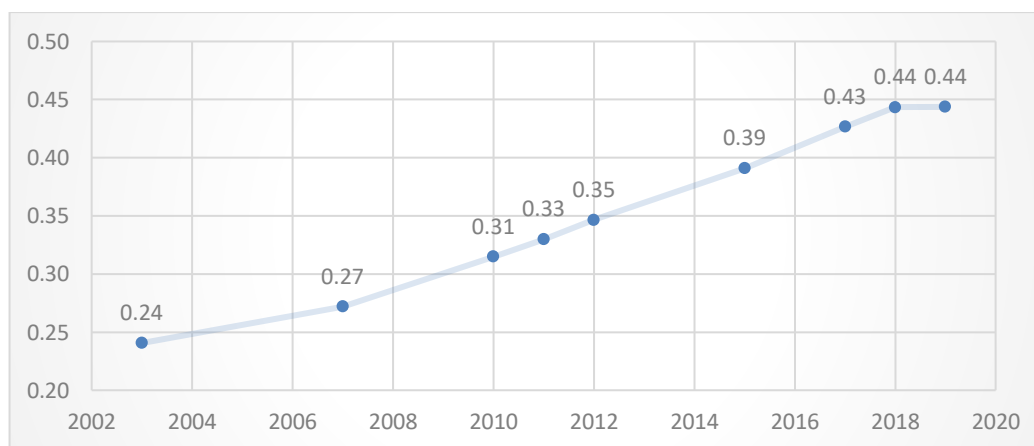
*Nota:* Elaboración del Censo Nacional de Población y Vivienda 2017 del INEI – PERÚ

En el distrito de Ollantaytambo acorde al último censo nacional se registraron un total de 11, 381 personas donde predomina la población rural con un total de 7 553 habitantes. Por otro lado, se observa una distribución casi pareja de la población femenina y masculina con una leve prevalencia de varones con un total 5 864 habitantes.

### B. IDH

**Figura 2**

*IDH del distrito de Ollantaytambo*



*Nota:* Elaboración de los datos del IPE 2003-2019

Entre el año 2005 y el año 2007 el IDH del distrito de Ollantaytambo pasó de 0,24 a 0,27 lo que significa que hubo un aumento en las variables que lo componen. Sin embargo, este



incremento no se reflejó en una mejora de su posición en el ranking nacional ya que bajó del puesto 477 al 484. Para el año 2019 el IDH llegó a 0,44, lo que indica que hubo un avance en la reducción de la pobreza donde es evidente que todavía se debe trabajar para ello.

### **C. Indicadores de salud**

Entre las 10 principales causas de morbilidad en el distrito de Ollantaytambo se encuentran las enfermedades respiratorias, parasitarias, cutáneas y subcutáneas, y digestivas. Según datos del 2010, los infantes menores a 9 años sufrieron principalmente de patologías del sistema respiratorio (45.16%) y de enfermedades infecciosas y parasitarias (26.25%) afectando especialmente a los menores de 5 años y comprometiendo su desarrollo normal. Los adolescentes presentaron una alta prevalencia de enfermedades del sistema digestivo (47%) y respiratorias (20.58%) con énfasis en las comunidades campesinas ubicadas en las zonas altas.

Entre las personas adultas de 20 a 58 años las enfermedades del sistema digestivo son las más frecuentes con un 43.81% de los casos. Las enfermedades respiratorias prevalecen en un 19.29%. En los adultos mayores las enfermedades respiratorias también son comunes (20.48%), así como patologías que se asocian a infecciones y parásitos; estas últimas se presentan más en los lugares donde hay deficiencias en los servicios de salubridad (Proyecto INDECI - PNUD, 2018).

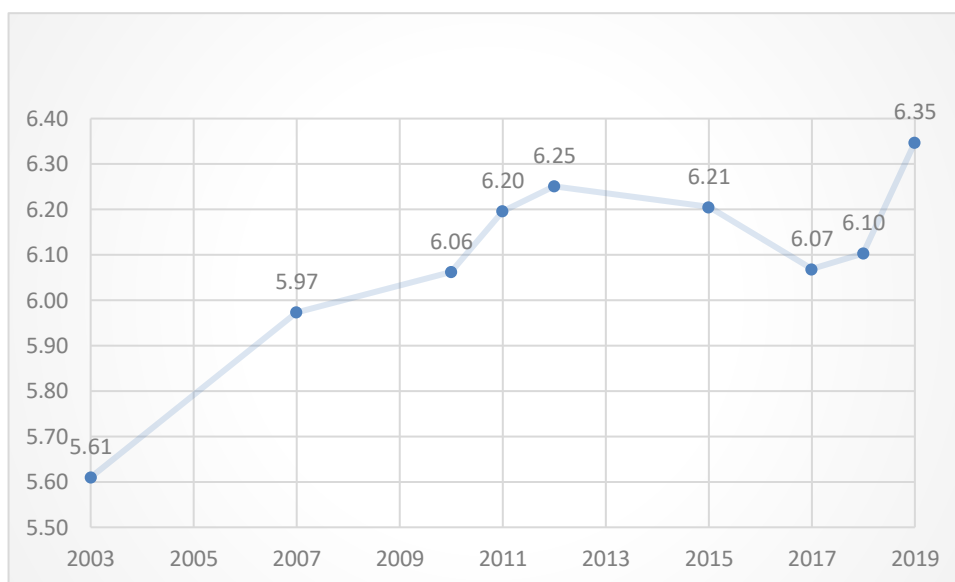
### **D. Indicadores de educación**

**Alfabetismo:** El porcentaje de población analfabeta en las zonas urbanas del distrito de Ollantaytambo entre personas mayores de 15 años se tiene un 6.4% de un total de 2,241 habitantes urbanos. Se destaca que el 93.6% de la población es alfabetizada lo que representa una proporción significativamente alta. Estos datos resaltan la importancia del capital humano en la región donde la mayoría de los pobladores son alfabetizados lo que constituye un factor fundamental.

**Nivel educativo de la población:** Referido al nivel en educación del distrito se tiene registros donde la población superior a los 15 años de edad en las zonas urbanas llega a un 44,4% en secundaria, en el nivel superior a 28,0% y un 21.3% en primaria.

**Figura 3**

*Años de educación de la población de 25 años a más del distrito de Ollantaytambo*



*Nota:* Elaboración de los datos del IPE 2003-2019

En la figura se muestra que en el distrito de Ollantaytambo para el año 2003 la media de años de estudio de los sujetos que pertenecen al grupo etario mayor a 25 años es de 5.61 años. Además, la figura muestra una tendencia positiva de los años de educación llegando a ser de 6.35 años. Pese a no ser significativo los niveles de educación han mejorado en los últimos años.

### **E. Aspectos culturales**

El distrito de Ollantaytambo se remonta a la época anterior a los incas y fue habitado por la etnia de los Tampus. Por su valor patrimonial se le llama —Ciudad Inca Viviente pues los colonizadores se asentaron sobre las edificaciones de la ciudad incaica. La población muestra un fuerte vínculo con su ascendencia (que data desde el tiempo de los incas) y sus expresiones culturales. De este modo los habitantes de la zona alto-andina conservan su vestuario tradicional

a manera de preservar sus orígenes, los usos y costumbres que se mantienen hoy en día. Este hecho tiene su origen en la época prehispánica destacando las siguientes:

- El pago a la tierra o Pachamama, entre las prácticas culturales que se mantienen en la región andina se encuentran el culto a los Apus (divinidades protectoras). Las labores de cooperación colectiva como la Mita, Minka, Ayni, Thinka, Athi o Athisca, el Rimanacya o encuentro de comunidades campesinas y el Chucharutucuy o corte de pelo. No obstante, se corre el riesgo de que el aumento del turismo pueda generar una pérdida gradual de las costumbres y tradiciones.
- El Señor de Choquekillca que la fiesta más grande del año para los creyentes de Ollantaytambo es la que conmemora el hallazgo de una cruz de madera en el río Vilcanota en un lugar llamado Choquekillca (al lado izquierdo del río). Este hecho se considera un milagro y se celebra en Pentecostés una fecha que varía cada año (se calcula 50 días después de la Pascua). La cruz es objeto de mucha devoción por parte de los habitantes de la ciudad, que organizan el festejo por turnos. La cruz sale en procesión acompañada por bandas de música y bailarines que forman 14 grupos (Kachampa, Qoyacha, Aucca chileno).
- El Niño de Marcacocha que según la leyenda un pastor vio al niño Jesús en el sitio llamado Marcacocha y de esa visión surgió una imagen sagrada que se adora hasta hoy. La fiesta empieza el 05 de enero cuando el niño llega a la ciudad. El 06 es el día principal y se realizan varias ceremonias religiosas. La fiesta termina el 08 de enero cuando el Niño vuelve a las montañas de Huilloc y Patacancha.

- Religiosidad andina en Ollantaytambo la cultura ancestral de los incas se mantiene viva en las costumbres de sus descendientes que honran a las fuerzas de la naturaleza con diversos rituales. Entre ellos se destaca el despacho a los Apus, que se realiza entre julio y agosto para proteger al ganado de enfermedades y robos. El más importante es la Pachamama que se efectúa en agosto y que requiere de personas especializadas y respetadas por la comunidad.
- Otras celebraciones como La escenificación del Drama Ollantay basada en la historia de amor entre el general Ollantay y Cusi Coyllor. Se escenifica cada 29 de junio en el lugar conocido como —Fortaleza de Ollantaytambo. Su romance estaba prohibido por el gobernante incaico. Esta representación es una muestra de la identidad cultural de los locales, tanto urbanos como rurales que participan activamente en ella. Al igual que el Inti Raymi es una manifestación de la tradición andina (Proyecto INDECI - PNUD, 2018).

#### **F. Principales actividades económicas de la ciudad**

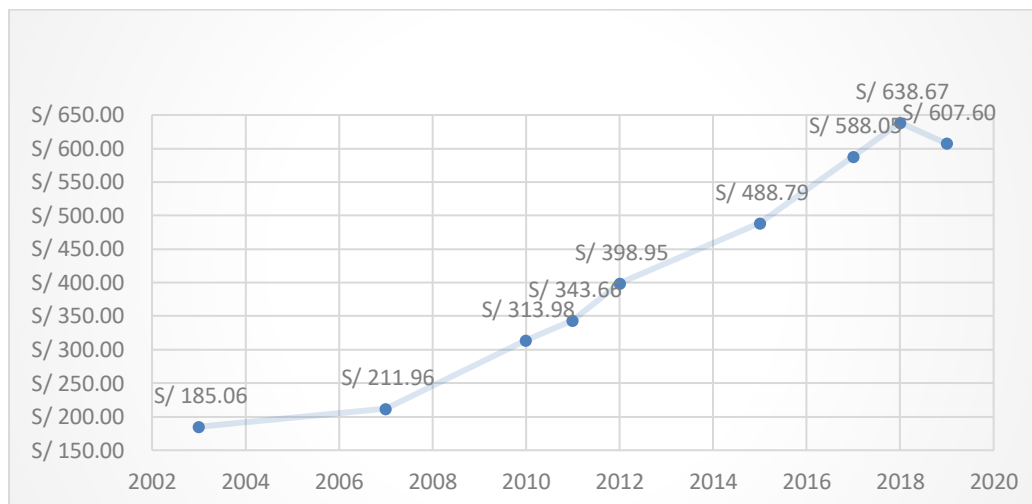
La ciudad de Ollantaytambo tiene el 12.7% de las unidades económicas provinciales que suman 180 unidades en total distribuidas en 09 sectores de la economía. El sector de comercio mayorista y minorista representa el 47.2% de las unidades seguido por el sector de hospedaje y restaurantes representan un 40%. El 12.3% restante corresponde a otros sectores. La actividad económica más importante del área urbana de Ollantaytambo es el turismo que ha tenido un crecimiento notable con una oferta constante basada en la competencia entre los proveedores y un nivel mínimo de calidad en el servicio. La ciudad ofrece restaurantes y hoteles o alojamientos turísticos de hasta tres estrellas donde muchos de ellos no están registrados. La población urbana además del turismo se dedica a la agricultura como una actividad secundaria para el 60% de la población aproximadamente. Otras actividades económicas son el comercio minorista de

productos de primera necesidad (tiendas, farmacias, etc.) (Proyecto INDECI - PNUD, 2018).

## G. Ingreso percápita

**Figura 4**

*Ingreso mensual per cápita por familia del distrito de Ollantaytambo*



*Nota:* Elaboración de los datos del IPE 2003-2019

A nivel de distrito se observa que en el año 2003 el ingreso mensual promedio por familia era de 185 soles. A partir del año 2007 este monto experimentó un notable aumento llegando a alcanzar los 638 soles mensuales para el año 2018. No obstante, se registró una ligera disminución en el año 2019 cuando el ingreso promedio descendió a 607 soles.

## Capítulo V

### Resultados de la investigación

#### 5.1. Análisis de los hoteles y hostales encuestados

**Tabla 3**

*Clasificación de su hospedaje*

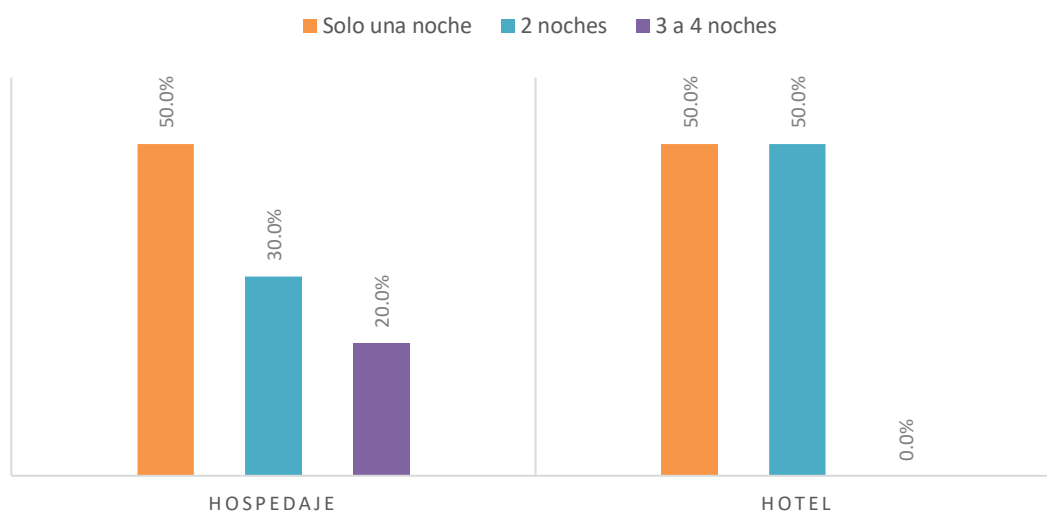
		n	%
Hospedajes	Sin categoría	10	45.5%
Hotel	1 estrella	3	13.6%
	2 estrellas	6	27.3%
	3 estrellas	3	13.6%
		22	100%

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

En la tabla se pueden identificar los distintos tipos de establecimientos de hospedaje que fueron objeto de la encuesta. Los resultados revelan una diversidad significativa en la muestra con el 45.5% de los establecimientos perteneciendo a la categoría de hospedajes seguidos por hoteles de una estrella con un 13.6%, hoteles de dos estrellas con un 27.3%, y establecimientos hoteleros de tres estrellas con un 13.6%.

