



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

**Percepción del impacto del COVID 19 en las empresas
prestadoras de servicios turísticos Huacachina, Ica 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

AUTORES:

Núñez Peredo, Brigitte Raquel (ORCID: 0000-0001-7947-4812)

Santillana Figueroa, Yasuko (ORCID: 0000-0002-7249-8667)

ASESOR:

Mg. Miguel Ángel Ruiz Palacios (ORCID 0000-0002-0850-0179)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión turística

LIMA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

La presente investigación esta dedicada a mis padres Raquel Peredo y Víctor Nuñez, a razón de que sin ellos no hubiese podido cumplir este logro. A mi tía Jesús que siempre me impulso a ser mejor persona, que me apoyo en esta meta y que me cuida desde el cielo.

Brigitte Nuñez

Dedico este logro a mis padres Carmen Figueroa y José Santillana y a mi hermana María, por siempre motivarme a cumplir mis metas y a no rendirme, y la guía celestial que tengo por parte de mi abuelo Francisco.

Yasuko Santillana

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestro asesor, profesores y a las empresas prestadoras de servicios turísticos por la disponibilidad de la información brindada. Finalmente, a nuestros padres por confiar en nosotras.

INDICE CONTENIDO

Carátula

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Indice contenido	iv
Indice de tablas	v
Indice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II.MARCO TEÓRICO	6
III. METODO	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	15
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	15
3.3. Escenario de estudio	15
3.4. Participantes.....	15
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.6. Procedimientos	16
3.7. Rigor científico	16
3.8. Método de análisis de información	17
3.9. Aspectos éticos.....	17
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	18
V. CONCLUSIONES.....	24
VI. RECOMENDACIONES.....	27
REFERENCIAS.....	29
ANEXOS	

INDICE DE TABLAS

Tabla 2. Matriz de categorización.....	37
Tabla 3. Matriz de consistencia.....	38

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	111
Figura 2.....	111
Figura 3.....	112
Figura 4.....	112
Figura 5.....	113
Figura 6.....	113
Figura 7.....	114
Figura 8.....	114

RESUMEN

El presente informe de investigación tuvo como objetivo general: Analizar la percepción de los impactos generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la laguna Huacachina, Ica 2021.

Esta investigación tuvo un enfoque cualitativo, tipo básica y de diseño fenomenológico en el cual se realizaron, entrevistas a 12 empresas, dedicados al turismo. Para ello, se aplicó el tipo de muestreo no probabilístico por criterio, y el instrumento utilizado fue la guía de entrevista y la ficha de observación.

Se obtuvo como resultado que su impacto económico, fue muy grande ya que tuvieron pérdidas económicas, por otro lado, quieren reactivarse a través de redes sociales, donde su plan económico es implementar sus protocolos y alzar los precios. El impacto social se evidencio en los despidos, el seguimiento que ahora le deben hacer a sus trabajadores sobre el COVID y sus salarios que aún se mantienen. El impacto ambiental favoreció en tiempos de cuarentena al medio ambiente, pero ya reabierto sus puertas trajo mayor contaminación ya que los implementos del COVID no son amigables con el ambiente.

Se concluyo que se pudo analizar 3 subcategorías: Impacto económico, social y ambiental. Donde de acuerdo al impacto económico se concluye que las empresas turísticas tuvieron grandes pérdidas. Entorno al impacto social se dio un despido masivo y el cierre temporal de empresas. Para concluir el impacto ambiental fue negativo y trajo consigo el aumento de residuos sólidos.

Palabras clave: Impactos, COVID 19, empresas prestadoras de servicios turísticos

ABSTRACT

The general objective of this research report was: To analyze the perception of the impacts generated by COVID 19 in the companies that provide tourist services in the Huacachina lagoon, Ica 2021, due to its great link with tourism thanks to its cultural value.

This research had a qualitative, basic type and phenomenological design approach in which interviews were conducted with 12 companies dedicated to tourism. For this, the type of non-probabilistic sampling by criteria was applied, and the instrument used was the interview guide and the observation sheet.

It was obtained as a result that their economic impact was very large since they had economic losses, on the other hand, they want to reactivate through social networks, where their economic plan is to implement their protocols and raise prices. The social impact was evidenced in the layoffs, the follow-up that they must now do to their workers about COVID and their salaries that are still maintained. The environmental impact favored the environment in times of quarantine, but once its doors reopened it brought more contamination since the COVID implements are not friendly to the environment.

It was concluded that 3 subcategories could be analyzed: Economic, social and environmental impact. Where, according to the economic impact, it is concluded that tourism companies had great losses. Around the social impact, there was a massive layoff and the temporary closure of companies. To conclude, the environmental impact was negative and brought with it an increase in solid waste.

Keywords: Impacts, COVID 19, companies providing tourist services

I. INTRODUCCIÓN

La pandemia producida por el alto índice de letalidad del SARS-COVID2, ha afectado rotundamente a todas las actividades humanas, en consecuencia, a partir de febrero 2020; el sector turismo dejó de aportar al PBI global en un 10.3%, Petrizzo (2020), lo que supone, inactividad en destinos turísticos, comunidades locales y prestadores de servicios turísticos, generando la necesidad de reinversión ante un nuevo escenario para el desarrollo del turismo.

En el caso de las empresas del sector turismo que sobrevivan a la crisis en Gran Bretaña, seguirán apostando por España como destino turístico, debiendo aún esperar a fines del 2020 y primeros meses del 2021; para poder comercializarlo, adaptándose a las certificaciones sanitarias para viajes impuestas en su país y en el país receptor. De igual manera, el turismo interno es otra opción para las empresas británicas. (AECIT, 2020).

En el informe realizado por el Banco de España en febrero del 2020, indicó una reducción del 4.6% en los afiliados a la seguridad días antes de que declararan en estado de emergencia. De igual manera los registros del Ministerio de Inclusión y Seguridad Social española; detalla que un tercio de los trabajadores independientes han paralizado sus actividades al 15 de abril (AECIT, 2020).

Bartik et al (2020) presentaron resultados de un estudio realizado en empresas norteamericanas para analizar el impacto del COVID-19 en base a la economía y empresas. El despido laboral y cierre de empresas en masa, son los impactos que obtuvieron el primer lugar. La fragilidad financiera de estas pequeñas empresas, se expresan en un segundo lugar de impacto ya que se mostró que poseían liquidez en caja para menos de un mes. También expresaron que están planeando acceder a los fondos de apoyo del Estado, pero encuentran dificultad en los procesos de solicitud y elegibilidad. Por otro lado, este estudio informó que el 43% de las empresas que fueron tomadas como muestra, se encontraban cerradas temporalmente en el momento de la investigación, lo que las obligó a reducir sus colaboradores en un 40%, en media, con relación a enero.

Lo informado por el presidente de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados (CANIRAC), en la zona del caribe mexicano se han visto afectados hasta el mes de abril con el cierre de sus negocios en un 89% de los 300 restaurantes de la agrupación. (Reyna, 2020).

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) precisa que, en los países de la región, la crisis de la pandemia arremete principalmente a la producción interna de la empresa cuyas deficiencias se han evidenciado por décadas. Así mismo, los sectores fuertemente golpeados por la crisis son: Servicios de turismo, industria cultural tradicional, comercio, hoteles y restaurantes, transporte; que generan empleo formal (34.2%) y un PBI de (24.6%) de la región. (CEPAL, 2020).

Las diversas cámaras empresariales en América Latina informaron a CEPAL, iniciando junio del presente año, el comportamiento de las empresas en plena pandemia: El caso empresarial colombiano; donde el 96% de sus empresas se tuvo un descenso en sus ventas y el 82% de empresas formales. (CONFECÁMARAS, 2020).

En Brasil, el 76% de las compañías bajaron o paralizaron la producción y por otro lado el 55% presentan inconvenientes para obtener un crédito de trabajo. (CNI, 2020).

El sector empresarial en Chile se vio obligado a reducir el personal entre abril y mayo; siendo el 37.5% de las empresas chilenas que tomaron esta medida; el 44% de las empresas se encuentran en un estado financiero crítico o malo; aumentando en un 51% en caso de las mypes (CNC, 2020)

Estas cifras reflejan el impacto mayor en las microempresas y las pymes de la región, por lo que se estima el cierre de 2.7 millones de empresas formales, donde 8.5 millones de trabajadores perdieron su empleo. (CEPAL, 2020)

En el Perú, las primeras cifras del impacto de la crisis por la pandemia en las empresas se evidencian en la reducción de un 21.4% en la producción industrial en el primer cuatrimestre del año y un 47.9% en la fabricación de bienes de capital. (CEPAL, 2020)

Las estrategias impuestas por el gobierno peruano respecto a la contención de esta pandemia que afecta al sector turismo parte desde la restricción de ingreso al país por el cierre de fronteras, desde el mes de abril a la fecha. También la cuarentena general obligatoria, impuesta en todo el territorio nacional a partir del 16 de marzo hasta el mes de junio, lo que impidió un desplazamiento interno con fines turísticos y la restricción de algunas actividades económicas de servicios.

De acuerdo a lo publicado por el medio digital XINHUA español; la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR); precisó que las medidas asumidas por la crisis sanitaria afectaron el sector turismo con la pérdida de 650 000 empleos formales; de igual manera esta crisis afectó a un 3.5 millones de personas vinculadas a este sector. También precisó que unas 50000 empresas turísticas en el país fueron afectadas. También se indicó que el estado retomaría los vuelos internacionales a partir del 01 de octubre permitirá activar el sector.

El MINCETUR ha impulsado el Fondo de Apoyo Empresarial para el Sector Turismo (FAE), dirigido a las micro y pequeñas empresas (Mypes) del sector turismo para acceder a recursos financieros; este fondo busca beneficiar a veinte mil empresas prestadoras de servicios turísticos.

Esta coyuntura permite analizar uno de los destinos turísticos importantes en el sur del país; ubicado en el Departamento de Ica; el mismo que ha sido uno de los departamentos más afectados respecto a la letalidad del virus y donde las medidas restrictivas aún permanecen; esto retrasa la reactivación económica, más aún en el sector turístico; por lo que es necesario diagnosticar los efectos de la crisis en los prestadores de servicios turísticos de uno de los atractivos bandera de Ica; La laguna Huacachina. De acuerdo a la encuesta mensual de establecimientos de hospedaje del MINCETUR (2018); el Departamento de Ica cuenta con una oferta hotelera de 863 establecimientos de hospedaje.

Por lo expuesto, se plantea el siguiente problema general de investigación: ¿Cómo es la percepción del impacto generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos en la Huacachina, Dpto. de Ica, 2021? Derivando de ello los siguientes problemas específicos: ¿Cómo es la percepción del impacto económico generado por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios

turísticos en Huacachina? ¿Cómo es la percepción del impacto social generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Huacachina? ¿Cómo es la percepción del impacto ambiental generado por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Huacachina?