**Figura 5**

*Tiempo de estancia de la habitación*



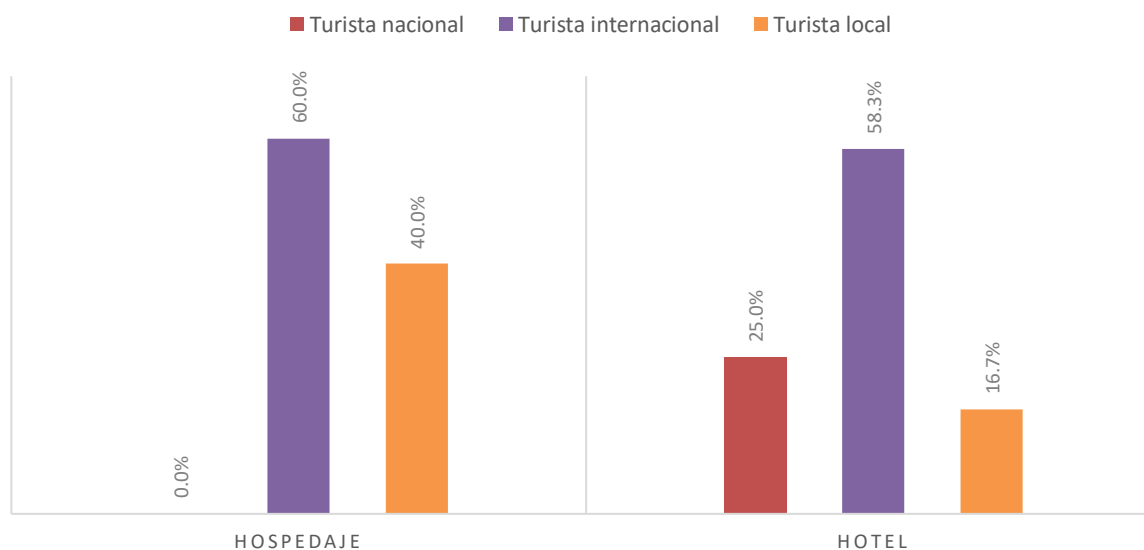
*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

**Tabla 4***Tiempo de estancia de la habitación*

	hospedaje		hotel		Total	
	n	%	n	%	n	%
Solo una noche	5	50.0%	6	50.0%	11	50.0%
2 noches	3	30.0%	6	50.0%	9	40.9%
3 a 4 noches	2	20.0%	0	0.0%	2	9.1%
Total	10	100.0%	12	100.0%	22	100.0%

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

Se destaca que la duración promedio de la estadía tanto en hospedajes como en hoteles es sorprendentemente breve con un 50% de los casos en ambas categorías registrando solo una noche de estadía. Entre los hoteles el segundo período más común es de dos noches siendo utilizado mayoritariamente para estancias de una noche o en algunos casos, para estadías que oscilan entre 3 y 4 noches. Aunque en este último caso la proporción es significativamente menor, este patrón de estadías breves podría indicar un fuerte enfoque en el turismo de paso o de corta duración en la zona.

**Figura 6***Tipo de turista recibido*

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

**Tabla 5***Tipo de turista*

	hospedaje		hotel		Total	
	n	%	n	%	n	%
Turista nacional	0	0.0%	3	25.0%	3	13.6%
Turista internacional	6	60.0%	7	58.3%	13	59.1%
Turista local	4	40.0%	2	16.7%	6	27.3%
Total	10	100.0%	12	100.0%	22	100.0%

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

Tanto la tabla como la figura revelan una notable variación en el tipo de turistas que visitan Ollantaytambo. Se muestra que del 59.1% de turistas extranjeros que llegan a la región, el 60% opta por hospedajes y el 58.3% elige hoteles para su estadía. Del 27.3% de turistas locales, el 40% muestra preferencia por los hospedajes. Mientras que entre el 13.6% de turistas nacionales el 25% prefiere exclusivamente los hoteles. Ello refleja una dinámica interesante en la que los turistas extranjeros tienden a distribuirse de manera bastante equitativa entre hoteles y hospedajes. Los turistas locales y nacionales muestran preferencias más marcadas hacia un tipo de alojamiento en particular. Esta información podría ser valiosa para desarrollar planes estratégicos de marketing en Ollantaytambo.

## 5.2. Demanda hotelera en los años en el periodo: 2019 - 2021

**Figura 7***Ingreso mensual promedio de los hospedajes por mes*

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023



**Tabla 6***Ingreso mensual promedio de los hospedajes por mes*

	<b>años</b>		
	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>hospedaje</b>	S/. 3700	S/. 600	S/. 2100
<b>hotel</b>	S/. 6125	S/. 500	S/. 2375

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

Tanto la figura como tabla muestran que en el caso de los hoteles, en el año 2019 el promedio de ingreso mensual alcanzó los S/ 6,125; no obstante, en el año 2020, con las restricciones y prohibiciones de viaje, se experimentó una marcada caída, con un promedio de S/ 500, lo que representa una pérdida significativa en la industria hotelera debido a las restricciones por Covid 19; para el año 2021, es evidente un aumento en el promedio de ingreso mensual, llegando a S/ 2,375, lo que indica una recuperación gradual en comparación con el 2019; estos datos muestran claramente el impacto negativo de la pandemia en el sector turístico, con una disminución drástica de ingresos en el año 2020 y una posterior recuperación en el 2021; estos hallazgos son cruciales para comprender cómo la crisis de salud afectó la economía local y pueden servir como base para la planificación de estrategias de recuperación en el futuro.

**Tabla 7***Manejo de personal promedio de los hospedajes y hoteles por año*

	<b>Número de empleados despedidos</b>		
	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
	<b>Contratados</b>	<b>Despedidos</b>	<b>Contratados</b>
<b>hospedaje</b>	0	3	2
<b>hotel</b>	1	4	4

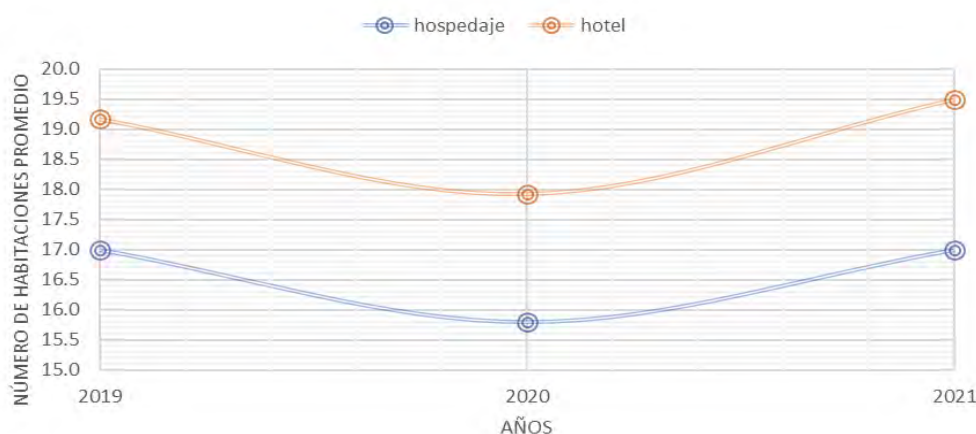
*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

La tabla ofrecen una visión esclarecedora de la dinámica laboral del servicio de hospedaje entre 2019 y 2021; pues se puede observar que todos los encuestados indicaron haber contratado personal en 2019, lo que destaca la estabilidad del sector en ese momento; el promedio de 1 trabajador por hotel refleja una demanda constante de empleo en ese año; sin embargo, la

situación cambió drásticamente en 2020 debido a las circunstancias excepcionales; la pandemia obligó a muchos establecimientos a realizar despidos, y los números son notables; en promedio, los hostales tuvieron que despedir a 3 personas, mientras que los hoteles llegaron a una cifra más alta de 4 despidos por establecimiento; este aumento significativo se debió principalmente al cierre total de los establecimientos y las restricciones de viaje. Por otra parte, al 2021, comenzamos a ver signos de recuperación en la industria del hospedaje; los hostales volvieron a contratar en promedio a 2 personas, lo que sugiere una mejora gradual en la situación laboral. Los hoteles, por su parte, mostraron una tendencia aún más positiva, contratando en promedio a 4 personas nuevamente; esto podría indicar una recuperación más rápida en el sector hotelero, lo que es una señal alentadora para la economía en general de la localidad.

### Figura 8

*Número de habitaciones que dispuso en los siguientes años*



*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

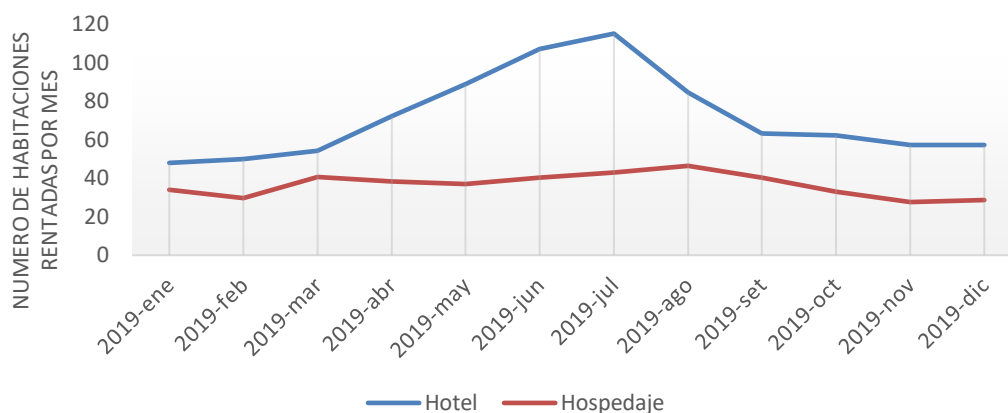
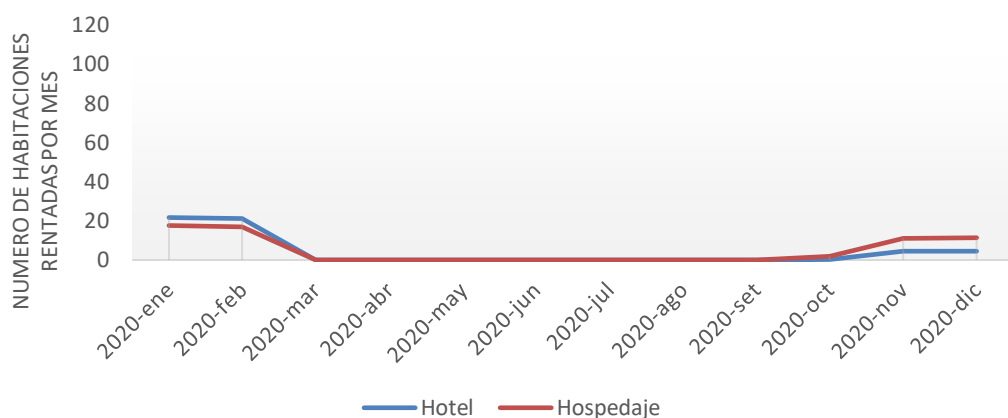
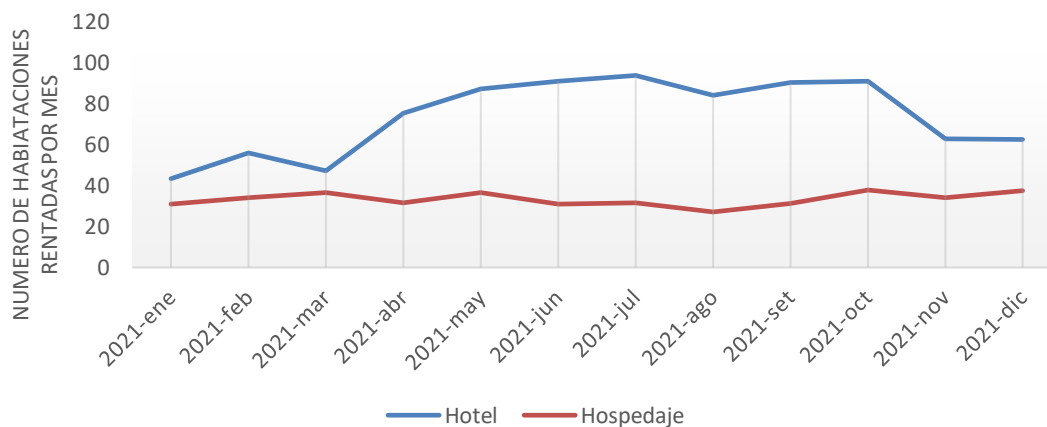
### Tabla 8

*Número de habitaciones que dispuso en los siguientes años*

	años		
	2019	2020	2021
<b>hospedaje</b>	17.0	15.8	17.0
<b>hotel</b>	19.2	17.9	19.5

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

El figura y la tabla muestran claramente cómo la pandemia afectó la capacidad de hospedaje en establecimientos tanto de hospedajes como de hoteles; durante el año 2020, en pleno apogeo de la crisis sanitaria, las restricciones legales, que exigían un distanciamiento de dos metros entre las personas y la limitación de la capacidad en las habitaciones, tuvieron un impacto significativo en la disponibilidad de habitaciones. En el caso de los hospedajes, el promedio de habitaciones disponibles fue de 17 antes de la pandemia, pero en 2020 disminuyó a un promedio de 15; sin embargo, es alentador ver que para 2021, la capacidad de habitaciones regresó a su nivel previo de 17, lo que sugiere una cierta recuperación. En cuanto a los hoteles, el promedio de disponibilidad de habitaciones era de 19 antes de la pandemia; en 2020, esta cifra bajó a un promedio de 17 debido a las restricciones; aunque hubo una ligera mejoría en 2021, con un promedio de 19 habitaciones disponibles, aún no se había recuperado completamente el nivel anterior a la pandemia. Estos datos indican claramente el efecto del distanciamiento social en la capacidad de hospedaje de los establecimientos; a medida que las restricciones se relajan y la situación sanitaria mejora, es de esperar que la capacidad de habitaciones continúe recuperándose.