Esta investigación se justifica teóricamente ya que aportará al conocimiento de los efectos que sufren los prestadores de servicios turísticos ante la crisis de la pandemia por el COVID 19; resultados que permitirán aportar a una discusión más amplia y generar reflexión al conocimiento del comportamiento de las mypes turísticas. Mendez (1995) refiere que la justificación teórica también se manifiesta al cuestionar alguna teoría administrativa, ya sea este en sus principios, proceso y resultados.

El uso de este conocimiento justifica la investigación de manera práctica porque los resultados permitirán aportar a la toma de decisiones para acciones post pandemia en uno de los destinos turísticos más visitados de Ica. En base a nuestra justificación metodológica, el presente trabajo servirá de modelo para los demás investigadores donde el instrumento es la entrevista y mediante los resultados se aplicará la validez.

Por lo antes descrito se plantea el objetivo general de la investigación: Analizar la percepción de los impactos generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Huacachina. Así mismo los siguientes objetivos específicos: Conocer la percepción de los impactos económicos generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Huacachina. Conocer la percepción de los impactos sociales generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Huacachina. Conocer la percepción de los impactos ambientales generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Huacachina.

II.MARCO TEÓRICO

Antes de la conceptualización de impacto; es necesario entender el significado de pandemia; "cambios catastróficos, repentinos e impredecibles sobre los cuales se tiene escaso control" (Rodríguez & Álvarez, 2013, p. 143). Según Petrizzo (2020), se da por la propagación de una enfermedad en un corto tiempo afectando a muchos países o evidencia un inesperado incremento de personas contagiadas en un país. De igual manera sustenta que las consecuencias importantes de la pandemia están vinculadas a la consecuencia sanitaria y la económica.

De acuerdo al informe del BID (2020), de acuerdo al covid 19 se vincula a la disminución de actividades productivas formales e informales, más aún las actividades productivas no esenciales.

El Ministerio de Sanidad y Consumo de España (2007), precisa que las pandemias impactan directamente en el recurso humano, a diferencia de un desastre natural.

Petrizzo (2020), también plantea algunos indicadores que permiten analizar el impacto de la pandemia en el sector turístico, teniendo a los indicadores de oferta: Cantidad de trabajos en el sector turístico, cantidad de empresas que no facturaron durante el año 2020, número de prestadores de servicios cerrados e inaugurados en el sector turismo en el 2020. Indicadores de demanda: Tasa de disminución de ocupación por prestador de servicio, pérdida de turistas en los destinos turísticos, cantidad de traslados internacionales. Es por ello que una pandemia de tal magnitud como el de COVID 19 ha generado impactos en las empresas turísticas.

En sentido estricto de la palabra impacto, el Diccionario de uso del español (1988) lo define como el efecto o impresión muy intensa que algo o alguien deja debido a algún suceso o acción.

Ampliando esta definición, se cita a Liberta (2007), quien sustenta que impacto es el cambio del estado inicial de un individuo producto de alguna acción aplicada sobre él o a su ambiente; pudiendo ser positivo o negativo.

Una definición de impacto que incorpora a las organizaciones es la que plantea Méndez (2005) situación o hecho que produce alteraciones repentinas, que pueden ser positivos y negativos, previstos o no, en base a lo económico, social y ambiental.

El Comité de Asistencia para el Desarrollo de la OECD, (2010) define al impacto como los efectos de largo plazo tanto positivos como negativos, así como indirectos o directos, primarios y secundarios producto de una intervención intencional o no.

De acuerdo a la teoría antes descrita se deriva algunos tipos de impactos Price Waterhouse Coopers S.L. (2012): El Impacto directo; en relación a la utilidad y el trabajo producido en los sectores que se encargan en la inversión. Así como el gasto en infraestructura u organización y los generados por la reforma normativa o regulatoria. A diferencia de los impactos indirectos, estos ayudan en las inversiones y gastos; esto quiere decir que los afectados se benefician con bienes y servicios para su acción. El impacto inducido, se da entorno a los recursos por parte de los trabajadores de los sectores cuyo beneficio es directo o indirecto de las inversiones y gastos.

Respecto al impacto económico; Sforza & Steininger (2020) sostienen que en una pandemia este tipo de impacto tiene una relación primordial con la capacidad de conectividad de los países hacia redes de producción global; la crisis generada por el COVID 19 es heterogénea en los países de acuerdo a la condición de las industrias respecto a la distribución geográfica y su grado de articulación en la red de producción global de los sectores, regiones y países, dependiendo de la distribución geográfica de las industrias en cada región y país y su grado de integración en la red de producción global.

Chakraborty & Maity (2020), consideran que la paralización económica se ha dado por las políticas necesarias de confinamiento en los países. De igual manera estiman que en un mes de confinamiento de la población y por ende el cierre de negocios, el crecimiento anual del PBI sufre una pérdida del 2%, estando el mayor

impacto en el sector turismo con niveles de descenso del 50% al 70%, según los países.

A pesar del impacto significativo del SARS-COV2 en la vida del ser humano; Albulescu, (2020), se pueden precisar algunos impactos económicos positivos como es el efecto de la volatilidad financiera y la incertidumbre de la política económica sobre el precio del petróleo.

Los impactos económicos también se pueden analizar respecto al uso de Nuevas tecnologías, Saiz y Gámez (2020) quienes afirman que la pandemia ha permitido el fortalecimiento en el uso de la tecnología de comunicación principalmente en las redes sociales, como herramienta de comunicación alternativa, así mismo sucede con el fortalecimiento de inversión en ciencia, sobre todo biomédica, la bioestadística y las ciencias de la salud.

El impacto económico que trajo el COVID 19, fue catastrófico tal como menciona Dieckow (2020) las empresas desean minimizar el impacto negativo que está dejando el virus en los ciudadanos, la producción y el desempleo de su personal por el cual se vieron afectados por las decisiones del estado que tuvieron que cerrar el tránsito de personas y mercaderías al exterior e interior de los países.

Según Becdach et al. (2020) el marketing es importante para la toma de decisiones cuando la empresa esta inestable o en problemas ya que, debe realizar campañas de estrategias comerciales para las empresas turísticas. (Citado en Villordo, 2020) (p.22).

Entorno a sus deudas Hevia & Niemeyer (2020), nos dicen que las empresas se han visto en la obligación de hacer un financiamiento y así poder pagar salarios e impuestos.

Para Toledo (2021) el plan económico se basa en dos fases: la primera son los protocolos de bio-seguridad establecidos por el Mincetur mientras que no solamente se basan en la calidad y calidez de sus servicios, si no brindar salud a los turistas nacionales e internacionales; la segunda fase nos habla de las alzas de precios en sus servicios, ya que se ha tenido que reducir el aforo en sus instalaciones y actividades.

Los beneficios tributarios dado por el estado, Gutiérrez (2020) nos dice que el estado brinda ayuda a las grandes empresas, mientras por otro lado están los que tuvieron que realizar sus empresas con su propio esfuerzo, por ende, hay una desigualdad de condiciones para ellos.

Según Jamaica (2020) el marketing es muy importante en estos tiempos de pandemia, ya que permite a las empresas adaptarse, reinventarse mediante los medios digitales para así poder atraer turistas y satisfacer sus necesidades. La crisis de la pandemia ha significado una gran problemática, mayormente en los empresarios que obtuvieron deudas que aumentan con el pasar del tiempo y no cuentan con la oportunidad de cumplir con los pagos (Steewar et al, 2020).

MINCETUR (2020) nos dice que los beneficios tributarios favorecen a las micro, pequeñas y medianas empresas, la cual consiste en otorgar créditos además de la flexibilización para su reactivación.

Respecto al impacto social, Morales & Roux (2015), explican que la evaluación de este impacto radica en el establecimiento de las acciones de prevención, mitigación y control de los impactos negativos que sobre los grupos sociales puedan afectar producto de actividades de desarrollo.

Ante la pandemia del COVID 19; Alzúa y Gosis (2020) muestran algunos indicadores que permiten establecer el impacto social reflejado en la pérdida de ingresos tanto los empleadores como los trabajadores; estas pérdidas se verán reflejadas en mayor porcentaje en aquellas actividades no esenciales. La pérdida de empleo es otro indicador en este tipo de impacto, o desempleo, entendido como la condición de las personas en busca de un puesto de trabajo y que no lo encuentra; lo que reflejará también en la reducción del gasto de consumo. La Informalidad y pobreza también se suman a estos indicadores.

Hubo algunas medidas tomadas hacia su personal tal como lo cometa; Padilla et al. (2021) la pandemia producida por el COVID 19 alteró la economía de las empresas de transporte, hoteles, restaurantes y agencia de viajes teniendo como resultado el desempleo, aforo reducido, etc. Al mismo tiempo Tolentino (2021) habla de un desempleo del 247,295 en el sector turístico a lo largo del 2020.

De acuerdo con Sándiga (2020) lo primero que hicieron las empresas al reaperturar sus actividades fue proteger a sus empleados mediante pruebas moleculares en periodos de 15 a 20 días.

Castro (2020) el impacto de la pandemia ocasionó una inestabilidad laboral por el cual ha aumentado los despidos masivos y suspensión de contratos, sin embargo, los colaboradores que se quedaron mantuvieron sus salarios.

En referencia al impacto ambiental, Espinoza (2006) lo define como la alteración significativa del ambiente, de sus sistemas y recursos, provocada por acción del hombre.

La pandemia del COVID también está dejando impactos en el medio ambiente, en este caso lo identifican Wang & Su, (2020) como un impacto positivo y temporal, respecto a la limpieza en el aire y el agua tanto dulce como salada. En el caso de la atmósfera, el confinamiento realizado para detener la propagación del SARS-CoV-2 ha mejorado la calidad del aire en el mundo, estimando una mejora del 30% (Muhammad, Long & Salman, 2020).

Referirse al impacto ambiental, conlleva a analizar también el manejo de los residuos sólidos, Montes (2009), indica que los materiales orgánicos o no, de la naturaleza compacta, residuos al término de su uso. Los residuos sólidos pueden clasificarse en: residuos de casas, comerciales, limpieza de espacios públicos y de salud o en centros médicos de apoyo, residuos industriales y de construcción, como también residuos agropecuarios y de instalaciones o actividades especiales, OEFA (2016).

Los residuos sólidos durante la pandemia han sido un peligro latente, ya que al incrementarse las medidas de protección en las personas esto ha ocasionado un aumento de la contaminación en el medio ambiente por el uso de artículos no biodegradables como mascarillas, protectores faciales y ropas de protección (Rume y Islam, 2020).

Según Rutynskyi y Kushniruk (2020), Esta investigación sostiene el resultado de la pérdida de flujo turístico entre 1 y 1.5 millones de turistas en el 2020; con un volumen proyectado de pérdidas financieras de 80 a 135 millones de euros este

año; la cancelación de eventos turísticos planificados (más de 50) significó la pérdida de 240 mil turistas. Ante la crisis los establecimientos de restauración (290 empresas) fueron agrupadas para afrontar el impacto realizando: ventas online con servicio de entrega a domicilio. Alianzas con tiendas de comestibles. Modernización de instalaciones y retención de personal. Las pequeñas empresas familiares fueron las más vulnerables (cafés, pizzerías, bares, mini restaurantes), recurrieron a la reducción de personal en un 50% y declaraciones de intención en el cierre del negocio. Los hoteles, después de las restricciones de la cuarentena; funcionaron en condiciones de restricción sanitaria (01 pax por habitación, servicios solo en habitación). Las agencias de viajes tuvieron que afrontar cancelaciones y postergaciones de los paquetes vendidos para la temporada primavera- verano 2020. En conclusión, los prestadores de servicios turísticos no podrán superar la crisis por su cuenta. Se recomienda la articulación Estado- empresa privada; para implementar programas que impulsen la aceleración del sector turismo.

Según Bartik et al. (2020) señala donde las pequeñas empresas debieron optar por despidos masivos, cierres de locales, fragilidad financiera y una supervivencia ante gastos solo hasta dos semanas, planean acogerse a financiamientos a través de la ley CARES, aunque presentaron dificultades para la elegibilidad y molestias burocráticas. Concluyeron que las pequeñas empresas emplean un 50% de trabajadores estadounidenses. 43% de estas empresas cerraron temporalmente con una reducción del 40%. Las empresas como restaurantes, turismo y servicios personales, se proyectan a desaparecer si la crisis dura más de cuatro meses. Unos análisis de los resultados extrapolados a todas las pequeñas empresas de Estados Unidos sugieren que el volumen total de préstamos aproximadamente de 410 mil millones de dólares.

Bizarri, Massimo y Ceshin (2020), buscaron verificar como el fenómeno COVID-19 afecta a las geografías, percibidas en relación a los mercados; utilizaron la encuesta para monitorear el "sentimiento" de viaje de los italianos en relación con lo previsto para el verano 2020 así como en los próximos años y delinear el comportamiento futuro de viajeros italianos y extranjeros. Concluyeron que los destinos con características singulares fueron y serían los favorecidos por inversiones turísticas, por lo que serían los primeros en activarse en un largo plazo.

Los demás destinos podrían no ser considerados en la planificación de grandes grupos de inversión; esto debido también a que consideran que es más económico invertir en nuevos atractivos turísticos con las nuevas necesidades sanitarias que reconvertir los existentes.

Nissen y Rivas (2020) analizaron el marco normativo temporal de la Comisión de la Unión Europea para complementar las estrategias estatales de ayuda durante la crisis del COVID- 19. Concluyeron que ante la incertidumbre de la pandemia de COVID 19, el impacto financiero aún no está claro; pero si se evidencia algunas de ellas en las empresas; reglas de trabajo remoto, cierre de tiendas y restaurantes, etc. Así mismo las estrategias de la Comisión de la Unión Europea representan una oportunidad para las empresas que en alianza con las autoridades de los diversos niveles de gobierno puedan protegerse de algunas consecuencias financieras negativas de la pandemia de COVID- 19.

Dinarto et al. (2020) estudiaron el impacto que el COVID-19 ha tenido a marzo 2020 en la isla de Bintan (Indonesia), los resultados obtenidos están vinculados a la disminución de la demanda de hoteles, habitaciones, regalos y consumo de alimentos, amenazando los trabajos de los lugareños. Los complejos turísticos y hoteles de la isla han despedido a sus empleados, pero a pesar de ello no han sido reportados en gran medida. Recomendaron que es necesario que el gobierno local desregule el sector turístico, buscar nuevas fuentes de turistas mejorar las capacidades de las empresas locales relacionadas con el turismo para mejorar la calidad en el servicio.

Como teoría que avalan nuestra investigación tenemos del comportamiento planificado (TCP) donde nos habla de cómo es la conducta de las personas y como puede ser planeada. Esto con nuestra investigación van de la mano ya que algunos impactos se dan gracias a la mano del hombre.

III. METODO

3.1. Tipo y diseño de investigación

Esta investigación fue de enfoque cualitativo como mencionó Hernández et al (2014) donde se necesitó recolectar y analizar los datos para así responder las dudas del estudio desarrollado.

El tipo de investigación es Básica ya que interpreta los fenómenos ocurridos en la comunidad. Lozada (2014) dijo que la teoría científica nace a partir de una idea o de un fenómeno al que le llaman investigación fundamental o básica (p.35). Además, es de diseño fenomenológico según Hernández et al (2014) indicó que su objetivo principal es reconocer, explicar y comprender las experiencias de los entrevistados con respecto al fenómeno.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

La Unidad temática o categoría de la investigación fueron: Los impactos generados por el COVID 19; para ello se abordará el estudio en las siguientes subcategorías: Impactos económicos, Impactos sociales, Impactos ambientales. Estos impactos generados en las empresas turísticas en el entorno de la laguna Huacachina en Ica. (Anexo 01: matriz de categorización)

3.3. Escenario de estudio

La investigación se desarrolló en el entorno de la Laguna de Huacachina, la misma que se encuentra ubicada a 5 km al suroeste de la ciudad de Ica, este recurso constituye en uno de los destinos turísticos con más afluencia de visitas en el Departamento de Ica ya que forma parte del oasis enclavado en el desierto iqueño.

3.4. Participantes

Los participantes en la investigación fueron conformados por 12 empresas turísticas que están ubicados cerca de la Laguna de Huacachina divididos de la siguiente manera: 2 Agencia de Viajes, 6 Establecimientos de hospedaje y 4 Restaurantes.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Tacillo (2016), mencionó que la técnica es el modo de aplicar los instrumentos de investigación con el objetivo de obtener la información para llevar a cabo la investigación científica. Para el caso de la investigación se utilizó la técnica de la Entrevista a profundidad y su respectivo instrumento el cual es la guía de entrevista, además de la ficha de observación. (Anexo N°3: Guía de entrevista)

3.6. Procedimientos

La investigación tuvo como finalidad describir los impactos de la pandemia en las empresas turísticas que está situado cerca de la Laguna de la Huacachina, para ello se indagó en fuentes secundarias como tesis, artículos científicos, revistas, entre otros.; precisando el uso de la base digital de la universidad en revistas indexadas. La revisión bibliográfica permitió estructurar los instrumentos a utilizar en la investigación, luego se analizó la información recolectada a través de análisis de contenido; posterior a ello se realizará el análisis y triangulación de la información recogida con el marco teórico de la investigación estableciendo la discusión de resultados; finalmente se redactaron las conclusiones y recomendaciones.

3.7. Rigor científico

La Consistencia lógica:

Se utilizó la validez de contenido a través de juicio de experto, el mismo que se aplicó por 3 expertos en el tema. (Anexo N. ° 4: fichas de validación)

Tabla N°01: Validación de expertos

Apellidos y nombres del experto	INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA	Promedio de valoración
ZEVALLOS GALLARDO, VERÓNICA	Universidad Cesar Vallejo	87%
VELÁSQUEZ VILOCHE, LELI VIOLETA	Universidad Cesar Vallejo	97.5%
AGURTO RUIZ, KARLA PAOLA	Universidad Cesar Vallejo	90%

Fuente: Elaboración propia.

Confiabilidad

Según Martínez (2006) la confiabilidad en las cualitativas se evidencia con la validez interna, validez externa y la validez de constructo, de tal forma que se podrán obtener resultados similares.

3.8. Método de análisis de información

El método de análisis de información, teniendo en cuenta el enfoque cualitativo de la investigación, se usó el método de análisis de contenido. Schettini y Cortazzolo (2015) definieron que el “análisis es un método que explica y comprende textos, transcripciones de entrevistas y otros, para que así se pueda dar un análisis cuantitativo y cualitativo”. (p. 45)

3.9. Aspectos éticos

El proyecto de investigación respetó los derechos de los autores citados y referencias bibliográficas consultadas, para ello se utilizó las normas APA, además, se respetó la privacidad e identidad de los participantes de la investigación informando de los objetivos de la investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

SUBCATEGORIA IMPACTO ECONOMICO

Las empresas prestadoras de servicios turísticos en la Huacachina han sufrido un impacto negativo en base a su economía ya que solamente se basaban en un turismo extranjero y al cerrar las fronteras se paralizaron sus servicios. Por consiguiente, se planea llevar a cabo la reactivación por medios de ofertas, paquetes y redes sociales para volver a captar su demanda turística. Así mismo los compromisos que más se afectados fueron los bancos ya que con los servicios básicos como luz, agua, internet tuvieron menores gastos. Las estrategias que están utilizando mayormente son los protocolos de bioseguridad ya que así hacen que los clientes se sientan protegidos dándoles las garantías y de esta manera adquirir sus servicios. Por otra parte, los beneficios tributarios dados por el gobierno solo se les otorgo a grandes empresas dejando de lado las micro y pequeñas empresas.

“...se vio muy afectado ya que era dirigido a sector extranjero... estuve aproximadamente nueve meses con cero ingresos...” E1

“...estoy este viendo la manera de sacar ofertas por que el turismo interno, sacar paquetes y atacar por las páginas de Facebook...” E2

“...si hubo problemas con temas de banco porque yo tenía unos prestamos...” E1

“...las medidas y protocolos de bioseguridad para que los viajeros y los clientes tengan esa seguridad de que no se van a contagiar...” E7

“...los beneficiarios a este tipo de ayuda fueron las medianas y grandes empresas como lo mío es una micro empresa, no me he visto tan beneficiado a este apoyo...” E7

SUBCATEGORIA IMPACTO SOCIAL

Con respecto a las medidas tomadas por el COVID 19, muchas de estas empresas tuvieron que realizar un cierre temporal por el cual se dio la reducción de su personal. El seguimiento a sus colaboradores es para conocer si tienen algunos síntomas es por ello, que cada mes les realizan pruebas moleculares y antígenos. Al haber una reducción de personal, se mantiene su sueldo base y lo único que varía es sus comisiones e incentivos ya que por el momento no reciben muchos turistas.