**Figura 9***Ocupabilidad - Cantidad de habitaciones por mes vendidas en 2019***Figura 10***Ocupabilidad - Cantidad de habitaciones por mes vendidas en 2020***Figura 11***Ocupabilidad - Cantidad de habitaciones por mes vendidas al año 2021*

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

**Tabla 9***Ocupabilidad de hoteles y hospedajes del 2019 - 2021*

		ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	set	oct	nov	dic
<b>2019</b>	<b>Hotel</b>	47.9	49.9	54.3	72.2	88.9	107.2	115.1	84.4	63.3	62.2	57.1	57.3
	<b>Hospedaje</b>	34.1	29.5	40.5	38.4	36.8	40.3	43.0	46.4	40.4	33.1	27.6	28.5
<b>2020</b>	<b>Hotel</b>	21.7	21.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	4.3	4.4
	<b>Hospedaje</b>	17.6	17.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	11.0	11.5
<b>2021</b>	<b>Hotel</b>	43.3	56.0	47.1	75.3	87.1	90.8	93.8	84.0	90.4	91.1	62.9	62.5
	<b>Hospedaje</b>	31.0	34.2	36.4	31.5	36.5	30.9	31.4	27.1	31.1	37.8	34.2	37.4

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

Las figuras y la tabla presentan una imagen reveladora de las ventas de habitaciones en los hospedajes y hoteles a lo largo de tres años cruciales: 2019, 2020 y 2021. Estos datos arrojan luz sobre el impacto significativo que la pandemia tuvo en los servicios de hospitalidad.

En el caso de los hospedajes, se destaca que en 2019, las ventas se mantuvieron relativamente estables, oscilando entre 30 y 45 habitaciones vendidas por mes; sin embargo, en 2020, el panorama cambió drásticamente; durante el primer bimestre anual, las ventas promedio se redujeron a 17 habitaciones por mes, y en los meses siguientes (marzo a septiembre), las ventas llegaron a cero debido a las restricciones y cierres relacionados con la pandemia; aunque hubo una ligera recuperación hacia fines de 2020, con un promedio de 11 habitaciones vendidas por mes en noviembre y diciembre, las ventas de habitaciones en 2021 no lograron alcanzar los niveles de 2019, manteniéndose en un rango de 30 a 38 habitaciones vendidas por mes; este patrón muestra los efectos duraderos de la emergencia sanitaria en el ámbito de los hospedajes.

En cuanto a los hoteles, 2019 revela un aumento en las ventas en el periodo de junio y julio, con promedios de 107 y 115 habitaciones vendidas, respectivamente, relacionados con festividades y temporadas turística; los demás meses se mantuvieron con ventas entre 50 y 80 habitaciones por mes en promedio; sin embargo, en 2020, la pandemia tuvo un efecto devastador, con ventas en declive y, en algunos meses, la imposibilidad de vender ninguna habitación, lo que

representó una pérdida considerable dado que el turismo era una fuente crucial de ingresos; aunque en 2021 hubo un aumento en las ventas de habitaciones en comparación con 2020, no lograron igualar los niveles de 2019, manteniéndose en un rango de 30 a 35 habitaciones vendidas por mes.

**Tabla 10**

*Flujo de turistas en Ollantaytambo*

Meses	2019			2020			2021			Variaciones 2019 / 2021
	nacional	extranjero	total	nacional	extranjero	total	nacional	extranjero	total	
enero	0	0	0	26942	46155	73097	14922	721	15643	-
febrero	17437	23314	40751	21872	26191	48063	0	0	0	-100%
marzo	13401	37490	50891	8968	13093	22061	3801	322	4123	-92%
abril	14332	66004	80336	0	0	0	4007	1102	5109	-94%
mayo	23653	85034	108687	0	0	0	9710	2425	12135	-89%
junio	21462	67275	88737	0	0	0	13221	5199	18420	-79%
julio	33418	88475	121893	0	0	0	27153	6454	33607	-72%
agosto	34949	66416	101365	0	0	0	41608	8233	49841	-51%
setiembre	28629	46934	75563	0	0	0	33711	10595	44306	-41%
octubre	38641	42111	80752	2884	133	3017	35155	11519	46674	-42%
noviembre	39712	43068	82780	10250	603	10853	22775	12842	35617	-57%
diciembre	23112	37720	60832	12644	1323	13967	18169	12696	30865	-49%
total	288746	603841	892587	83560	87498	171058	224232	72108	296340	-67%

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

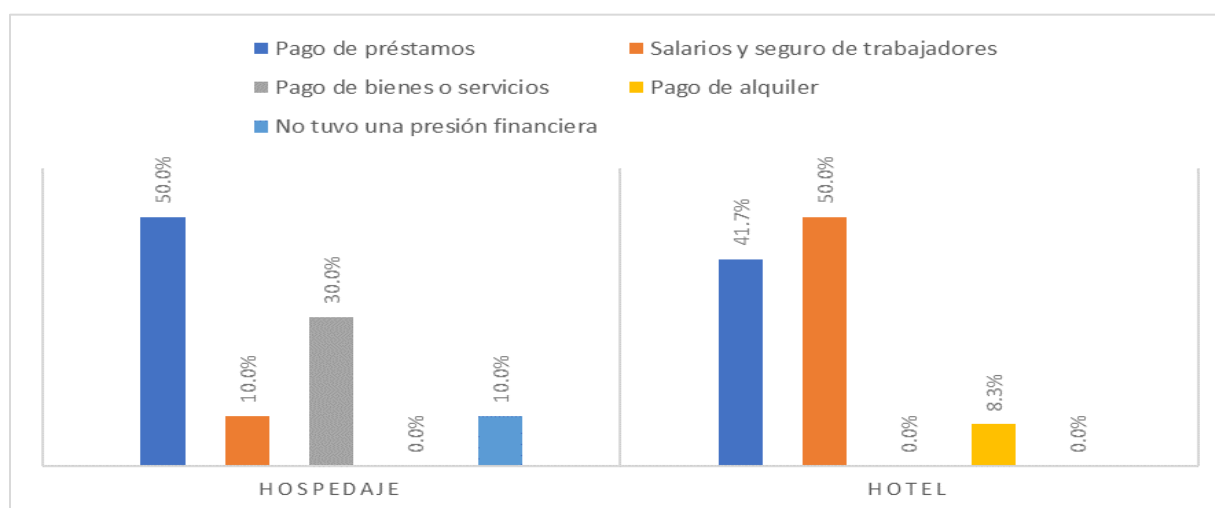
Los datos de la tabla muestran una perspectiva interesante sobre el turismo en Ollantaytambo durante los años 2019, 2020 y 2021. En 2019, se observa un notable número de turistas, que marca la referencia para los años siguientes; se destaca que los meses de mayo a agosto son los de mayor afluencia turística, lo que podría relacionarse con las condiciones climáticas favorables y las festividades locales; sin embargo, el año 2020 presenta un panorama muy diferente debido al impacto del COVID-19; desde abril hasta septiembre, se registró la drástica cifra de cero turistas nacionales y extranjeros, lo que refleja las estrictas restricciones y cierres relacionados con la pandemia; no obstante, a medida que avanzaba el año, en noviembre y diciembre, se comenzaron a ver signos de recuperación, especialmente en el turismo nacional,

lo cual pudo deberse a los incentivos del gobierno para promover el turismo interno; para 2021, las cifras de visitantes comenzaron a recuperarse, lo que es una señal alentadora; sin embargo, a pesar de la mejora, aún no se alcanzaron los niveles de 2019; en total, Ollantaytambo recibió 296,340 visitantes en 2021, lo que representó un impresionante aumento del 73.2% con respecto a 2020; sin embargo, en comparación con 2019, se observa una disminución del 67%, lo que subraya el impacto continuo de la pandemia en el turismo de la región.

### 5.3. Factores que afectaron la ocupabilidad los hoteles en época de pandemia 2019-2021

**Figura 12**

*Principales presiones financieras por los dueños de hostales u hoteles*



*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

**Tabla 11**

*Principales presiones financieras por los dueños de hostales u hoteles*

	hospedaje		hotel		Total	
	n	%	n	%	n	%
<b>Pago de préstamos</b>	5	50.0%	5	41.7%	10	45.5%
<b>Salarios y seguro de trabajadores</b>	1	10.0%	6	50.0%	7	31.8%
<b>Pago de bienes o servicios</b>	3	30.0%	0	0.0%	3	13.6%
<b>Pago de alquiler</b>	0	0.0%	1	8.3%	1	4.5%
<b>No tuvo una presión financiera</b>	1	10.0%	0	0.0%	1	4.5%
<b>Total</b>	10	100.0%	12	100.0%	22	100.0%

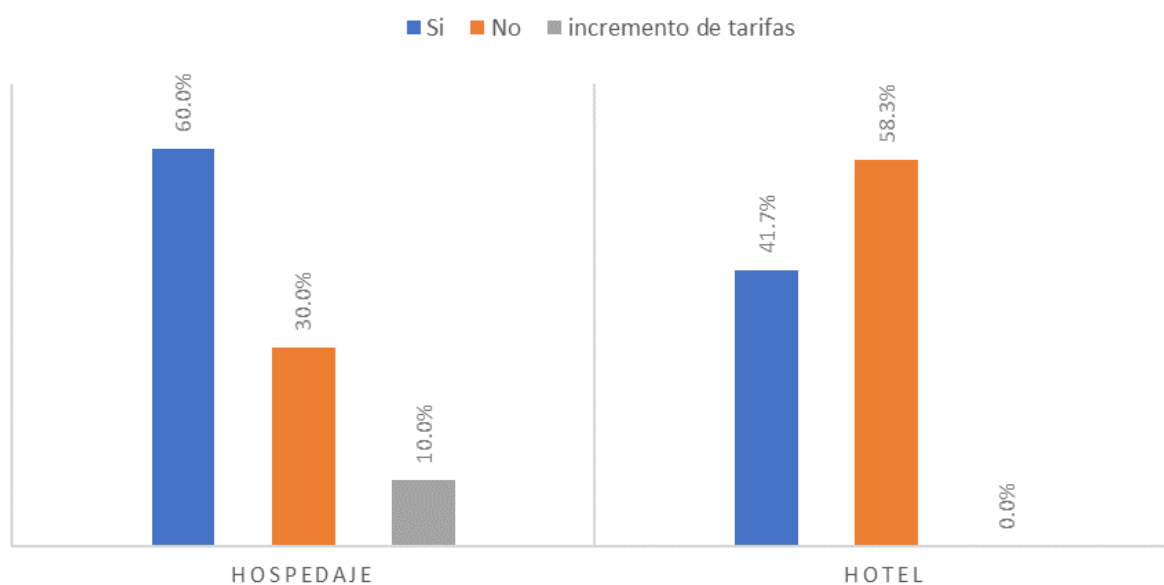
*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

La figura y la tabla muestran las principales presiones financieras que enfrentaron los empresarios en el período comprendido entre 2019 y 2021 en el sector de hospedajes y hoteles. Estas cifras son cruciales para comprender cómo la pandemia impactó en la salud financiera de estos negocios; se destaca que el 45.5% de las presiones financieras fueron relacionadas con préstamos, lo que indica que una parte significativa de los empresarios recurrió a financiamiento adicional para hacer frente a las dificultades económicas provocadas por la pandemia. Los préstamos pueden haber sido esenciales para mantener la operatividad de los establecimientos y pagar gastos fundamentales.

Asimismo, el 31.8% de las presiones financieras se debieron a salarios y seguros, lo que refleja la importancia de mantener a los empleados y garantizar la seguridad social en momentos críticos; esto resalta el compromiso de los empresarios con su personal incluso en tiempos difíciles; además, el 13.6% de las presiones financieras estuvieron relacionadas con pagos de servicios y suministros, lo que implica que mantener la infraestructura y los servicios esenciales fue un desafío financiero importante.

Los pagos de alquileres representaron un 4.5% del total de las presiones financieras, lo que sugiere que, aunque no fue la carga más pesada, el costo del arrendamiento aún fue una preocupación para algunos empresarios; es relevante destacar que solo un 4.5% del total no experimentó presiones financieras, lo que podría indicar una capacidad excepcional de adaptación o una posición financiera más sólida para ese grupo particular.



**Figura 13***Reducción de tarifas*

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

**Tabla 12***Reducción de tarifas*

	hospedaje		hotel		Total	
	n	%	n	%	n	%
<b>Si</b>	6	60.0%	5	41.7%	11	50.0%
<b>No</b>	3	30.0%	7	58.3%	10	45.5%
<b>incremento de tarifas</b>	1	10.0%	0	0.0%	1	4.5%
<b>Total</b>	10	100.0%	12	100.0%	22	100.0%

		SOLES PROMEDIO		
		simple	dúplex	matrimonio
<b>número de habitaciones</b>	hospedaje	6.5	3.4	3.2
	hotel	12.5	8.92	6.92
<b>costo antes de la pandemia</b>	hospedaje	85.62	119.4	117.4
	hotel	119.21	160.96	161.26
<b>costo durante te la pandemia</b>	hospedaje	71.07	111.5	103
	hotel	112.79	169.42	154.34

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

La figura y la tabla muestran las reducciones de tarifas que tuvieron que implementar

tanto los hospedajes como los hoteles durante el período de la pandemia, que abarcó desde 2019 hasta 2021; estas reducciones de precios reflejan las dificultades económicas que enfrentaron estos negocios en un momento tan desafiante. En general, se observa que el 50% de los establecimientos tuvo que reducir sus tarifas, lo que subraya la presión financiera a la que se vieron sometidos la mitad de los empresarios en este sector; por otro lado, el 45.5% optó por no cambiar sus tarifas, mientras que un 4.5% decidió aumentarlas, lo que podría indicar estrategias comerciales diversas para sobrellevar la situación.

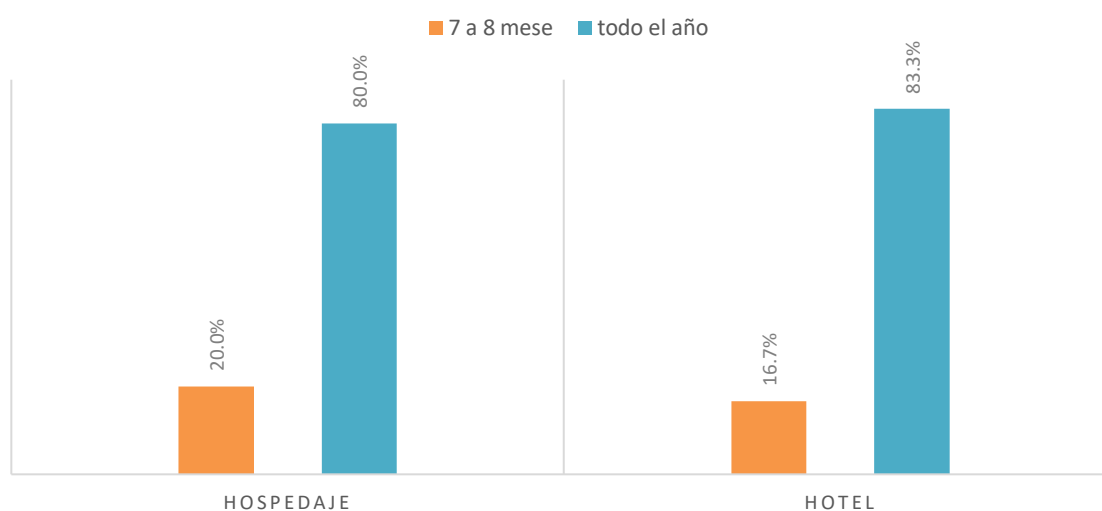
En lo que respecta a los precios por habitación en los hospedajes, se destaca que antes de la pandemia, los precios promedio eran de S/ 85.62 para habitaciones simples, S/ 119.4 para habitaciones dúplex y S/ 117.4 para habitaciones matrimoniales. Sin embargo, durante la pandemia, los precios se redujeron a S/ 71.07, S/ 111.5 y S/ 103.00, respectivamente. Estas reducciones se consideraron pérdidas significativas para los empresarios e inversores, especialmente para aquellos que tenían proyectos e inversiones en marcha en ese momento.

Para el caso del sector hotelero, el precio promedio por habitación antes de la pandemia eran de S/ 119.21 para habitaciones simples, S/ 160.96 para habitaciones dúplex y S/ 161.26 para habitaciones matrimoniales; después de la pandemia, los precios promedio fueron de S/ 112.79, S/ 169.42 y S/ 154.34, respectivamente. Aunque hubo reducciones de precios, estas fueron menos significativas que en los hospedajes, lo que podría deberse a diferencias en la clientela y los servicios ofrecidos.

Es así que los datos muestran la complejidad de la gestión financiera en el sector de hospedajes y hoteles durante la pandemia, donde las reducciones de tarifas se convirtieron en una estrategia común para atraer a los clientes en un momento de incertidumbre económica.

**Figura 14**

*Tiempo de cierre de negocio debido a la inmovilización obligatoria impuesta por el gobierno*



*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

**Tabla 13**

*Reducción de tarifas*

	hospedaje		hotel		Total	
	n	%	n	%	n	%
<b>7 a 8 meses</b>	2	20.0%	2	16.7%	4	18.2%
<b>todo el año</b>	8	80.0%	10	83.3%	18	81.8%
<b>Total</b>	10	100.0%	12	100.0%	22	100.0%

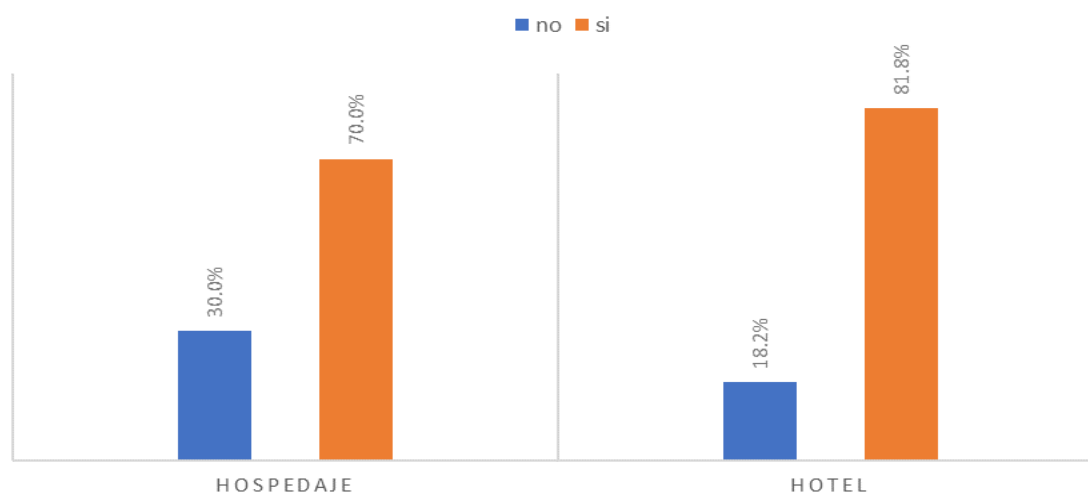
*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

La figura y la tabla proporcionan información crucial sobre el impacto de la pandemia en el cierre de negocios en la industria de hospedajes y hoteles durante un período de tiempo significativo; estos datos reflejan las difíciles circunstancias que enfrentaron los empresarios en este sector debido a la falta de clientela y las restricciones en la interacción con los clientes. El 18.2% de los establecimientos, tanto hoteles como hospedajes, tuvieron que cerrar por un período prolongado de 8 meses; sin embargo, es alarmante observar que el 81.8% de estos establecimientos se vieron obligados a cerrar durante un año completo, esta cifra tan alta destaca la extrema dificultad que enfrentaron estos negocios debido a las restricciones y la falta de turistas. En base a esta información, se puede concluir que la pandemia tuvo un impacto

devastador en hospedajes y hoteles, con un cierre prolongado de la mayoría de los establecimientos. Este cierre prolongado no solo resultó en una pérdida considerable de empleos, sino también tuvo impactos negativos en la dinámica económica de la región, ya que la actividad turística se vio prácticamente paralizada.

**Figura 15**

*Préstamo mediante el programa Reactiva Perú o FAE MYPE*



*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

**Tabla 14**

*Préstamo mediante el programa Reactiva Perú o FAE MYPE*

	hospedaje		hotel		Total	
	n	%	n	%	n	%
No recibí ningún préstamo mediante esos programas	3	30.0%	1	8.3%	4	18.2%
Sí, para reprogramar o refinanciar un préstamo que ya tenía	4	40.0%	4	33.3%	8	36.4%
Sí, para invertir y mejorar el negocio	2	20.0%	4	33.3%	6	27.3%
Sí, para pagar salarios	0	0.0%	3	25.0%	3	13.6%
Sí, para pagar el alquiler del local	1	10.0%	0	0.0%	1	4.5%
	10	100.0%	12	100.0%	22	100.0%

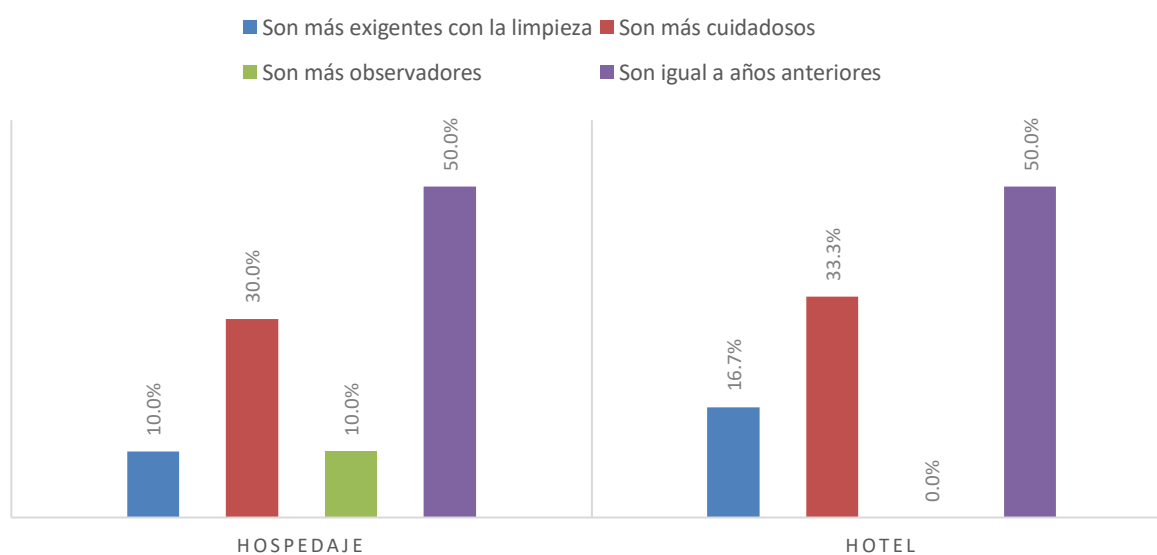
*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

La tabla y la figura muestran a las empresas que recibieron ayuda o financiamiento del estado a por medio de programas como Reactiva Perú o FAE MYPE, diseñados para respaldar a

los empresarios que enfrentaron pérdidas durante la pandemia. En primer lugar, es relevante destacar que el 18.2% de los encuestados declararon que no recibieron ningún préstamo a través de estos programas gubernamentales; esto indica que una parte significativa de los empresarios pudo haber enfrentado dificultades sin recurrir a este tipo de asistencia financiera. Por otro lado, el 36.4% de los encuestados afirmaron que sí recibieron préstamos a través de estos programas, pero principalmente para reprogramar o refinanciar los préstamos existentes; esta estrategia podría haber ayudado a aliviar la carga financiera existente y proporcionar cierta estabilidad. Un 27.3% de los encuestados declararon que utilizaron los préstamos para invertir y mejorar sus negocios; esta decisión es alentadora ya que indica una visión a largo plazo y la voluntad de fortalecer sus empresas durante tiempos difíciles. El 13.6% señaló que utilizó los préstamos para pagar salarios atrasados, lo que subraya la importancia de mantener a los empleados durante la crisis económica; por último, un 4.5% mencionó que utilizó los fondos para pagar el alquiler del local, lo que refleja la necesidad de mantener los espacios de negocio a pesar de las dificultades económicas.

### Figura 16

*Características que tendrá el nuevo consumidor post-covid*



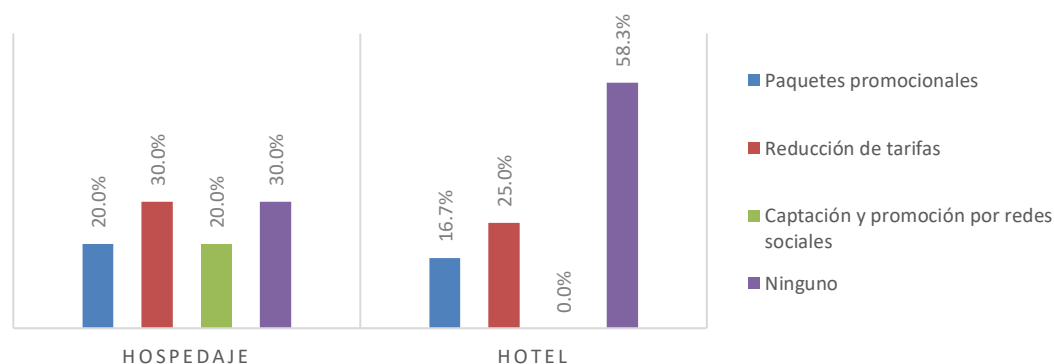
*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

**Tabla 15***Características que tendrá el nuevo consumidor post-covid*

	hospedaje		hotel		Total	
	n	%	n	%	n	%
Son más exigentes con la limpieza	1	10.0%	2	16.7%	3	13.6%
Son más cuidadosos	3	30.0%	4	33.3%	7	31.8%
Son más observadores	1	10.0%	0	0.0%	1	4.5%
Son igual a años anteriores	5	50.0%	6	50.0%	11	50.0%
Total	10	100.0%	12	100.0%	22	100.0%

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

Los empresarios tienen diversas percepciones sobre el comportamiento de los clientes en comparación con los años anteriores a la pandemia; según la información recabada, se observa una variación en las opiniones: para el 50% de los casos, los clientes se consideran iguales a los de años anteriores, mientras que un 31.8% cree que son más cuidadosos en términos de salud y seguridad debido a la pandemia; además, un 13.6% considera que los turistas son más exigentes con la limpieza, y un 4.5% los describe como observadores. Estas percepciones resaltan la diversidad de opiniones entre los empresarios sobre cómo los clientes han cambiado o no en respuesta a la pandemia y subrayan la importancia de adaptarse a las nuevas expectativas y preferencias de los clientes para mantener la competitividad en la industria de la hospitalidad, especialmente en un contexto postpandémico.