“...los primeros meses si le pude pagar la mitad del sueldo, luego si ya no pude sostener eso y ellos quedaron desempleados...” E1

“...estoy haciendo pruebas mensuales, pruebas de antígenos.” E1

“...No porque solo los que nos hemos quedado nos mantenemos con el mismo precio...” E5

SUBCATEGORIA IMPACTO AMBIENTAL

La cuarentena establecida por el gobierno hizo que se inmovilicen las personas es por ello que no hubo residuos sólidos en las empresas turísticas. Por último, se están enfocando más en los protocolos del COVID 19 que no son sostenibles con el ambiente ya que en estos momentos es prioridad para el funcionamiento de sus empresas.

“...la pandemia no hemos trabajado, pero ahorita siempre hemos reciclado y bueno hay un basurero rojo donde ponemos todo lo que es mascarillas guantes o todo lo que toca tu cara y eso es separado lo roseamos y lo ponemos en la basura no con doble bolsa...” E3

“...por el momento ninguno por lo mismo de la pandemia, debemos seguir el protocolo de bioseguridad entonces es inevitable como te dije, en no usar mascarilla, no usar faciales, no usar guantes, no usar mamelucos...” E7

Con respecto, al método de observación, las agencias de viajes cuentan con los protocolos de seguridad, además de brindarles confianza en sus actividades con paquetes atractivas y operadores turísticos capacitados. Referente a los restaurantes cuentan con aforos reducidos, espacios amplios con pocas mesas cumpliendo el distanciamiento social. Los hoteles del departamento Ica, cuentan con medidas de distanciamiento social, con equipos de protección el personal atiende detrás de acrílico, hay controles de temperatura, los cubre bocas son obligatorios en las áreas compartidas. Cada habitación permanece vacía por un mínimo de 48 horas entre cada reservación.

Para la presente subcategoría impacto económico se identificaron 5 códigos: Impactos negativos, marketing, deudas, plan económico y beneficios tributarios. El impacto negativo a causa de la pandemia COVID 19 trajo por consecuencia el cese de afluencia de turistas extranjeros y el cierre de fronteras por parte del estado peruano, esto represento grandes pérdidas económicas para los servicios turísticos. Por otro lado, las empresas turísticas planean reactivar su economía por medio de redes sociales. Es evidente que los medios digitales actualmente se han convertido en la mejor estrategia para fortalecer la relación entre cliente y empresas. Las empresas locales se endeudaron con los bancos al realizar préstamos antes y durante la pandemia sumando así intereses; aunque se han mantenido al día con los servicios de agua, luz e internet. Del mismo modo, están aplicando un plan económico: teniendo como primer punto, implementar sus protocolos de bioseguridad, para darle confianza al cliente durante su servicio; y como segundo punto, es el alza de sus precios, ya que se redujo el aforo y deben pagar un poco más para cubrir sus servicios. Finalmente, los beneficios tributarios dados por el gobierno los cuales son Reactiva Perú y Turismo Emprende, concebidos con la finalidad de reactivar la actividad turística a grandes y pequeñas empresas, han sido insuficiente puesto que no benefició a ninguna de las mypes entrevistadas, de modo que ellas asumieron todos los gastos generados. Después de lo expuesto en los resultados, podemos decir que las empresas prestadoras de servicios turísticos tuvieron un impacto económico en el cual presentaron pérdidas, algunas cerraron temporalmente y tuvieron que deslindarse de su personal. Pero también se puede ver que quieren reinventarse y poder salir adelante es por ello que tienen planes para poder llevar a cabo su reactivación económica. Para

Dieckow (2020), este virus ha dejado un impacto negativo en las empresas, ya que el estado al cerrar el tránsito de las personas y la paralización de mercaderías al exterior tuvo un decrecimiento en su economía. Según Jamaica (2020) el marketing es muy importante en estos tiempos de pandemia, ya que permite a las empresas adaptarse, reinventarse mediante los medios digitales para así poder atraer turistas y satisfacer sus necesidades. La crisis de la pandemia ha significado una gran problemática, mayormente en los empresarios que obtuvieron deudas que aumentan con el pasar del tiempo y no cuentan con la oportunidad de cumplir con los pagos (Villegas et al, 2020). Las pymes no cuentan con alta capacidad de afrontar esta crisis es por ello que es fundamental realizar un plan de emergencia que reorienten a las empresas (Johnson et al, 2020). Finalmente, MINCETUR (2020) nos dice que los beneficios tributarios favorecen a las micro, pequeñas y medianas empresas, la cual consiste en otorgar créditos además de la flexibilización para su reactivación.

Para la presente subcategoría impacto social se identificaron 3 códigos: Desempleo, seguimiento al personal y salario. La pandemia hizo que las empresas turísticas hagan un recorte en su personal ya que no tenían suficientes recursos para poder pagarles a todos. Por otra parte, el seguimiento que le hacen es constante ya que llenan un formulario antes de iniciar sus actividades, de la misma forma les realizan pruebas moleculares y antígenos cada mes. Por último, los colaboradores mantuvieron sus salarios, pero si ocurrió una variación en sus comisiones e incentivos. Con referente a los resultados antes planteados, las empresas turísticas no contaban con liquidez es por ello, que tuvieron que tomar medidas referentes a algunos colaboradores los cual fueron despidos, pero al reactivarse el turismo cumplían con los lineamientos de los protocolos y mantenían sus salarios. El COVID 19 alteró la economía de las empresas de transporte, hoteles, restaurantes y agencia de viajes teniendo como resultado el desempleo en un 247,295 a lo largo del 2020. (Padilla et al, 2021; Tolentino, 2021). De acuerdo con Sándiga (2020) lo primero que hicieron las empresas al reabrir sus actividades, fue proteger a sus empleados mediante pruebas moleculares en periodos de 15 a 20 días. Con respecto a, Castro (2020) el impacto de la pandemia ocasionó una inestabilidad laboral por el cual ha aumentado los despidos masivos

y suspensión de contratos, sin embargo, los colaboradores que se quedaron mantuvieron sus salarios.

Para la presente subcategoría impacto ambiental se identificaron 2 códigos: residuos sólidos, protocolos y sostenibilidad. La cuarentena causada por el COVID 19 hizo que las empresas turísticas cierren temporalmente sus actividades, es por ello que no generaron residuos sólidos. Por lo que se refiere a protocolos y sostenibilidad en estos momentos no están dando prioridad al medio ambiente, antes que nada, es importante la seguridad de los turistas. Después de lo expuesto en los resultados, podemos decir que el impacto ambiental no es hoy en día algo importante para las empresas ya que es más crucial salvaguardar la salud de los visitantes por medio de los protocolos de bioseguridad, siendo estos no amigables con el medio ambiente. Los residuos sólidos durante la pandemia han sido un peligro latente, ya que al incrementarse las medidas de protección en las personas esto ha ocasionado un aumento de la contaminación en el medio ambiente por el uso de artículos no biodegradables como mascarillas, protectores faciales y ropas de protección (Rume y Islam, 2020).

V. CONCLUSION

1. Se analizó la percepción de los impactos generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Huacachina, teniendo 3 subcategorías: Impacto económico, social y ambiental. Donde de acuerdo al impacto económico se concluye, que las empresas turísticas tuvieron grandes pérdidas. Entorno al impacto social se dio un despido masivo y el cierre temporal de empresas. Para concluir el impacto ambiental fue negativo y trajo consigo el aumento de residuos sólidos.
2. Los impactos económicos generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos, el cual se identificaron 5 códigos: impacto negativo, marketing digital, deudas, plan económico y beneficios tributarios. El impacto negativo que generó la pandemia, hizo que baje la afluencia de turistas extranjeros y tengan pérdidas económicas. El marketing digital ayudará a la reactivación de sus economías, siendo la mejor estrategia para el acercamiento entre cliente y empresa. Las deudas se evidenciaron en los bancos ya que realizaron prestamos antes y durante la pandemia dejando muchos intereses. El plan económico será a través de las implementaciones de protocolos para la seguridad de los turistas y el alza de precios ya que se redujo el aforo. Sobre los beneficios tributarios fueron dados a grandes empresas, más no a las mypes entrevistadas.
3. Los impactos sociales generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos, el cual se identificaron 3 códigos: desempleo, seguimiento al personal y salario. El desempleo fue uno de los impactos sociales que más se evidencio ya que las empresas turísticas no tenían la suficiente capital para poder seguir pagando a sus colaboradores. El seguimiento al personal es constante a través de las pruebas mensuales y quincenales. En cuanto el salario se concluye que los trabajadores que se quedaron siguen manteniendo su sueldo, lo que vario son sus comisiones e incentivos.
4. Los impactos ambientales generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos, el cual se identificaron 2 códigos: residuos sólidos, protocolos y sostenibilidad. Los residuos sólidos no se evidenciaron durante la cuarentena, ya que se encontraban temporalmente cerrados. Referente a los protocolos y sostenibilidad se concluye que para las empresas ahorita no es

importante el medio ambiente, si no en la seguridad de los clientes y en recuperar su economía.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que las empresas prestadoras de servicio turísticos se enfoquen en los tres impactos generados por el COVID 19, ya que su economía se vio muy afectada y deben de recuperar los meses que estuvieron cerrados, de esta manera podrán volver a posicionarse, tal como eran antes de la pandemia, además de seguir cuidando sus recursos y el medio ambiente.
2. Se recomienda evaluar los impactos económicos dejados por el COVID 19 y los posibles peligros en sus activos fijos, que sigan esforzándose para no perder el turismo en la Huacachina Ica. Además de llevar a cabo su reactivación a través del marketing digital para que así puedan llegar a mayores turistas y puedan reinventarse.
3. Se recomienda la flexibilidad laboral teniendo en cuenta las funciones de cada personal para que del mismo modo puedan seguir con el mismo objetivo, además de seguir con los protocolos para que no haya reinfecciones entre los trabajadores.
4. Se recomienda tomar conciencia mediante el reciclaje y poder llevar a cabo los protocolos que sean amigables con el medio ambiente, que gracias a esto se puede llevar a cabo la actividad turística en la laguna Huacachina del mismo modo recibir ingresos económicos.

REFERENCIAS

Alzúa, M y Gosis, P (2020) Impacto Social y Económico de la COVID-19 y Opciones de Políticas en Argentina. Centro de Estudios Distributivos, Laborales y Sociales de la Universidad Nacional de la Plata y Partnership for Economic Policy (PEP).

Albulescu, C.T. (2020). Coronavirus and oil price crash. <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/2003/2003.06184.pdf>

Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. AECIT. (2020): El turismo después de la pandemia global, análisis, perspectivas y vías de recuperación. Edición cerrada el 25 de abril 2020.

Bartik, A. et al. (2020): "How are small businesses adjusting to COVID-19? Early evidence from a survey", Working Paper 20-102, Harvard Business School.

Becerra, F. et al. (2021). Financial impact of covid-19 on Ecuadorian tourism: Business strategies for reactivation. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(3), 201-220. https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/566.