**Figura 17***Estrategias aplicadas para reactivar su negocio*

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

**Tabla 16**  
*Estrategias aplicadas para reactivar su negocio*

	hospedaje		hotel		Total	
	n	%	n	%	n	%
Paquetes promocionales	2	20.0%	2	16.7%	4	18.2%
Reducción de tarifas	3	30.0%	3	25.0%	6	27.3%
Captación y promoción por redes sociales	2	20.0%	0	0.0%	2	9.1%
Ninguno	3	30.0%	7	58.3%	10	45.5%
Total	10	100.0%	12	100.0%	22	100.0%

*Nota.* Elaboración del trabajo de campo realizado; julio – agosto del 2023

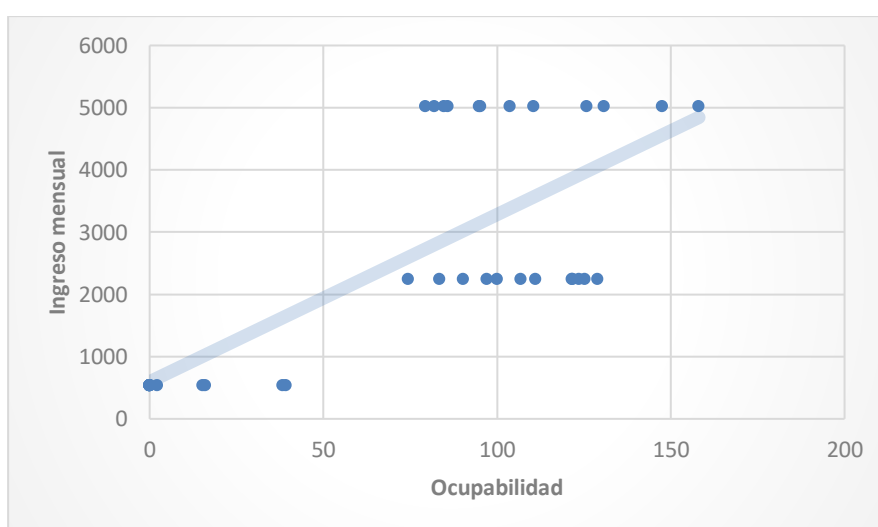
La estrategia de atracción de clientes en el sector hotelero revela que la mayoría de los hoteles, un 59%, no implementaron técnicas específicas; un 25% de ellos optaron por reducir tarifas, y solo un 16.7% llevaron a cabo promociones; por otro lado, en el caso de los hospedajes, el 30% no tomó ninguna acción; sin embargo, el 70% restante implementó diversas estrategias, incluida la reducción de precios, la creación de paquetes especiales y el uso activo de promoción en redes sociales. Estas cifras demuestran que el sector hotelero se enfrentó a un desafío importante en términos de atraer clientes durante la pandemia, y las estrategias variaron ampliamente en función de las circunstancias y la capacidad de adaptación de cada negocio. La promoción en redes sociales y la flexibilidad en las tarifas parecen haber sido estrategias clave para algunos negocios en tiempos difíciles.

Los efectos del confinamiento generaron una cadena de repercusiones que impactaron negativamente en la ocupabilidad hotelera. Uno de los principales efectos identificados fue la notable reducción de ingresos para los establecimientos hoteleros, ya que las restricciones de movimiento y el temor a la propagación del virus disminuyeron significativamente la afluencia de turistas. La implementación de medidas de confinamiento también llevó a una disminución drástica en el flujo de turistas, ya que las personas se vieron limitadas en sus desplazamientos y en la disposición para realizar viajes. Además, la crisis resultante de la pandemia obligó a muchos hoteles a tomar medidas como despidos masivos o la aplicación de descansos temporales para el

personal, como respuesta a la disminución de la demanda. Para contrarrestar la caída en la ocupabilidad, algunos establecimientos implementaron estrategias como la reducción de tarifas como un incentivo para atraer a los pocos turistas disponibles. En este contexto, se evidencian diversas correlaciones entre los efectos del confinamiento y las variables relacionadas con la ocupabilidad hotelera:

### Figura 18

*Gráfico de dispersión entre ingresos y ocupabilidad. Periodo 2019-2021*



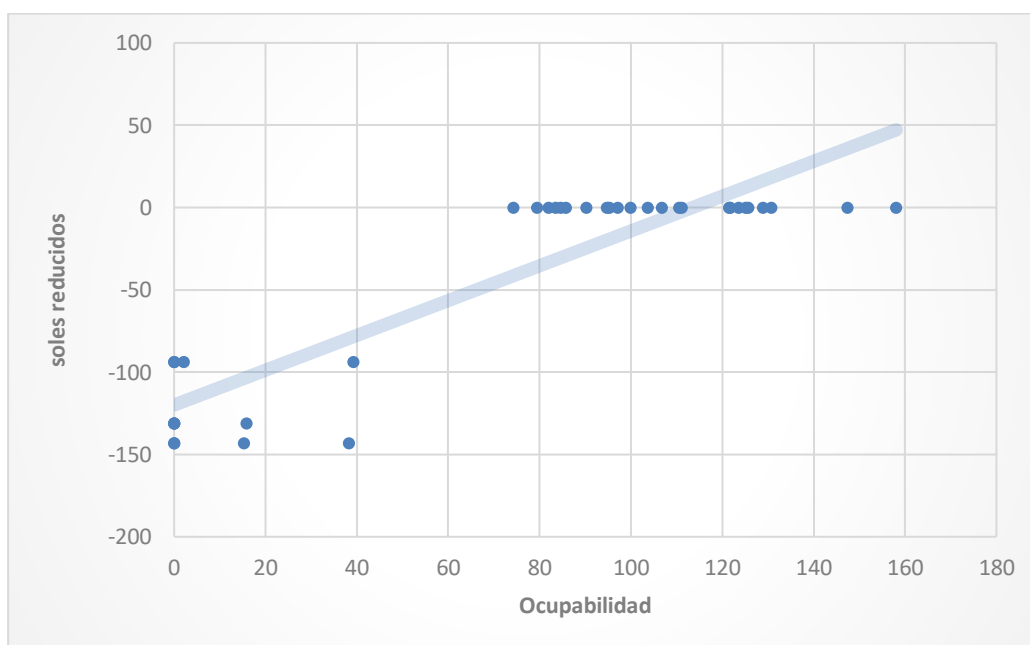
Los resultados obtenidos revelan una tendencia positiva entre los ingresos mensuales y la ocupabilidad hotelera, indicando una relación directamente proporcional entre ambas variables. Esta relación sugiere que a medida que la ocupabilidad hotelera aumenta, también se observa un incremento en los ingresos mensuales. Este patrón es lógico y esperado, ya que una mayor ocupación implica un mayor número de habitaciones vendidas, generando así un aumento en los ingresos para el establecimiento. La conexión positiva entre la ocupabilidad y los ingresos resalta la importancia de mantener altos niveles de ocupación para garantizar la salud financiera de los hoteles. Cuando la demanda es alta y las habitaciones se ocupan con regularidad, los ingresos resultantes contribuyen de manera significativa al éxito económico del establecimiento. Esta



relación también destaca la influencia directa que tiene la ocupabilidad en la generación de ingresos, subrayando la importancia estratégica de optimizar la ocupación hotelera para maximizar los beneficios financieros.

### Figura 19

*Gráfico de dispersión entre soles reducidos (reducción de tarifas) y ocupabilidad. Periodo 2019-2021*



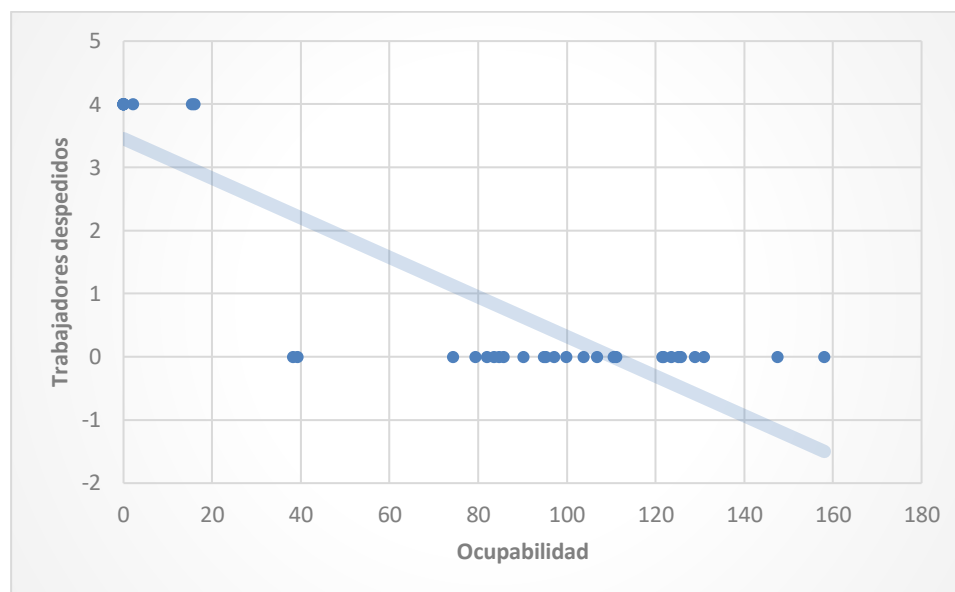
La figura ilustra una relación positiva entre la reducción de tarifas y la ocupabilidad hotelera. Esto sugiere que la estrategia de reducir las tarifas fue efectiva para atraer nuevos clientes y, como resultado, incrementó la ocupabilidad en aquellos establecimientos que implementaron esta medida. La correlación positiva entre la reducción de tarifas y la ocupabilidad indica que cuando los hoteles aplicaron descuentos o tarifas más bajas, lograron atraer a más clientes, lo que se reflejó en un aumento en la ocupación de habitaciones.

Esta estrategia puede interpretarse como una respuesta exitosa para estimular la demanda en un contexto donde otros factores, como el confinamiento o las restricciones de viaje, podrían

haber afectado negativamente la ocupación.

### Figura 20

*Gráfico de dispersión entre trabajadores despedidos y ocupabilidad. Periodo 2019-2021*

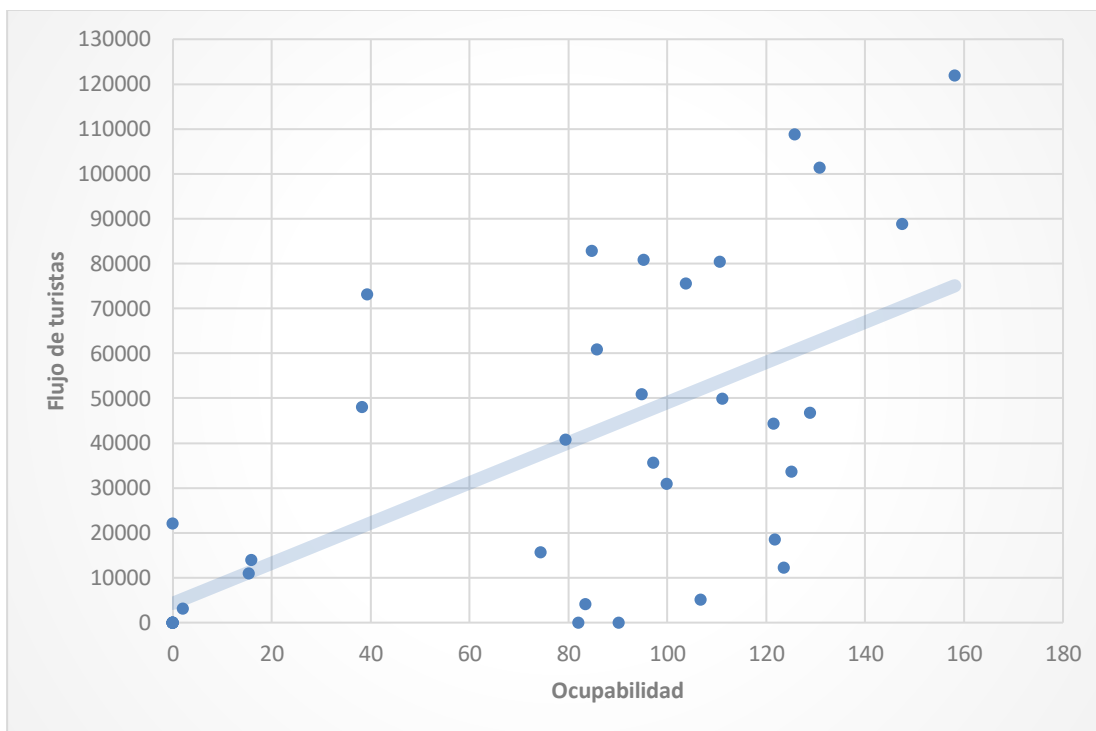


La figura evidencia una relación inversa entre la reducción de trabajadores despedidos y la ocupabilidad hotelera. Esto indica que cuando se observa una disminución en el número de trabajadores despedidos, hay un aumento correspondiente en la ocupabilidad de los hoteles. Esta correlación sugiere que la estabilidad en la fuerza laboral podría estar vinculada positivamente con un aumento en la ocupabilidad hotelera.

Un menor número de despidos podría traducirse en una mayor capacidad del personal para atender y mantener la calidad de los servicios hoteleros, lo que a su vez puede resultar en una mayor satisfacción de los clientes y, en última instancia, en un aumento en la ocupación de habitaciones.

**Figura 21**

*Gráfico de dispersión entre trabajadores despedidos y ocupabilidad. Periodo 2019-2021*



La relación directa entre la ocupabilidad y el flujo de turistas revela que un aumento en la llegada de turistas a Ollantaytambo está asociado con un incremento en la ocupabilidad hotelera. Este hallazgo indica que la demanda de servicios hoteleros en el distrito se ve afectada positivamente por la afluencia de turistas.

Cuando hay un mayor flujo de turistas, la demanda de alojamiento tiende a crecer, y los hoteles experimentan una mayor ocupación de habitaciones. Esta correlación sugiere que el atractivo turístico de Ollantaytambo, debido a su importancia histórica y su posición como destino turístico, tiene un impacto positivo en la ocupabilidad hotelera.

**Tabla 17***Correlación entre la variable ocupabilidad hotelera y factores afectados.*

	<b>Ocupabilidad</b>	
	<b>Coefficiente de correlación</b>	
	<b>Rho de Spearman</b>	<b>Sig.</b>
Ingresos mensuales	,703**	< 0.002
Soles reducidos	,800**	< 0.003
Trabajadores despedidos	-,779**	< 0.004
Flujo de turistas	,676**	< 0.006

La tabla muestra los coeficientes de correlación, específicamente el coeficiente de correlación Rho de Spearman, entre la variable “Ocupabilidad” y otras variables relevantes, de esta manera se tuvo:

- Existe una correlación positiva significativa de 0.703 entre los ingresos mensuales y la ocupabilidad. Esto sugiere que a medida que aumentan los ingresos mensuales, hay una tendencia positiva en la ocupabilidad hotelera en el distrito de Ollantaytambo.
- La correlación positiva significativa de 0.800 indica que hay una fuerte relación positiva entre la reducción de tarifas. Esto sugiere que la estrategia de reducir las tarifas está asociada con un aumento en la ocupabilidad.
- La correlación negativa significativa de -0.779 muestra que hay una relación inversa entre la cantidad de trabajadores despedidos y la ocupabilidad. Esto implica que a medida que disminuye la cantidad de trabajadores despedidos, la ocupabilidad tiende a aumentar.
- La correlación positiva significativa de 0.676 indica que existe una relación positiva entre el flujo de turistas y la ocupabilidad. Esto sugiere que un aumento en el flujo de turistas está asociado con un aumento en la ocupabilidad hotelera.

Estos resultados respaldan la idea de que factores como los ingresos mensuales, la reducción de tarifas, la cantidad de trabajadores despedidos y el flujo de turistas están correlacionados con la ocupabilidad hotelera en el distrito de Ollantaytambo.

Para la contrastación de hipótesis se realizó una regresión referente a los distintos efectos que conllevó la pandemia; para ello se planteó:

$$\text{Demanda hotelera} = f(\text{Confinamiento})$$

$$\text{Demand.Htel} = f(\% \text{ Ing.}, \text{Tarif.}, \text{Trab.Desp.}, \text{Fluj.Tur})$$

$$\text{Demand.Htel} = c + \beta_1 \text{Ing} + \beta_2 \text{Tarif} + \beta_3 \text{Trab.Desp.} + \beta_4 \text{Fluj.Tur} + \varepsilon$$

Donde:

C= Constante

Demand.Htel = Ocupabilidad hotelera (cantidad de habitaciones vendidas)

Ing. = Ingresos mensuales en soles

Tarif. = Reducción de tarifas

Trab.Desp= Cantidad de trabajadores despedidos

Fluj.Tur = Flujo turístico

$\varepsilon$  = término de error

La regresión planteada, corresponde a una regresión simple de tipo lineal, esta contó de 36 datos ya que la data analizada fue de forma mensual por cada año de estudio; al ser una regresión esta cumplió con los supuestos necesarios que validen el modelo, es decir, el modelo no tuvo problemas de autocorrelación, colinealidad, heterocedasticidad y los errores se distribuyen de manera normal:

**Tabla 18***Prueba de autocorrelación*

Durbin's alternative	test for autocorrelation	
lags(p)	chi2 df	Prob > chi2
1	4.759 1	0.0921

**H0: no serial correlation**

La tabla muestra una significancia de 0.0921, es decir, es mayor a 0.05, por lo tanto se acepta la hipótesis nula H0, no hay problemas de autocorrelación.

**Tabla 19***Prueba de normalidad*

Variable	Obs	Pr(Skewness)	Pr(Kurtosis)	adj	chi2(2) Prob>chi2
errores	36	0.7912	0.3408	1.03	0.5974

La prueba de normalidad muestra un p valor de 0.5974, el cual es mayor a 0.05, por lo tanto, podemos afirmar que los errores no presentan una distribución normal.

**Tabla 20***Prueba de multicolinealidad*

Variable	VIF	1/VIF
Solesreduc~s	6.55	0.152759
Trabaja~idos	4.97	0.201290
Ingresosme~s	4.39	0.227933
Flujodetur~s	2.61	0.383577
Mean VIF	4.63	

Acorde a los resultados se tuvo un VIF de 4.63 menor a 10 en cada una de las variables, de esta manera se puede afirmar que el modelo no presenta problemas de multicolinealidad.

Finalmente se evaluarla el test de White donde:

Ho: homoskedasticity

against Ha: unrestricted heteroskedasticity

$$\text{chi2}(11) = 16.89$$

$$\text{Prob} > \text{chi2} = 0.1112$$

**Tabla 21**

*Prueba de heterocedasticidad*

Source	chi2	df	p
Heteroskedasticity	16.89	11	0.1112
Skewness	9.16	4	0.0572
Kurtosis	1.93	1	0.1651
Total	27.98	16	0.0318

La prueba muestra un p-valor de 0.1112 mayor a 0.05, de esta forma se afirma que el modelo no presenta problemas de heterocedasticidad.

**Tabla 22**

*Regresión*

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	36
Model	81366.0502	4	20341.5125	F(4, 31)	=	63.92
Residual	9865.53193	31	318.242966	Prob > F	=	<b>0.0000</b>
				R-squared	=	0.8919
				Adj R-squared	=	<b>0.8779</b>
Total	91231.5821	35	2606.61663	Root MSE	=	17.839

La regresión muestra un F-calculado de 0.000 de esta manera se afirma que el modelo se muestra significativo, por otro lado se tuvo un R2 de 0.8779; es decir, que el modelo explica la ocupabilidad en un 87% y en el mejor de los casos en un 89%.

**Tabla 23***Lectura de coeficientes*

<b>Ocupabilidad (Dem.Hotl)</b>	<b>Coef.</b>	<b>P&gt;t</b>
<i>Ingresos mensuales</i>	-.0054537	0.116
<i>Soles reducidos</i>	.6224188	<b>0.000</b>
<i>Flujo de turistas</i>	.0044522	<b>0.002</b>
<i>Trabajadores despedidos</i>	-5.781274	0.128
<b>_cons</b>	104.0665	0.000

Asimismo, se muestra que la reducción de tarifas resulta significativa en el periodo de estudio ya que tuvo un p-valor de 0.000 mayor a 0.05, asimismo, se puede indicar, que a mayor reducción de tarifas (menos soles) la ocupabilidad fue mayor en un 62%, por lo que los precios promocionales fueron clave para mantener una adecuada ocupabilidad.

El análisis del flujo de turistas durante el período de estudio arrojó resultados significativos, donde el valor de p fue de 0.002 menor a 0.05; además, se observó una relación directa entre el número de turistas y la ocupabilidad hotelera, con un coeficiente positivo del 0.4%. Esto indica que a medida que incrementa la cantidad de turistas, la ocupabilidad de los hoteles también tiende a aumentar, lo que sugiere un impacto positivo del turismo en los servicios de hotelería; por otro lado, cuando el número de turistas disminuye, la ocupabilidad hotelera también tiende a disminuir, lo que subraya la importancia del flujo turístico para el sector hotelero; estos hallazgos respaldan la necesidad de promover el turismo como un aspecto fundamental en el crecimiento y la estabilidad de la industria hotelera.



## Discusión

El estudio llevado a cabo en Ecuador por Pinargote y Loor (2021) ofrece una visión esencial de la situación que prevalece en el territorio nacional durante la emergencia sanitaria; Destaca cómo muchas estrategias para atraer a turistas se vieron socavadas por las legítimas preocupaciones en torno al contagio, lo que subraya la importancia de implementar medidas de bioseguridad efectivas como un pilar fundamental para la recuperación del sector; Además, el hecho de que el 70% de las empresas encuestadas reconociera la gravedad del impacto en el sector, especialmente en los servicios demandados por los turistas, resalta la magnitud de la crisis. Sin embargo, es alentador observar que existe una percepción positiva en cuanto a la reactivación económica postpandémica, lo que sugiere una resiliencia notable y una confianza sólida en la eventual recuperación del sector turístico. Este estudio, al igual que el presente estudio, destaca cómo los efectos adversos del COVID-19 fueron de gran magnitud, llevando a cierres temporales e incluso permanentes de empresas y negocios relacionados con el sector de la hospitalidad. Estos impactos se demostraron en la reducción de los ingresos y la necesidad de reducir el personal para sobrevivir durante los momentos más difíciles; a pesar de la eliminación de restricciones en 2021, es evidente que la recuperación ha sido lenta, y las cifras aún no se asemejan a las registradas en 2019, lo que subraya los desafíos continuos que enfrenta este sector en su camino hacia la recuperación total. En este punto, se puede resaltar uno de los principios de la salud pública, la salud es un producto de las condiciones sociales, además un hecho indefectible para la dinámica socioeconómica producto de la emergencia sanitaria, además es evidente que la resiliencia en muchas de las sociedades no es rápida, este hecho se traduce en actividades como las turísticas, donde es pertinente mencionar el aporte de Aldana y Isea (2018) que establece la salud es un factor importante para la productividad económica, debido a que las personas que

gozan de buena salud son más productivas, además la epidemiología ayuda a establecer los efectos de las enfermedades en el ámbito económico, entonces son evidentes los efectos a consecuencia de la pandemia.

Los estudios realizados por Mendieta y Zambrano (2021) en Guayaquil y De Marzo (2020) en Lima ilustran claramente cómo el impacto de la pandemia no afectó de manera uniforme al sector hotelero; tanto hoteles grandes como pequeños se vieron sometidos a desafíos significativos, aunque las diferencias fueron notables; los hoteles más pequeños experimentaron una caída más pronunciada en sus operaciones, lo que refleja la vulnerabilidad de estos establecimientos durante la crisis. Ambos estudios y el presente evaluaron tanto hospedajes como hoteles, lo que subraya que la crisis afectó a toda la industria hotelera; en respuesta a esta situación, tantos hoteles como hospedajes implementaron estrategias de recuperación, como la reducción de tarifas, como una medida para atraer a los clientes en un entorno económico desafiante. Los datos proporcionados en estos estudios resaltan la magnitud de la reducción de ingresos experimentada por los establecimientos hoteleros; en 2019, el ingreso promedio de los hoteles alcanzaba los 6,125 soles, mientras que los hostales promediaban 3,700 soles al mes; sin embargo, en el año 2020, durante el pico de la pandemia, estos ingresos se desplomaron a tan solo 600 y 500 soles en promedio para hoteles y hostales respectivamente; a pesar de algunos signos de recuperación en 2021, los ingresos aún no se han restablecido por completo, con hoteles generando un promedio de 2,375 soles y hostales 2,100 soles al mes. Un alcance teórico que puede brindar beneficios para aminorar el impacto negativo es la economía política en la salud, que considera a la salud como un factor determinante para la economía de acuerdo a las aproximaciones de Bácolo y Yavich (2015), donde se analiza la condición económica de las personas y cómo esta influye en el acceso a alternativas de para afrontar las implicancias de las

enfermedades, el impacto también abarca el sector hotelero, donde no se cubre la capacidad de alojamiento a razón del confinamiento se entiende que una crisis sanitaria demanda recursos económicos de los mismos pobladores, donde se prioriza los recursos destinados a la salud y la recuperación de la misma esto deja al margen el afán por la recreación y las nuevas experiencias que propone el descubrimiento de lugares nuevos.

En este contexto, la implementación de protocolos de seguridad y bioseguridad se volvió esencial ya que permite asegurar la seguridad de los clientes y colaboradores, lo que destaca la necesidad imperante de adaptación y el enfoque en la seguridad sanitaria; además, la capacidad de innovación de la industria se puso de manifiesto mediante la oferta de servicios alternativos, como el alquiler de habitaciones como oficinas, lo que demostró ser una estrategia valiosa para mantener ingresos durante la crisis.

El estudio realizado por Torres (2020) en Cajamarca se enfocó en analizar el impacto de la ocupabilidad hotelera durante la pandemia de COVID-19; las aproximaciones resultantes son reveladoras, ya que indican una disminución significativa en las ventas de habitaciones en comparación con el año anterior; esta reducción en las ventas tuvo un impacto considerable en la operación de los hoteles, ya que se tradujo en una disminución en los ingresos y en la necesidad de adaptarse a una nueva realidad económica. Un hallazgo interesante de este estudio es que el segmento corporativo se destacó como un factor clave para mantener la estabilidad económica de los hoteles; esto sugiere que diversificar la clientela y atraer a clientes corporativos puede ser una estrategia valiosa para la recuperación de la industria hotelera en tiempos de crisis. Además, resalta la importancia de adaptarse a las cambiantes demandas de los clientes y explorar nuevas oportunidades de mercado. En caso del presente estudio un dato adicional proporcionado en este contexto es particularmente impactante: en el año 2020, solo se recibieron en promedio 4 clientes

por mes, en marcado contraste con las cifras de 53 clientes por mes registradas en los años anteriores (2019); esta disminución drástica en la afluencia de clientes ilustra de manera contundente los efectos negativos que tuvo la pandemia en la industria hotelera en Cajamarca y refuerza la importancia de estrategias efectivas para la recuperación. Es así que se pone de manifiesto la severa disminución en la ocupabilidad hotelera durante la pandemia, destacando la necesidad de adaptación y diversificación de la clientela como elementos clave para la recuperación de la industria. Además, se debe considerar el comportamiento del consumidor, debido al temor por la salud propia sostenida por Vera (2021) en este punto el consumidor cuenta con información en ocasiones alarmante y desarrolla un comportamiento en extremo cauteloso basado en el miedo, una alternativa para aminorar la percepción de riesgo es considerar la “teoría de la motivación de protección” desarrollada por Rogers y referida en el estudio de Kim et al. (2021) esta teoría considera estímulos externos que demuestren protección, con estas medidas el consumidor aminora su estado de alerta y puede disfrutar de una estadía más placentera, de esta forma el establecimiento es recomendado y reconocido por los clientes, incrementando la cantidad de usuarios para recuperar y aminorar los efectos socioeconómicos a causa del confinamiento por la pandemia.

El estudio realizado por Baca (2021) en Mollepata, Cusco, proporciona una visión conmovedora de las dificultades que experimentaron las comunidades locales que dependen del turismo como su principal fuente de sustento; el impacto de las medidas gubernamentales y la significativa disminución en la afluencia de turistas tuvo un efecto devastador en los ingresos de los sujetos dedicados al sector turístico en la región; por su parte, esta investigación hace evidente la necesidad de brindar apoyo económico y desarrollar estrategias adaptativas específicas para las comunidades que dependen del turismo para su subsistencia. En el contexto de este estudio,

se observa claramente cómo la pandemia de COVID-19 tuvo un impacto directo en los ingresos de los empresarios locales; la cantidad de habitaciones vendidas en 2019 se mantuvo dentro de las expectativas, pero en el año 2020, durante el apogeo de la pandemia, esta cifra prácticamente se redujo a cero en los meses de marzo a octubre; a pesar de algunos signos de recuperación en 2021, es evidente que los hospedajes locales están experimentando una recuperación más lenta en comparación con los hoteles; esta disminución en los ingresos ha tenido un impacto significativo en la comunidad y ha exacerbado las dificultades económicas que enfrentan a causa del confinamiento. En este sentido, es pertinente la consideración de la teoría del desarrollo económico donde Girón (2000) quien menciona el alcance teórico de Schumpeter que afirma que las crisis tienen impacto en la dinámica económica para lo cual son necesarias las innovaciones en el sector para hacer posible el resurgimiento. Sin embargo, para efectuar esta implementación se necesita recursos que muchas veces los hospedajes locales no disponen, por ello necesitan de incentivos gubernamentales, además la concurrencia de los turistas a los distritos locales pequeños es limitada lo que dificulta aún más el resurgimiento socioeconómico, uno de los factores que incrementa dicha dificultad es el confinamiento y la costumbre de ello.