Bignardi, C. et al. (2020). The impacts of covid-19 on the travel of Brazilian tourists: conjuncture and perspectives in the outbreak and expansion of the pandemic in Brazil. *Turismo Visão e Ação*, vol. 23 (1), 2-25. <https://www.scielo.br/j/tva/a/Sw5gnMfkcB8H8KCYZHKjyrN/?format=pdf&lang=pt>.

Bizzarri, C. y Massimo, F. (2020): "l'attrattività turistica dell'italia nello scenario geopolitico post covid-19". Università Europea di Roma, Dipartimento di Scienze Umane. Società Italiana Professionisti mobilità dolce e turismo sostenibile (SIMTUR). Paper.

Carneiro, J.; Allis. T. (2021). How does tourism move during the COVID-19 pandemic? *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 15 (1), 2212. <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/rmSVQFWCd3CXdDJvqcYBRpt/?lang=en&format=pdf>.

Castro, J. (2020). Despidos masivos y recorte de sueldos afectan a miles de trabajadores del sector turismo. Turiweb noticias de turismo y viajes. <https://www.turiweb.pe/despidos-masivos-y-recorte-de-sueldos-afectan-a-miles->

de-trabajadores-del-sector-turismo/.

De Sá, F. & Gastal, S. (2021). Mobility, immobility and a-mobility: to discuss tourism in COVID-19 times. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, 15 (1)*, 2144.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2020): Cuarto informe especial sobre la evolución y los efectos de la pandemia del COVID 19: *Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación, en América Latina y el Caribe*. Disponible en: www.cepal.org.

CONFECAMARAS (Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio) (2020), "Encuesta de las Cámaras de Comercio sobre el Impacto del COVID-19 sobre las empresas colombianas", 24 de abril [en línea] <http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2020/Encuesta%20C%C3%A1maras%20de%20Comercio%20consolidada.pdf>.

CNC (Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile) (2020), "Resultados cuarta Encuesta Empresa ante el COVID19", 29 de mayo [en línea] <https://www.cnc.cl/wp-content/uploads/2020/06/Resultados-Cuarta-Encuesta-Empresa-ante-COVID19-Mayo-1.pdf>.

CNI (Confederación Nacional de la Industria) (2020), "Impactos da COVID-19 na indústria", *Sondagem Especial*, N° 77, 14 de mayo.

Chakraborty, I. & Maity, P. (2020) COVID-19 outbreak: Migration, effects on society, global environment, and prevention. *Science of The Total Environment*, vol. 728. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.138882>.

Díaz, C. (2021). Analysis of the Strategies Generated for the Hotel Sector of Colombia to Overcome the COVID-19 Crisis during the Pandemic Phase. *Turismo y Sociedad, Vol. 29*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3875871.

Dinarto, D., Wanto, A. y Sebastian, L.C. (2020): "COVID-19: Impact on Bintan's Tourism Sector", *RSIS*, 33, 2 marzo. <https://www.rsis.edu.sg/wp-content/uploads/2020/03/CO20033.pdf> (último acceso: 21.09 2020).

Dieckow, L. (2020) El impacto económico del COVID 19 en el turismo y los escenarios post pandemia para las empresas. <http://edicionesfhycs.fhycs.unam.edu.ar/index.php/tekoha/article/view/365/308>

De la cruz, D. y López, G. (2020). Manejo de residuos sólidos domiciliarios durante la pandemia COVID-19 en Latinoamérica: Revisión sistemática. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63364/De%20La%20Cruz_MDS-Lopez_VGA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

FECAMCO (Federación de Cámaras de Comercio del Istmo Centroamericano) (2020), “Resultados encuesta #2: ‘Crisis del Coronavirus en Centroamérica’”, 11 de mayo [en línea] <https://www.panacamara.com/wpcontent/uploads/2020/05/200511-PPT>

[Encuesta-2-VP-Crisis-del-Coronavirus-en-Centroam%C3%A9rica.pdf](#).

Gutiérrez, E. (2020). Impactos COVID – 19 en empresas de servicios turísticos. <http://repositorio.unah.edu.pe/bitstream/handle/UNAH/100/7Manuscrito%20de%20libro-24-1-10-20200825.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=80>.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2000) “Metodología de la Investigación”. McGraw-Hill. México, pg. 15.

Hernandez, Y. et al. (2021). Actions for the Commercialization of the Travel Agencies Products of OSDE Viajes Cuba in the Post-COVID Stage. *Turismo y sociedad* XXIX, pp. 201-219. <https://www.proquest.com/openview/e2dce8d29924d9f485049a5b2a9148bd/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2027535>.

Hernando, C. & Rico, M. (2021). The impact of covid-19 on the sustainable economy in the hotel sector: the case of the Community of Madrid (Spain). *Journal of Tourism and Heritage Research*. vol.4 (2), 125-147. <http://jthr.es/index.php/journal/article/view/272/470>.

Hevia, C. & Nuemeyer, A. (2020). Un marco conceptual para analizar el impacto económico del COVID-19 y sus repercusiones en las políticas. <https://www.undp.org>.

Jamaica, S. (2020). Implementación del marketing digital para la captación de clientes en tiempos de pandemia. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/36746/JAMAICABARBOSASTEPHANIA2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Laurente, L (2021). International tourism demand in times of COVID-19 in the Puno región - Perú. *Revista de coyuntura y perspectiva*, vol. 6, pp. 49-78. http://www.scielo.org.bo/pdf/ec/v6n1/v6n1_a04.pdf.

Liberta, B. (2007) Impacto, impacto social y evaluación del impacto. *Acimed* 2007; 15(3). http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_3_07/aci08307.htm [Consultado: 04/10/2020].

Martínez, M. (2006). Validez y confiabilidad en la metodología cualitativa. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S101122512006000200002.

Menchero, M. (2020). Tourist Flows, Geopolitics and COVID-19: When International Tourists are Transmission Vectors. *Geopolítica(s). Revista de estudios sobre espacio y poder*, vol. 11, 105-114.

Méndez, A. (2005) Impacto De La Capacitación en la pequeña y mediana empresa de La Ciudad de San Luis Potosí, a través del Programa de Apoyo a la Capacitación de La Secretaría Del Trabajo y Previsión Social. Del Gobierno Del Estado De San Luis Potosí. Alcances de un Modelo Evaluativo para la rentabilidad y crecimiento de Las Pymes en la región. Universidad Autónoma de Nuevo León. Facultad De Psicología Subdirección de Posgrado e Investigación. <https://cd.dgb.uanl.mx/handle/201504211/2456>.

Méndez C. (1995) "Metodología, guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas". McGraw-Hill. Bogotá, pág. 92.

Moliner, M. (1988) Diccionario de uso del español. Madrid: Gredos.

Morales, D. & Roux, R (2015). Estudio de impacto social: antecedentes y línea base para san fernando, tamaulipas. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, XXV (1) ,111-130. [Fecha de Consulta 5 de

octubre de 2020]. ISSN: 1405-3543.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=654/65452535006>.

Ministerio del Ambiente (2010). Guía para la identificación y caracterización de impactos ambientales.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020). Más beneficios para las micro y pequeñas empresas de turismo.
<https://www.gob.pe/id/institucion/mincetur/noticias/343222-mas-beneficios-para-las-micro-y-pequenas-empresas-de-turismo>.

Ministerio de Sanidad y Consumo de España (2007) Plan de Continuidad de las empresas frente a emergencias. Pandemia De Gripe.

Muhammad, S., Long, X. & Salman, M. (2020). COVID-19 pandemic and environmental pollution: A blessing in disguise? *Science of the Total Environment*, 728. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.138820>

Nissen, M. y Rivas, J. (2020): "The EU Commission adopts anew Temporary Framework to complement the existing State aid toolbox during the COVID-19 outbreak", *Concurrences*, marzo. <https://www.concurrences.com/en/bulletin/news-issues/preview/the-eu-commission-adopts-a-new-temporaryframework-to-complement-the-existing-en> (Último acceso: 18 setiembre 2020).

Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos Comité de Asistencia para el Desarrollo, Glosario de los principales términos sobre evaluación y gestión basada en resultados, OCDE, París, 2010. [En línea]. <http://www.oecd.org/development/peer-reviews/2754804.pdf>.

Ocampo D. (2014). Teoría Conceptual-Sistémica de la Sinergia de Impactos Ambientales y el Establecimiento de Bases para su Evaluación. *Acta Nova*, 6(4), 330-350. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S16830789201400200003&lng=es&tlng=es.

Orjuela, C. et al. (2021). Cambio climático y competitividad turística en las regiones de Colombia. *Turismo y Sociedad XXIX*, pp. 29-51. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/7306/10037>.

Padilla et al. (2021). Crisis y reactivación turística en tiempos de covid-19. Cámara de turismo provincia de Pastaza. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(3), 426-434. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2115/2099>.

Paixão, W. et al. (2021). Effects of the COVID-19 pandemic on tourism in Fernando de Noronha in the first semester of 2020. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 15 (1), 2128. scielo.br/j/rbtur/a/z6FjyDsRRzhF8kfKnstR4kj/?format=pdf&lang=en.

Petrizzo, M. (2020) Impacto de la COVID-19 en el sector turismo. Universidad Nacional del Turismo, Núcleo Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos y Centro Internacional Miranda.

Pinargote, K. & Loor, T. (2021). Covid-19 and its economic impact on the hotel companies of Manta-Ecuador. *Revista Eca Sinergia*. Vol. 12(1). 152-168. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/2744/3184>.

Price Waterhouse Coopers S.L. (2012) Estudios de Impacto Económico

Reyna, J. (2020) Crisis sin precedente en el sector turístico del país por la pandemia. <https://www.jornada.com.mx/ultimas/politicas/2020/04/01/crisis-sin-precedentes-en-el-sector-turistico-del-paispor-la-pandemia-3733.html>.

Rodríguez, D., & Álvarez, J. (2013). Vulnerabilidad del turismo y comunicación institucional ante desastres: Estudio de casos. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, 137-161.

Rutynskyi, M. y Kushniruk, H. (2020). The impact of quarantine due to COVID-19 pandemic on the tourism industry in Lviv (Ukraine). *Problems and Perspectives in Management*, 18(2), 194-205. doi:10.21511/ppm.18(2).2020.17

Saiz-Álvarez, José M. & Gámez-Gutiérrez, Jorge A. (2020) Propuesta de método para medir el impacto económico del SARS-COV-2. *Dimensión Empresarial*, 18(3). DOI: 10.15665/dem.v18i3.2409.

Sándiga, A. (2020). Manejo de crisis del COVID 19 en empresas de turismo ubicados en Lima, Perú.

http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/11316/1/2020_S%c3%a1ndiga%20Ramos.pdf.