A partir de ello se destaca la importancia de comprender y abordar los impactos desproporcionados de la pandemia en las comunidades locales que dependen del turismo; la falta de ingresos y la lenta recuperación de la industria turística han dejado a los empresarios locales en una situación precaria, lo que enfatiza la necesidad de implementar medidas de apoyo y adaptación para ayudar a estas comunidades a superar los desafíos económicos que enfrentan en consecuencia a la emergencia sanitaria por COVID-19.

## Conclusiones

**Primera:** El Covid-19 conllevó a una disminución de la demanda hotelera turística en el distrito Ollantaytambo durante el periodo 2019-2021; dado que la ocupabilidad hotelera evidencia una serie de efectos económicos y sociales significativos causados por el confinamiento; la drástica reducción de ventas en hospedajes y hoteles en 2020 resultó en una disminución notable de ingresos y la necesidad de reducir personal, lo que impactó negativamente en la economía local y las familias dependientes del turismo. La estrategia de reducción de tarifas, muestra un impacto significativo en la ocupabilidad, con un p-valor de 0.000, destacando que a una mayor reducción de tarifas se asoció con un aumento del 62% en la ocupabilidad; además, el flujo de turistas mostró una relación directa con la ocupabilidad, con un coeficiente positivo del 0.4%, resaltando la importancia del turismo para el sector hotelero y la necesidad de promoverlo como un factor crucial para su crecimiento y estabilidad.

**Segunda:** Los hoteles turísticos en el distrito Ollantaytambo por la COVID-19, sufrieron un impacto negativo en su ocupabilidad, dado que, en 2019, se observó un flujo constante de turistas, con picos de visitantes en mayo y agosto; sin embargo, en 2020, la pandemia resultó en una drástica caída de las ventas de habitaciones, especialmente entre marzo y septiembre, con cero ventas en algunos meses; aunque hubo una ligera recuperación hacia fines de 2020, las ventas en 2021 aún no alcanzaron los niveles de 2019; los ingresos también se vieron afectados, con una disminución significativa en 2020, pero una recuperación gradual en 2021, todo ello conllevando a la reducción del personal por medio de despidos tanto en hoteles como hospedajes; la reducción de tarifas fue una estrategia común adoptada tanto por hospedajes como por hoteles para mantener la ocupabilidad; en cuanto a los precios por habitación, se observaron reducciones durante la pandemia, siendo más pronunciadas en los hospedajes que en los hoteles. Estos

hallazgos subrayan el impacto económico negativo de la pandemia en el sector turístico y la necesidad de estrategias de recuperación.

**Tercera:** La ocupación hotelera en el distrito de Ollantaytambo se vio drásticamente impactada durante la pandemia de Covid-19 debido a las medidas de confinamiento implementadas. Este impacto se reflejó en variaciones significativas, como la disminución en la cantidad de habitaciones vendidas, la alteración en la duración de las estadías, las clasificaciones de los hoteles y las tarifas ofrecidas. En 2020, las ventas de hospedajes experimentaron una pronunciada caída, con un promedio de solo 17 habitaciones vendidas por mes en los dos primeros meses y ventas nulas de marzo a septiembre debido a las restricciones pandémicas. Aunque se evidenció una leve recuperación hacia finales de 2020, con un promedio de 11 habitaciones vendidas en noviembre y diciembre, las ventas en 2021 no lograron alcanzar los niveles registrados en 2019. En relación con la duración de las estadías, la mayoría de los casos indicaron estancias de una sola noche, tanto en hospedajes como en hoteles, siendo el segundo período más común el de dos noches. Esta tendencia sugiere un enfoque predominante en el turismo de paso o de corta duración en la región de Ollantaytambo.

## Recomendaciones

**Primera:** Dada la significativa disminución de la demanda hotelera en Ollantaytambo debido a la pandemia, se recomienda que los establecimientos turísticos mantengan flexibilidad en sus tarifas y promociones para adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado; además, es esencial promover activamente el turismo como un factor clave para la recuperación económica de la región, colaborando con las autoridades locales para implementar medidas de efectivas que restauren la confianza de los visitantes.

**Segunda:** Se sugiere a la municipalidad de Ollantaytambo implementar medidas colaborativas con los pobladores dedicados al turismo, afectados por la pandemia de COVID-19. Se deberían organizar capacitaciones integrales sobre prácticas de bioseguridad y protocolos sanitarios, facilitar acceso a inversiones para mejorar la infraestructura turística, promover el destino mediante campañas y participación en ferias locales o virtuales, y ofrecer apoyo financiero a través de líneas de crédito favorables; además, se podría fomentar la digitalización de los negocios turísticos locales y establecer alianzas estratégicas entre ellos para fortalecer la oferta turística, esto permitirá una recuperación más sólida y sostenible para el sector turístico de Ollantaytambo.

**Tercera:** Con base en la evidencia de estadías cortas en la región, se puede considerar la optimización de servicios y actividades turísticas de corta duración que atraigan a viajeros que pasan brevemente por Ollantaytambo; esto podría incluir experiencias turísticas compactas y atractivas que se adapten a un público que busca visitas rápidas; además, es importante que los diferentes tipos de establecimientos, ya sean hospedajes o hoteles, mantengan la calidad y las condiciones sanitarias adecuadas para satisfacer las expectativas de los visitantes y cumplir con las normativas vigentes



## Referencias

- Aldana, J., & Isea, J. (2018). La economía y la epidemiología social. Una praxis humana en la cosmivisión del nuevo milenio. *Revista Amelica*, 3(3), 169-182.  
doi:<https://doi.org/10.35381/s.v.v3i5.363>
- Ávila, G. (2020). Trabajo social en salud: teoría y praxis innovadora. *Revista Margen*(97).
- Baca, E. (2021). *Diagnóstico de la actividad turística en tiempos de Covid – 19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.  
[https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4264/Eunice\\_Tesis\\_bachiller\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4264/Eunice_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bácolo, E., & Yavich, N. (2015). Economía política y modelos de interacción entre investigación y políticas de salud. *RiL Editores*, 22-32.  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63231701/La\\_Enfermedad\\_en\\_Los\\_Sistemas\\_de\\_Salud-Jaime\\_Llambias\\_Wolff20200507-48444-18kcb38-libre.pdf?1588878918=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa\\_enfermedad\\_de\\_los\\_sistemas\\_de\\_salud.pdf&Expires=170](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63231701/La_Enfermedad_en_Los_Sistemas_de_Salud-Jaime_Llambias_Wolff20200507-48444-18kcb38-libre.pdf?1588878918=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_enfermedad_de_los_sistemas_de_salud.pdf&Expires=170)
- Barahona, N., Rodríguez, M., & De moya, Y. (2019). Importancia de la vigilancia epidemiológica en el control de las infecciones asociadas a la atención en salud. *Biociencias*, 14(1), 1-17.  
doi:<https://doi.org/10.18041/2390-0512/biociencias.1.5440>
- Barrio, R., Baca, E., y Valle, E. (2020). *Covid-19 y turismo en Cusco. Balance de los primeros impactos en el sector*. Cusco: Nota de Información y Análisis.  
<https://propuestaciudadana.org.pe/wp-content/uploads/2020/08/NIA-32-2020-COVID-19-y-turismo-en-Cusco.-Balance-de-los-primeros-impactos-en-el-sector.pdf>

- Berger, I., y Corbin, R. (1992). Perceived Consumer Effectiveness and Faith in Others as Moderators of Environmentally Responsible Behaviors. *Journal of Public Policy & Marketing*, 11(2), 79-89. <https://bit.ly/3hTvHqY>
- Calle, M., Lazo, A., y Granados, M. (2017). *Gestión del sector alojamiento-hotel*. Ecuador: Ediciones UTMACH.
- Castilla, M. (2022). *La oportunidad del siglo*. Lima: Planeta.
- ComexPerú. (2020). *Desempeño y competitividad turística en el Perú - Resultados en 2020*. <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-turismo-004.pdf>
- De Marzo, G. (2020). *Estudio del Impacto del Covid 19 en los servicios brindados en un hotel 5 estrellas en el distrito de Miraflores, Departamento de Lima - Perú, 2020*. Lima: Universidad San Martín de Porres. [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7532/DE%20MARZO\\_SG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7532/DE%20MARZO_SG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- García, D., Marín, S., y Martínez, F. (2020). *Impacto económico de la Covid-19 sobre la empresa*. España: Economistas: Consejo General. COGITI. <http://faedpyme.upct.es/sites/default/files/article/128/informecompleto.pdf>
- Girón, A. (2000). Schumpeter: aportaciones al pensamiento económico. *The Wall Street Journal Euro pe*, 1077-1084. <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/41/7/RCE.pdf>
- Hernández, R., Fernandez, C., y Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación 6ta Edición*. En D. R. Sampieri, *Metodología de la Investigación Sexta Edición* (pág. México). Santa Fe.
- Hernández, C. (2002). La teoría del Crecimiento Endogeno y el comercio Internacional. *Cuadernos de estudios Empresariales*, 12, 95 - 112.
- Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

- Hosteltur. (22 de Enero de 2022). *Radiografía hotelera de Perú tras casi dos años de pandemia*.  
[https://www.hosteltur.com/lat/149386\\_radiografia-hotelera-de-peru-tras-casi-dos-anos-de-pandemia.html](https://www.hosteltur.com/lat/149386_radiografia-hotelera-de-peru-tras-casi-dos-anos-de-pandemia.html)
- Im, J., Kim, J., y Choeh, J. (2021). COVID-19, social distancing, and risk-averse actions of hospitality and tourism consumers: A case of South Korea. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20. doi:10.1016/j.jdmm.2021.100566
- INEI. (2013). *Metodología: Encuesta mensual a establecimientos de alojamiento turístico*. Santiago de Chile: Instituto Nacional de Estadísticas.
- Inmobiliare. (22 de Julio de 2021). *Panorama del sector hotelero en América Latina*.  
<https://inmobiliare.com/panorama-del-sector-hotelero-en-america-latina/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Producción nacional*.  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/07-informe-tecnico-n07\\_produccion-nacional-may.2020.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/07-informe-tecnico-n07_produccion-nacional-may.2020.pdf)
- Jacque, C., Tarrillo, L., Ramos, J., Pasapera, G., y Vásquez, L. (2020). Economic and health effects during quarantine by Covid-19 in the peruvian population in 2020. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 20(4), 630-639. doi:http://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v20i4.3067
- Kim, J., Han, H., y Ariza, A. (2021). The impact of hotel attributes, well-being perception, and attitudes on brand loyalty: Examining the moderating role of COVID-19 pandemic. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62. doi:10.1016/j.jretconser.2021.102634
- Kotler, P. (2011). Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative. *Journal of Marketing*, 75(4), 132-135. <https://bit.ly/2XgPbOo>

- Krieger, N. (2001). Teorías para la epidemiología social en el siglo XXI una perspectiva ecosocial. *International Journal of Epidemiology*, 30, 668-677. <https://dsp.facmed.unam.mx/wp-content/uploads/2015/11/krieger2.pdf>
- Li, Y., Yao, J., y Chen, J. (2021). The negative effect of scarcity cues on consumer purchase decisions in the hospitality industry during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 94. doi:10.1016/j.ijhm.2020.102815
- Mathieson, A., y Wall, G. (1982). *Tourism. Economic, Physical and Social Impact*. United Kingdom: Longman.
- MEF. (2018). *Norma Internacional de Contabilidad N° 18*. [https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta\\_publ/con\\_nor\\_co/NIC18\\_04.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/NIC18_04.pdf)
- Mendieta, D., y Zambrano, M. (2021). *Impacto Financiero de la Pandemia COVID 19 en la Industria Hotelera de la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://201.159.223.180/bitstream/3317/16231/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-652.pdf>
- Mendoza, K. (2022). Cusco: el turismo retrocedió 30 años a causa de la pandemia de la Covid 19. *El Buho*. <https://elbuho.pe/2022/01/cusco-el-turismo-retrocedio-30-anos-a-causa-de-la-pandemia-de-la-covid-19/>
- Merino, A. (2014). Los efectos de la crisis en el empleo. Integración económica, Estado de bienestar y medidas de fomento del (des)empleo\*. *Rev. IUS vol.8 no.33*, pp. 59 - 76.
- Mestres, J. (1999). *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera*. Ediciones Gestión 2000.
- MINCETUR. (21 de Julio de 2022). *Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados*. [http://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/set-regiones/\(S\(nawtfeppnjnbg3rrly5i5rzg\)\)/Reportes/WebReportes/RptFiltro.aspx?StrCodGr](http://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/set-regiones/(S(nawtfeppnjnbg3rrly5i5rzg))/Reportes/WebReportes/RptFiltro.aspx?StrCodGr)

upo=01&NomGrupo=Establecimientos+de+Hospedaje+Clasificados+y%2fo+Categoriza  
dos

Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*(1), 135-158.

Neffa, J. (1999). Actividad, trabajo y empleo: algunas reflexiones sobre un tema en debate. *Orientación y Sociedad*, 1, 127-162.

Ortega, J. (2018). Las políticas de salud, un campo de estudio transdisciplinar. *Revista de Salud Pública*, 20, 649-654. doi:<https://doi.org/10.15446/rsap.v20n5.73891>

Pinargote, K., y Loor, T. (2021). El covid-19 y su impacto económico en las empresas hoteleras de Manta-Ecuador. *ECA Sinergia*, vol. 12, núm. 1, 152-168. doi:[https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v12i1.2744](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v12i1.2744)

Ramakumar, R., y Kanitkar, T. (2021). Impact of Covid-19 pandemic on the Indian economy: a critical analysis1. *Investigación económica*, 3-32. doi:<https://doi.org/10.22201/fe.01851667p.2021.315.76845>

Rios, G. (2020). El impacto económico de la crisis del coronavirus en América Latina: canales de transmisión, mitigantes y respuestas de políticas públicas. *ARI Real Instituto Elcano* 73, 1-10.