Sforza, A. & Steininger, M. (2020). Globalization in the Time of COVID-19, *CESifo Working Paper, 8184*, Munich (Alemania): IFO.

Schettini, P. y Cortazzo, I. (2015) Análisis de datos cualitativos en la investigación social: procedimientos y herramientas para la interpretación de información. - 1a ed. - La Plata: Universidad Nacional de La Plata, 2015.E-Book.

Souza, M. (2021). The state and tourism in Brazil: analysis of public policies in the context of the COVID-19 pandemic. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, 15 (1), 2137*. <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/3gYD3cHFVJQjgC977cy88kz/?format=pdf&lang=en>

Villegas, F. et al. (2020). Efectos financieros y tributarios del COVID-19 en los contribuyentes personas naturales de Villavicencio, Comuna 7. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/32651/1/2020_efectos_financieros_tributarios.pdf.

Taipe, S. et al. (2021). Impact of the pandemic produced by COVID-19 on human activities. *Revista de Investigación Científica y Tecnológica Alpha Centauri Vol. 2(1)*. <http://journalalphacentauri.com/index.php/revista/article/view/25/24>.

Toledo, M. (2021) Estrategias post-COVID 19 para reactivar el Turismo local en el Ecuador: Caso provincia de Tungurahua. <https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/155324/559175.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Tolentino, J. (2021). Casi 250,000 personas perdieron su empleo en el sector turístico por la pandemia. <https://expansion.mx/empresas/2021/01/20/casi-250-000-personas-perdieron-su-empleo-en-el-sector-turistico-por-la-pandemia>.

Vázquez Pasos, Luis A. (2012). Los desastres naturales y su impacto social. Una visión antropológica. Jorge Pacheco, José Antonio Lugo y Lizbeth Tzuc (2010), Impactos del huracán "Isidoro" en comisarías y subcomisarías de Mérida, Ciudad de México: Universidad Autónoma de Yucatán (UADY) -Plaza y Valdés, 124 páginas, ISBN 978-607- 402-244-5 Temas Antropológicos. Revista Científica

de Investigaciones Regionales, 34 (2), 181-189.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4558/455845081008>.

Vega, V. et al. (2021). Differences in the global COVID-19 tourism index between the five continents. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. Vol.3 (48), 2-22.
<http://www.scielo.org.mx/pdf/dilemas/v8n3/2007-7890-dilemas-8-03-00048.pdf>.

Villordo, S. (2020). Oportunidades laborales en tiempos de pandemia: la importancia del data scientist. *Revista de investigación y desarrollo de la Universidad Gastón Dachary*. <https://www.noticiasdel6.com/wp-content/uploads/2021/02/ID03-1-1.pdf#page=15>.

Zaldívar, B. & Gutiérrez, O. (2020). Management of communication in crisis situations. Good practices by tourism brands to face the COVID-19 pandemic. *ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación*. Vol. 9 (24), 91-106.
<http://scielo.sld.cu/pdf/ralc/v9n24/2411-9970-ralc-9-24-91.pdf>.

ANEXOS

Anexo 1.

Tabla 2. Matriz de categorización

Título de la investigación	Unidad Temática o Categoría	Sub Categorías	Metodología
Percepción del Impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicio turístico en la Huacachina, Ica 2020	Impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicio turístico	Impacto Económico	Enfoque: Cualitativo Tipo: Básica Diseño de la investigación: Fenomenológico Tipo de muestreo: No probabilístico por criterio Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista y ficha de observación
		Impacto Social	
		Impacto Ambiental	

Anexo 2.

Tabla 3. Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Categoría o Unidad temática	Subcategoría
General ¿Cómo es la percepción de los impactos generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos en Huacachina, Dpto. de Ica, 2020?	General Analizar la percepción de los impactos generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Huacachina		

Problemas Específicos	Objetivos Específicos		
<p>¿Cómo es la percepción de los impactos económicos generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos en Huacachina?</p>	<p>Conocer los impactos económicos generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Huacachina.</p>	<p>IMPACTOS GENERADOS POR EL COVID 19</p>	<p>Impactos económicos</p>
<p>¿Cómo es la percepción de los impactos sociales generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Huacachina?</p>	<p>Conocer los impactos sociales generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Huacachina.</p>		<p>Impactos sociales</p>

<p>¿Cómo es la percepción de los impactos ambientales generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Huacachina?</p>	<p>Conocer la percepción de los impactos ambientales generados por el COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Huacachina.</p>		<p>Impactos ambientales</p>
---	--	--	-----------------------------

Anexo 3. Guía de entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA N°1

Nombre del entrevistado: _____

Lugar de nacimiento del entrevistado: _____

Centro de labores del entrevistado: _____

Edad del entrevistado: _____

Hora de inicio de la entrevista: _____

Hora de fin de la entrevista: _____

TEMA: Percepción del impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos en Huacachina, departamento de Ica 2020

I. IMPACTOS ECONÓMICOS:

1. ¿Cómo ha impactado económicamente la pandemia en su empresa?
2. ¿Cómo planea llevar a cabo la reactivación económica de su empresa?
3. ¿Cómo ha sido la situación de la empresa con los proveedores y los compromisos asumidos con anterioridad a la pandemia?
4. ¿Qué estrategias implementarán para minimizar el impacto económico dejado por el COVID 19?
5. ¿Qué piensa de los beneficios tributario dado por el gobierno?

II. IMPACTOS SOCIALES:

1. ¿Qué medidas ha tomado respecto a su personal por la pandemia?
2. ¿Cómo es el seguimiento que hacen a su personal si se encuentra afectados por el COVID 19?
3. ¿Su empresa ha tenido que reducir el salario de sus trabajadores por la pandemia?

III. IMPACTOS AMBIENTALES:

1. ¿Cómo ha sido el manejo de los residuos sólidos de su empresa durante la pandemia?
2. ¿Qué protocolos de seguridad ha implementado su empresa que sea sostenible con el ambiente?

Anexo 4. Fichas de Validación



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 04 de noviembre de 2020.

Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, Verónica.

DNI: 41726975 Teléfono: 932371609

Título/grados: Mg. Docencia Universitaria.

Cargo e institución en que labora: Universidad Cesar Vallejo. Coordinadora de Escuela **ATH**.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										x		
2										x		
3										x		
4												
5												
6												
7												
8												

Promedio de valoración : — —



Mg. Verónica Zevallos Gallardo. Coordinadora
E.P. Administración en Turismo y Hotelería Lima norte

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA
PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y
HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 09 de Noviembre de 2020

Apellido y nombres del experto: KARLA PAOLA AGURTO RUIZ

DNI: 46695542

Teléfono: 949411151

Título/grados: MBA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Cargo e institución en que labora: COORDINADORA DE ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA - UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										X		
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										X		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?										X		
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										X		

Promedio de valoración: 90%



FIRMA DEL EXPERTO



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA
PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO
Y HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE
EXPERTOS**

Lima, 04 de noviembre de 2020

Apellido y nombres del experto: VELÁSQUEZ VILOCHE LELI VIOLETA

DNI: 18217577 Teléfono: 990315300

Título/grados: LICENCIADA EN TURISMO – MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA

Cargo e institución en que labora: DOCENTE – UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ÍTEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de dato está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?											X	
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?											X	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										X		
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?											X	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?											X	
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?											X	
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?											X	
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										X		

Promedio de valoración: 44,5

Anexo 5: Turnitin



Portafolio de la clase

Mis notas

Discusión

Calendario

ESTÁS VIENDO: INICIO > PI 2020 - I

¡Bienvenido a la página de inicio de su nueva clase! Podrás ver todos los ejercicios de tu clase en la página principal de tu clase, así como ver información adicional acerca de los ejercicios, entregar tu trabajo y tener acceso a los comentarios para tus trabajos. ✕

Mueve el cursor sobre cualquier elemento de la página principal de la clase para ver más información.

Página de Inicio de la clase

Esta es la página de inicio de su clase. Para entregar un trabajo, haga clic en el botón de "Entregar" que está a la derecha del nombre del ejercicio. Si el botón de Entregar aparece en gris, no se pueden realizar entregas al ejercicio. Si está permitido entregar trabajos más de una vez, el botón dirá "Entregar de nuevo" después de que usted haya entregado su primer trabajo al ejercicio. Para ver el trabajo que ha entregado, pulse el botón "Ver". Una vez la fecha de publicación del ejercicio ha pasado, usted también podrá ver los comentarios que le han dejado en el trabajo haciendo clic en el botón de "Ver".

Bandeja de entrada del ejercicio: PI 2020 - I

Título del Ejercicio	Información	Fechas	Similitud	Acciones
PI 2020 - I		Comienzo 24-nov.-2020 5:38PM Fecha de entrega 31-mar.-2021 11:59PM Publicar 25-nov.-2020 12:00AM	10%	Entregar de nuevo Ver

Anexo 6. Transcripciones de entrevistas

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
Nº de registro: 01	
Nombre del investigador/entrevistador: Yasuko Santillana Figueroa	
Nombre de la población: Ica- huacachina	Fecha de la entrevista: 21/04/2021
	Fecha de llenado de ficha: 26/04/2021
Tema: Impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicio turístico	
Informante: Guillermo Eduardo Rocha Neyra – Dueño del Hotel Rocha	
Contextualización: La entrevista se realizó vía zoom por motivo del aislamiento social obligatorio.	
Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 10 preguntas asignadas.	
Transcripción: 1. ¿Cómo ha impactado económicamente la pandemia en su empresa? Coméntenos Mi hospedaje se vio muy afectado ya que era dirigido a sector extranjero ya que es ese turismo que viene regularmente todo el año en la Huacachina que es el atractivo de Ica, se vio muy afectado, muy fuera de que nos cerraron por la cuarentena que no se podía trabajar. El turismo extranjero cuando pude aperturar el turismo era nulo, entonces si me choco bastante estuve aproximadamente nueve meses con cero ingresos y estoy un poco sorprendido por cómo ha respondido el público en general porque si bien es cierto estamos en una pandemia y yo creo que la gente, más que todo de lima, que son las personas que yo recibo más se dan su tiempo para viajar y pasar un tiempo de relax y bueno, ahorita estoy recuperándome de nuevo pero si me impacto mucho.	
2. ¿Cómo planea llevar a cabo la reactivación económica de su empresa? En verdad ya la inicie, la verdad tenía muy pocos empleados porque es un hospedaje familiar entonces lo que hice es contratar máximo dos personas y yo hacer el resto de actividades, es por eso que ahorita vengo un poco tarde porque todo los días es meterle yo mismo hacer lo que anteriormente yo podía darme el lujo de pagar a un personal, entonces en ese aspecto si me está ayudando a sostener la empresa hasta que pueda recoger turismo extranjero que ya se está viendo de a poco porque se está vacunando ya en otros países no mucho pero si he tenido unos pequeños grupos de Mexicanos, Españoles y es bueno porque es un buen indicio que dé a pocos se va a reactivar el turismo extranjero.	
3. ¿Cómo ha sido la situación de la empresa con los proveedores y los compromisos asumidos con anterioridad a la pandemia? Bueno, si hubo problemas con temas de banco porque yo tenía unos	

prestamos, justamente ellos me evaluaban por mis ingresos obviamente este no pude pagarles a ellos, era totalmente responsable hasta antes de la pandemia pero después obviamente no pude cumplirles, me han aplicado ahorita refinanciaciones a tazas que no me queda otra que acceder a las tazas que ellos me imponen porque he dejado de pagar tantos meses y esperando que esto mejore y si por ahí tengo un capital ir amortizando par que las tazas no sean tan excesivas, porque las entidades también se han aprovechado. Con los demás proveedores por ejemplo lo que yo más pago es luz, agua hasta ahorita sigo en temas de reclamos porque ellos promediaron, ellos los meses que no abrí, los dos o tres primeros meses que fueron Abril, Mayo y Junio ellos promediaron los recibos como si yo hubiera trabajado entonces he presentado reclamos y bueno estoy esperando que sala a mi favor porque no hubo consumos, no hay forma de que ellos me estén cobrando como si hubiera trabajado.

4. ¿Qué estrategias implementarán para minimizar el impacto económico dejado por el COVID 19? Coméntanos

A ver una estrategia, asumir yo varios roles que anteriormente pagaba a un personal, entonces estoy ahorrando por ese lado, obviamente los protocolos que también tengo implementados en mi empresa dan seguridad al cliente al poder viajar y quedarse en el hospedaje. He reducido aforo también entonces he incrementado un poquito mis precios, entonces recibo menos gente, pero pagan un poco más y por ejemplo una estrategia que aplique en semana santa, saben que en semana santa declararon cuarentena en todo el Perú entonces por medio de mis redes sociales invitamos a los clientes que pasen cinco noches ósea que pasen la cuarentena en el hospedaje y que paguen más que tres y tuvo bastante aceptación, yo en mi mente pensaba facturar cero en esas fechas pero al final pude trabajar y generar ingresos.

5. ¿Qué piensa de los beneficios tributario dado por el gobierno?

Yo creo si no hubiera tenido ahorros no hubiera podido resistir y no tuve ninguna ayuda del gobierno como el reactiva entre otras cosas, si tú me preguntas ahora como empresario te puedo decir que he sido testigo de cómo el estado nos ha abandonado.

6. ¿Qué medidas ha tomado respecto a su personal por la pandemia?

Mira durante la pandemia los primeros meses si le pude pagar la mitad del sueldo, luego si ya no pude sostener eso y ellos quedaron desempleados y felizmente que la relación era tan buena con ellos que mucho de ellos han regresado, ósea ahora están conmigo nuevamente y de alguna manera con toda la acogida que ha tenido el hospedaje me ayuda a tenerlos estables me ayuda a generarles estabilidad entonces hasta empresas grandes no pudieron sostener la pandemia, imagínate yo que soy una empresa pequeña.

7. ¿Cómo es el seguimiento que hacen a su personal si se encuentra afectados por el COVID 19?

Claro, les estoy haciendo pruebas mensuales, pruebas de antígenos.

8. ¿Su empresa ha tenido que reducir el salario de sus trabajadores por la pandemia?

He mira, no he reducido, pero como he puesto menos personal ahora se mantienen con el mismo salario, ósea no he tenido que reducir, a los pocos que tengo se mantienen con el salario que están.

9. ¿Cómo ha sido el manejo de los residuos sólidos de su empresa durante la pandemia?

No tenía gente en el hospedaje entonces no había residuo.

10. ¿Qué protocolos de seguridad ha implementado su empresa que sea sostenible con el ambiente?

Mira, a nosotros siendo un hospedaje no categorizado no nos exigen un plan COVID, más si debemos de tener un plan interno a criterio no, por ejemplo, hemos implementado un lava manos, dispensadores de alcohol gel en tres puntos del hospedaje, tenemos medidor de temperatura, contamos con señalizaciones en todo el hospedaje tanto de mantener distancia, usar la mascarilla y bueno hemos reducido el aforo también.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 02

Nombre del investigador/entrevistador: Brigitte Nuñez Peredo

Nombre de la población:

Hotelería Huacachina

Fecha de la entrevista: 22/04/21

Fecha de llenado de ficha: 26/04/21

Tema:

Impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicio turístico

Informante:

Attikus Arizola Agudo - Dueño del Hotel boulevard

Contextualización:

La entrevista se realizó vía zoom por motivo del aislamiento social obligatorio.

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 10 preguntas asignadas.

Transcripción:

1. ¿Cómo ha impactado económicamente la pandemia en su empresa?

A ver te comento este negocio del hospedaje es familiar y bueno es netamente turístico extranjero muy poco nacional, entonces eh al inicio de la pandemia al cerrarse todo tipo de ingreso internacional eh Huacachina se quedó totalmente desolada y al no a ver turismo externo que hasta ahorita no hay estamos sufriendo bastante pues no eh a pesar de que hemos reactivado el año pasado maso menos en noviembre hice todos mis protocolos para reactivarlo y el turismo interno no ha hecho que nosotros nos podamos nivelar económicamente y si bien es cierto después viene de nuevo el cierre total de nuevo nos trajo a foja cero y bueno estoy volviendo a comenzar de cero a pesar de que la propiedad es propia y no pagamos alquiler pero si adquirimos préstamos para poder construir el hospedaje no y bueno tenemos como 200.000 soles de deuda que estamos tratando de postergar pero los bancos no se pueden trabajar con algunos te dicen te vamos a reprogramar y me preguntan no en cuanto quieres que te re programe le digo 6 meses y la última vez creo que la caja Tacna me reprogramo 6 meses pero me aplico por cada mes 2, 700 soles esta reprogramación me a costado como 16.000 soles no y esta vez quisieron hacer lo mismo y les dije que no porque es una deuda impagables a pesar de que las deudas están a nombres de mis padres no yo soy el que los administra y los pago y hemos venido pagando muy bien antes de la pandemia, hemos decidido no más programación porque más es los intereses y debería el doble de los que inicialmente pedí entonces inicialmente la pandemia a nosotros como empresa este familiar no nos ha llevado a la quiebra por que es propio pero si no hubiera sido propio estuvieras ya quebrados. Felizmente yo tengo mi trabajo mi papá también y bueno si dependiera netamente del negocio ya no sabríamos que hacer limpiando parabrisas seguramente. Yo tengo la esperanza de que como en el extranjero ya se están vacunando ya para julio haya turismo no. En mayo tengo una reservación de 13 colombianos y ya está confirmando y esto quiere decir que ya está mejorando no y para julio ya debe estar mejorando el

2. ¿Cómo planea llevar a cabo la reactivación económica de su empresa?

Ahorita estoy enfocado en el turismo interno estoy este viendo la manera de sacar ofertas por que el turismo interno solo vienen los fines de semana solo salen viernes, sábado y domingo no y esos días hay que hacer bueno lo hemos estado haciendo al inicio en noviembre, diciembre sacar paquetes no dos días una noche por tanto más un tour privado porque no se puede hacer grupal y este atacar por las páginas de Facebook no que se invierte 4 soles 8 soles y llegan tú lo diriges no a donde quieres que te llegue la publicidad y me a estado funcionando no, tuve un ingreso en 15 o 20 días de 10.000 soles solamente del hotel y haciendo tour algo mas no pero más es la publicidad por redes dando paquetes a un precio atractivo para que venga la gente no, mi idea mía es no ganar lo que ganaba antes no porque el peruano no va pagar el extranjero si paga no pero es preferible ganar algo del 100% y empezar a generar el movimiento del hotel para pagar los servicios no.

3. ¿Cómo ha sido la situación de la empresa con los proveedores y los compromisos asumidos con anterioridad a la pandemia?

A ver eh felizmente todo lo que he estado comprando no los proveedores prácticamente al día al contado no he tenido línea de crédito de tanto tiempo el único proveedor que si deje de pagar es booking que es una página que vende el hospedaje por internet charli manager, también telefónica que da el servicio del internet, agua más es los proveedores de servicio, pero los proveedores de productos si están al día.

4. ¿Qué estrategias implementarán para minimizar el impacto económico dejado por el COVID 19?

Bueno como te digo estamos apuntando para el turismo interno lo único que podemos apostar mmm como te digo no prefiero ganar un porcentaje mínimo pero que se genere la afluencia no ósea que haya movimiento porque de nada gano mantenerme en el precio nadie va venir entonces prefiero ganar la mitad de precio y ver movimiento por eso sacare ofertas y a pesar de no ser temporada de vacaciones acá en Perú pero en Ica todo el año hay sol no entonces los turistas buscan salir de lima porque es gris entonces el venirse de lima a Ica es 3 horas en carro no y descansar no disfrutar del sol en eso nos estamos enfocando no uno, darle decirle las bondades de Ica no y que puede venir al hotel a descansar unos días a buenos precios y que esto se replique entre sus amigos no también estamos viendo la manera de que grupos de personas que quieren pasar este salir de la rutina y queremos armar paquetes familiares que pueden venir y no haber nadie mas no porque el hotel no es tan grande no es chico pero si hay un grupo familiar de 11 personas que quiere salir y le da miedo ir a hoteles bueno nosotros le daremos el hospedaje como fueran sus casas no con todos los protocolos.

5. ¿Qué piensa de los beneficios tributario dado por el gobierno?

Es muy bueno porque si bien es cierto como te dije al inicio decidimos no pagar este lo que era el impuesto, deudas para poder sobrevivir el inicio de la pandemia se generó 5.000 soles a la sunat y bueno mi contadora me dijo que se puede fraccionar no hay facilidades para pagar no y espero que el gobierno no cierre de nuevo aunque han dicho que va ser imposible y poder cumplir esos pagos particularmente no me dieron reactiva y tampoco tenía la necesidad de tener reactiva porque no sabría en que utilizarlo porque aún no se podía abrir no, no estábamos en fase 4 y era endeudarnos más como le digo a mi mamá entonces ahorita sí, hay un faeturismo que me están hablando entonces ahorita si lo necesito y me comprendía para pagar deudas y como es bajo interés no como los bancos.

6. ¿Qué medidas ha tomado respecto a su personal por la pandemia?