Rodríguez, O., Grzabel, V., y Noguez, L. (2012). Determinación de precios en la industria hotelera. *Revista del Instituto Internacional de Costos*, 1, 211-227. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4172074>

Sancho, A., y Pérez, J. (1995). *Tourism demand in Spain: A Panel Data Analysis*. *Tourism and Travel Econometric*. Suiza: XLV International Conference of Applied Econometrics.

- Schubert, S. (2021). COVID-19: Economic Consequences for a Small Tourism Dependent Economy. *Revista brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(1), 1-27. doi:<https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i1.2297>
- Torres, A. (2020). *Nueva conectividad en un mundo digital: Social media y cadenas hoteleras*. Sevilla-España: Universidad de Sevilla, Facultad de Turismo y Finanzas.
- Torres, S. (2020). *Análisis del impacto de la Covid-19 en la ocupabilidad del hotel Costa del Sol Cajamarca, en el año 2020*. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca. <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/4490/AN%C3%80LISIS%20DEL%20IMPACTO%20DE%20LA%20COVID-19%20EN%20LA%20OCUPABILIDAD%20DEL%20HOTEL%20COSTA%20DEL%20SOL%20CAJAMARCA%2C%20EN%20EL%20A%C3%91O%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Torrez, D. (2013). *Antología , Economía Turística*. Mexico: Organización Mundial del Turismo. <http://www.unich.edu.mx/wp-content/uploads/2014/01/Economia-Turistica.pdf>
- Vera, N. (09 de Febrero de 2021). *Aperturas y conversiones: la industria de hoteles se resiste a sucumbir ante los estragos de la pandemia*. <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/aperturas-y-conversiones-la-industria-de-hoteles-se-resiste-sucumbir-ante-los>
- Weigel, R. (1978). Environmental Concern: The Development of a Measure. *Environment and Behavior*, 10(1), 3-15. <https://bit.ly/33gzvib>

## ANEXOS

## Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>General</b></p> <p>¿Cuál fue el efecto del Covid-19 en la demanda hotelera turística en el distrito de Ollantaytambo – Urubamba – Cusco. 2019-2021?</p>	<p><b>General</b></p> <p>Analizar el efecto del Covid-19 en la demanda hotelera turística en el distrito de Ollantaytambo – Urubamba – Cusco. 2019-2021.</p>	<p><b>General</b></p> <p>El Covid-19 tuvo efectos económicos y sociales en la demanda hotelera turística en el distrito de Ollantaytambo – Urubamba – Cusco. 2019-2021.</p>	<p><b>Variable independiente</b></p> <p><b>Efectos del Covid-19</b></p> <p><b>DIMENSIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Confinamiento</li> </ul>	<p><b>Tipo de estudio:</b></p> <p>Básico</p> <p><b>Enfoque</b></p> <p>Cuantitativo</p> <p><b>Alcance</b></p> <p>Descriptivo correlacional</p> <p><b>Población – muestra</b></p> <p>Hoteles del distrito Ollantaytambo</p> <p><b>Técnica e instrumentos</b></p> <p>Encuesta – Cuestionario</p> <p>Análisis documental</p> <p><b>Procesamiento</b></p> <p>Excel</p>
<p><b>Específicas</b></p> <p>1. ¿Cómo fue la ocupabilidad hotelera en el distrito de Ollantaytambo – Urubamba – Cusco, 2019-2021?</p> <p>2. ¿Cuáles fueron los efectos del confinamiento en la ocupabilidad hotelera en el distrito Ollantaytambo – Urubamba – Cusco. 2019-2021?</p>	<p><b>Específicas</b></p> <p>1. Determinar la ocupabilidad hotelera en el distrito de Ollantaytambo – Urubamba – Cusco. 2019-2021.</p> <p>2. Determinar los del confinamiento en la ocupabilidad hotelera en el distrito Ollantaytambo – Urubamba – Cusco. 2019-2021.</p>	<p><b>Específicas</b></p> <p>1. La ocupabilidad hotelera en el distrito de Ollantaytambo, Urubamba, Cusco, durante el periodo de 2019 al 2021 ha experimentado variaciones significativas debido al Covid-19.</p> <p>2. Los efectos del confinamiento tuvieron una influencia significativa en la ocupabilidad hotelera en el distrito de Ollantaytambo, Urubamba, Cusco, durante el periodo de 2019-2021.</p>	<p><b>Variable dependiente</b></p> <p><b>DIMENSIONES</b></p> <p><b>Demanda hotelera</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ocupabilidad hotelera</li> <li>- Flujo de turistas</li> </ul>	

## Base de datos

		2. rango de ingresos por MES			3. principal presión financiera en pandemia	4. durante o después de la pandemia se vio obligado a reducir sus tarifas	p4. durante o después de la pandemia se vio obligado a reducir personal									4. durante o después de la pandemia se vio obligado a reducir personal	p5	2019	2020 (7=ninguno)	2021
1. Categoría	1	2019	2020	2021			N° de hab.			Precio regular por hab.			reducción o incremento de tarifa por hab.							
							simple	duplex	matrimonial	simple 2	duplex 3	matrimonial 4	simple 5	duplex 6	matrimonial 7		60296	6060 (0=ninguno)	60629	
SIN CATEGORIA	hospedaje	9000	1500	9000	3	1	5	2	5	185	296	296	129.5	222	222	1	6	2	2	
1 ESTRELLA	hotel	6000	500	1500	1	2	15	5	2	100	120	120	100	120	120	1	6	2	2	
2 ESTRELLAS	hotel	3000	500	500	3	1	15	5	5	129.5	120	120	129.5	120	120	1	6	2	2	
3 ESTRELLAS	hotel	10000	500	6000	1	1	0	15	5	185	296	299.7	185	296	299.7	1	10	0	0	
2 ESTRELLAS	hotel	6000	500	500	1	2	10	5	8	111	166.5	170.2	92.5	185	133.2	1	2	0	0	
2 ESTRELLAS	hotel	500	500	1500	3	1	30	10	8	50	80	80	30	200	80	1	16	0	2	
2 ESTRELLAS	hotel	10000	500	1500	3	1	5	5	10	74	80	84	54	80	75	1	10	2	2	
SIN CATEGORIA	hospedaje	500	500	500	3	1	5	1	1	50	40	40	20	150	60	1	6	2	6	
SIN CATEGORIA	hospedaje	500	500	500	3	1	5	5	5	50	80	80	30	30	50	1	6	0	2	
SIN CATEGORIA	hospedaje	6000	500	500	4	2	3	1	2	140.6	166.5	166.5	140.6	166.5	166.5	1	6	2	6	
3 ESTRELLAS	hotel	10000	500	6000	3	2	0	15	5	185	277.5	296	185	277.5	296	1	16	2	6	
3 ESTRELLAS	hotel	10000	500	3000	2	2	40	20	20	200	250	240	200	250	240	1	30	2	6	
SIN CATEGORIA	hospedaje	1500	500	500	3	1	10	5	3	50	80	80	35	50	50	1	6	2	2	
SIN CATEGORIA	hospedaje	3000	500	1500	3	1	5	2	3	50	80	80	35	65	70	1	2	0	2	
2 ESTRELLAS	hotel	3000	500	3000	1	2	10	2	5	35	55	55	35	55	55	1	2	0	2	
SIN CATEGORIA	hospedaje	6000	500	6000	1	3	14	5	5	50	80	80	40	60	60	1	6	2	6	
SIN CATEGORIA	hospedaje	3000	500	500	5	2	5	2	1	60	85	85	60	85	85	1	2	0	2	
2 ESTRELLAS	hotel	6000	500	500	1	2	10	5	8	111	166.5	170.2	92.5	129.5	133.2	1	2	0	0	
SIN CATEGORIA	hospedaje	6000	500	500	4	2	3	1	2	140.6	166.5	166.5	140.6	166.5	166.5	1	6	2	6	
1 ESTRELLA	hotel	6000	500	1500	1	2	15	5	2	100	120	120	100	120	120	1	6	2	2	
SIN CATEGORIA	hospedaje	1500	500	1500	4	1	10	10	5	80	120	100	80	120	100	1	2	0	0	
1 ESTRELLA	hotel	3000	500	3000	3	1	0	15	5	150	200	180	150	200	180	1	6	2	6	



p5.												
I D	2019				2020				2021			
	A cuántos trabajadores contrató	despi dió	redujo el salario	redujo la jornada laboral	A cuántos trabajadores contrató 10	despici ó 11	redujo el salario12	redujo la jornada laboral 13	A cuántos trabajadores contrató 14	despici ó 15	redujo el salario16	redujo la jornada laboral 17
1	0	0	0	0	0	3	0	0	1	0	0	0
2	0	0	0	0	0	7	0	0	4	0	0	0
3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0
5	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
6	1	0	0	0	0	13	1	0	5	0	0	0
7	0	0	0	0	0	3	0	0	1	0	0	0
8	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
9	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	0	4	0	0	2	0	0	0
11	5	0	0	0	0	4	2	0	7	0	0	0
12	6	0	0	0	0	4	0	0	10	0	0	0
13	0	0	0	0	0	4	0	0	2	0	0	0
14	0	0	0	0	0	3	0	0	2	0	0	0
15	0	0	0	0	0	3	0	0	2	0	0	0
16	0	1	0	0	0	7	0	0	4	0	0	0
17	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
18	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
19	0	0	0	0	0	4	0	0	2	0	0	0
20	0	0	0	0	0	7	0	0	4	0	0	0
21	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
22	5	0	0	0	0	4	2	0	8	0	0	0

## p9. Cuál fue la cantidad de habitaciones por mes vendidas en los siguientes años:

I D	2019												2020												2021											
	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	set	oct	nov	dic	ene 21	feb 22	mar 23	abr 24	may 25	jun 26	jul 27	ago 28	set 29	oct 30	nov 31	dic 32	ene 33	feb 34	mar 35	abr 36	may 37	jun 38	jul 39	ago 40	set 41	oct 42	nov 43	dic 44
1	50	45	55	30	45	75	45	35	40	40	40	40	35	35	0	0	0	0	0	0	0	0	5	10	15	25	45	35	30	30	25	30	25	15	35	40
2	50	80	80	120	125	130	130	125	120	80	85	85	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	95	150	95	80	85	86	180	120	100	80	80	95
3	50	45	55	30	45	75	45	35	40	40	40	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	25	45	35	30	30	25	30	25	15	35	40	
4	50	45	80	75	85	80	85	50	40	20	10	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	35	45	45	35	30	30	20	25	45	45	45	
5	25	25	20	15	18	50	50	50	20	18	15	20	25	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	2	3	15	0	18	15	26	8	20	15	15	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	12	15	18	20	18	20	18	20	18	15	20	
7	8	8	10	10	18	18	15	15	15	15	18	12	5	5	0	0	0	0	0	0	1	2	3	0	0	0	15	30	40	40	30	35	40	15	15	
8	50	50	50	40	30	24	75	80	80	20	10	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	8	
9	5	5	15	15	15	10	10	10	10	10	10	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	15	10	20	25	13	18	18	5	10	15	10	
10	10	0	25	15	25	25	25	18	12	15	18	20	0	0	0	0	0	0	0	0	10	15	15	20	25	27	20	20	20	15	15	20	26	10	10	
11	70	69	72	150	180	200	200	150	100	120	100	80	80	80	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60	70	80	250	300	300	250	250	300	300	150	200	
12	150	120	150	150	200	300	400	180	130	180	160	200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50	50	85	80	70	75	100	120	100	130	150	180	150	0	
13	25	30	15	31	35	38	50	75	35	40	42	40	30	35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75	80	40	55	60	80	50	40	30	35	70	80	
14	21	20	30	33	38	30	25	38	30	31	28	35	21	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35	40	40	40	55	31	31	28	25	31	32	31	
15	25	30	15	31	35	38	50	75	35	40	42	40	45	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75	80	40	55	60	80	50	40	30	35	35	40	
16	100	80	90	120	70	102	45	90	95	120	90	90	90	80	0	0	0	0	0	0	0	75	70	120	70	85	95	100	60	80	95	90	120	70	90	
17	50	50	50	40	30	24	75	80	80	20	10	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	10	50	80	10	30	25	50	10	71	80	50	50	
18	25	25	20	15	18	50	50	50	20	18	15	20	25	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19	10	0	25	15	25	25	25	18	12	15	18	20	0	0	0	0	0	0	0	0	10	15	15	20	25	27	20	20	20	15	15	20	26	10	10	
20	50	80	80	120	125	130	130	125	120	80	85	85	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	95	150	95	80	85	86	180	120	100	80	80	95	
21	20	15	50	45	55	50	55	20	10	20	10	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	12	10	20	25	30	30	20	25	35	45	45	
22	70	69		150	200	200	200	150	100	120	100	80	80	80	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60	70	80	250	300	300	250	250	300	300	150	200	

I D	p6. por cuánto tiempo cerró su negocio	p7. solicito préstamo del FAE MYPE	año 2019	año 2020	año 2021	p10. en promedio cuantos suelen quedarse sus clientes al alquilar una habitación	p.11 que tipo de turista suele recibir (4=turista nacional y extranjero)	p12. En su opinión ¿cuál cree que son los cambios que se han dado en los viajeros y las características del nuevo consumidor pos Covid?	p.13. qué estrategias aplicó para reactivar su negocio y captar más usuarios
1	4	5	12	12	12	1	2	6	1

2	4	2	22	22	22	2	2	2	4
3	3	2	15	0	15	2	4	6	2
4	4	1	26	26	30	2	2	2	4
5	4	3	20	20	20	1	1	6	4
6	4	5	13	13	13	1	1	1	2
7	3	2	5	5	5	1	2	1	1
8	4	1	8	0	8	2	2	6	2
9	4	4	8	4	4	1	2	6	1
10	3	2	27	27	27	3	2	2	3
11	4	5	20	20	20	2	2	6	4
12	4	3	30	30	30	1	2	2	2
13	4	5	18	18	18	1	2	6	2
14	4	2	11	11	11	1	4	4	2
15	4	5	17	17	17	1	4	6	1
16	4	1	25	25	25	2	4	1	4
17	4	2	8	8	8	1	4	6	4
18	4	3	20	20	20	1	1	6	4
19	3	2	27	27	27	3	2	2	3
20	4	2	22	22	22	2	2	2	4
21	4	1	26	26	30	2	4	2	4
22	4	5	20	20	20	2	2	6	4

### Evidencia fotográfica