Bueno deslindarme de mi personal al inicio los apoyamos 6 meses maso menos dejamos de pagar los compromisos y lo guardado dividirlo entre el grupo de trabajo para no quedarnos sin comer no y bien es cierto nadie podía trabajar y ellos dependían del negocio entonces el capital que teníamos decidimos no pagar ningún tipo de servicio por tratar de dividirnos entre todos y ajustarnos cada mes no pero lamentablemente pensamos que iba a pasar pero no ha pasado más de un año y el sector turismo está fuertemente golpeado no y bueno no y como digo Huacachina es netamente turístico extranjero no es lo mismo que el turismo peruano no porque el peruano en si es reclamón le gusta pagar poco y recibir mucho y ese tipo de cliente para nosotros es complicado no como son reclamones y nosotros estamos acostumbrados a atender a extranjeros que son amables y muy bien educados y si reclaman algo lo hacen educadamente.

7. ¿Cómo es el seguimiento que hacen a su personal si se encuentra afectados por el COVID 19?

Bueno ahorita como les digo no tenemos personal esperamos poder subir más la demanda para que ellos puedan volver no.

8. ¿Su empresa ha tenido que reducir el salario de sus trabajadores por la pandemia?

A ver como dije no al principio hacíamos de todo para poder pagarles, pero luego ya no nos alcanzó y tuvimos que despedirlos no, pero si quincenalmente le estuvimos dando algoito para no tenerlos desamparados.

9. ¿Cómo ha sido el manejo de los residuos sólidos de su empresa durante la pandemia?

Bueno como los primeros días no abrimos no teníamos residuos sólidos no, pero si nuestro hotel tiene los tachos para cada residuo y todo.

10. ¿Qué protocolos de seguridad ha implementado su empresa que sea sostenible con el ambiente?

A ver yo antes de abrir la primera vez tuve que aplicar los protocolos de seguridad porque si no nos daban permiso para abrir no son los protocolos de temperatura y en cada habitación pusimos dispensadores automáticos de alcohol líquido, las bandejas para desinfectar los zapatos y cada vez que entran a su habitación compran a una máquina que botan humo con minucidas que se llenaban de humos en presencia del cliente para que viera y luego de unos minutos pueda entrar y tengan la seguridad que la habitación ha sido desinfectado.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 03

Nombre del investigador/entrevistador: Brigitte Nuñez Peredo

Nombre de la población:
Huacachina- Ica

Fecha de la entrevista: 24/04/21

Fecha de llenado de ficha: 26/04/21

Tema:
Impactos del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos

Informante:
Christen Ann Coleman -Dueña del Restaurante Desert Nights

Contextualización:
La entrevista se realizó vía zoom por motivo del aislamiento social obligatorio.

Observaciones:
Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 10 preguntas asignadas.

Transcripción:

1. ¿Cómo ha impactado económicamente la pandemia en su empresa?

Bueno puede haber un 100% de las ventas que había en el 2019 ahora es un 30 a 40 % y mayormente como digo los domingos no podemos trabajar yo tengo un hospedaje, restaurante y agencia de viajes y la agencia de viajes no funciona para nada porque no hay nada para hacer ahí y lo que es el restaurante es un horario reducido también antes teníamos dos turnos trabajábamos desde las 7 de la mañana hasta las 11 de la noche ahora solo trabajamos de 2:30 a 8:30 y no domingos y tampoco hemos podido trabajar lo que son feriados semana santa no. Creo que hay algunos restaurantes que atienden a la gente local no pero mi negocio era bueno como es en la Huacachina la mayoría de personas que yo atendía eran extranjeros entonces para qué hacer delivery de Huacachina para Ica es muy difícil piden más en el centro y cosas baratas no lo que es un restaurante turístico pues no, entonces esta eso no la reducción de horarios reducción de días de marzo a octubre no hemos trabajado y todo febrero y abueno estamos trabajando ahorita con pura gente local y ya está llegando los primeros extranjeros pero pocos y de ahí lo que es hospedaje si también no tengo categorizado por eso no hemos trabajado marzo y octubre. Hemos tenido muchos desafíos donde la venta ha bajado enormemente y ahora está subiendo un poquito de luces no en cuanto a lo que es el hospedaje porque se puede bajar fácilmente.

2. ¿Cómo planea llevar a cabo la reactivación económica de su empresa?

Mira ahorita está difícil porque puedes estar abierto un día y no te avisan y te dicen sabes que entramos en cuarentena creo que ahorita tener un plan es por gusto no es solamente seguir y saber que tus clientes son peruanos y darles fuerte por las redes ahorita todo es redes y esperar no más pues en un lugar como Huacachina la gente si o si va a llegar si ya hay este un poco de flexibilidad de transporte movimiento de personas y si dejan trabajar los domingos y no hay inmovilización van a llegar no tengo miedo de eso es simplemente que flexibilicen un poquito las restricciones y ya pues yo sé que va a levantar la gente viaja si o si yo creo que el turismo nunca va acabar puede estar afectados unos años uno o dos.

3. ¿Cómo ha sido la situación de la empresa con los proveedores y los compromisos asumidos con anterioridad a la pandemia?

Eso ya estábamos al día todo eso no hay problema no. Si hemos personas algunas personas que nos mandan turistas que nos han quedado que nos debíamos y ya pues, pero ya imaginamos que eso no existe y empezamos de nuevo, pero nosotros no teníamos deudas con proveedores solamente en bancos, préstamos.

4. ¿Qué estrategias implementarán para minimizar el impacto económico dejado por el COVID 19?

Bueno por decir yo antes tenía este 70 empleado y ahora tengo 40 y hemos tenido que ver como trabajar con lo más mínimo de personal no y este la reducción de horarios casi todo es igual menos los gastos del restaurant.

5. ¿Qué piensa de los beneficios tributario dado por el gobierno?

Creo que ahorita para el turismo solo están dando lo que es el fraccionamiento no bueno yo recibir reactiva Perú y ya estoy esperando que amplíen la prorrogas que es un año más para empezar a pagar eso está bueno pero creo que en año más tampoco la gente va poder pagar y bueno eso van a que estar cambiándolo bueno yo por lo menos quebraría si pago ahorita mismo reactiva este lo que es el fraccionamiento de la sunat no lo veo gran cosa porque igual hay que pagar no entonces cual es el chiste no bueno realmente v beneficios para el negocio lo único que nos han regalado es un subsidio de un mes para el personal que era el 30% de la planilla pero todo lo demás no es regalo son préstamos y no me parece suficiente porque al final la economía se mueve por tantas empresas pequeñas entonces si haces imposibles que sea viable se van a quebrar las empresas y es como una bola de nieve yo creo que el gobierno debe exonerar impuestos por un tiempo porque la situación no es fácil.

6. ¿Qué medidas ha tomado respecto a su personal por la pandemia?

Bueno si como les había dicho antes teníamos 70 trabajadores y ahora solo contamos con 40 no fue difícil, pero con el recorte de horario y el cierre se tuvieron que tomar decisiones.

7. ¿Cómo es el seguimiento que hacen a su personal si se encuentra afectados por el COVID 19?

Si no claro lo que están trabajando ahorita todos los días es parte del protocolo que cuando entran tienen que llenar un formulario que le toman temperaturas o tienen sistemas dolor de garganta tos no vienen a trabajar se quedan en sus

casas y aunque tienen resfriados también por precaución no vienen y se hacen las pruebas de COVID y bueno igual le seguimos pagando, aunque no vengan porque están enfermos. Pero si lo tomamos muy en serio porque ya trabajamos tiempo juntos entonces se han vuelto amigos no.

8. ¿Su empresa ha tenido que reducir el salario de sus trabajadores por la pandemia?

No ya que solo hemos reducido personal y eso es porque naturalmente las personas se iban a trabajar en otras cosas porque el negocio estuvo cerrado de marzo a octubre no.

9. ¿Cómo ha sido el manejo de los residuos sólidos de su empresa durante la pandemia?

Bueno casi toda la pandemia no hemos trabajado, pero ahorita siempre hemos reciclado y bueno hay un basurero rojo donde ponemos todo lo que es mascarillas guantes o todo lo que toca tu cara y eso es separado lo roseamos y lo ponemos en la basura no con doble bolsa nosotros eso hacemos, pero ya lo que hace la municipalidad ya no sabemos no.

10. ¿Qué protocolos de seguridad ha implementado su empresa que sea sostenible con el ambiente?

Allá protocolos ahorita nada lo que era antes no lo de las bolsas plásticas no sorbetes y bueno lo que es protocolo de bioseguridad eso lo que es el alcohol y eso no.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 04

Nombre del investigador/entrevistador: Yasuko Santillana Figueroa

Nombre de la población:

Ica- Huacachina

Fecha de la entrevista: 28/04/2021

Fecha de llenado de ficha: 03/05/2021

Tema:

Impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicio turístico

Informante:

Carolina Carrera – Empresa Viajes Paracas

Contextualización:

La entrevista se realizó vía zoom por motivo del aislamiento social obligatorio.

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 10 preguntas asignadas.

Transcripción:

1. ¿Cómo ha impactado económicamente la pandemia en su empresa?

Coméntenos

A sido drástico porque muchas empresas han tenido que cerrar porque no hay forma de atender porque no hay turismo , nosotros trabajábamos mayormente con turismo receptivo porque Huacachina trabaja con turismo receptivo y al no abrirse no hay, tengo una compañera que trabaja en el ministerio en el mismo MINCETUR, una colega y ella me dice; Caro la reactivación económica regional anteriormente había 202 agencias de viaje a nivel regional , hablando de Ica, y decía que no estamos ni al 30 % de las agencias de viaje que han pedido la reactivación, imagínate el impacto ha sido tremendo porque no hay turismo por un lado, los protocolos de bioseguridad son estrictos por así decirlo y traen consigo más, la restricción a los restaurantes el aforo reducido como que el cliente no está acostumbrado, el impacto ha sido negativo y ha sido grande.

2. ¿Cómo planea llevar a cabo la reactivación económica de su empresa?

Mira, conversando con Paty y analizando un poco el panorama, nosotros estamos acostumbrados a trabajar con turismo receptivo porque el turismo nacional es distinto al turismo extranjero, el turismo nacional no está acostumbrado a pagar tarifas o no piensa en un servicio privado ellos piensan en un servicio compartido entonces con ella (Patty) hemos pensando no atender de aquí a dos años aproximadamente, hasta que pueda reactivarse, porque hemos tratado de vender al cliente nacional, de bajar precios porque yo digo, el mismo precio que se le da al turista extranjero, porque voy a cambiar si mis servicios son los mismos, la agencia está contratando a un guía oficial de turismo, yo estoy ofreciendo

un servicio turístico de que el carro tiene aire acondicionado, el paquete del restaurante donde yo trabajo que es de tres tenedores está dando un buen servicio y porque tendría que menorar el precio si el servicio de la calidad lo estoy manteniendo entonces nosotros no estamos pensando todavía reactivar.

3. ¿Cómo ha sido la situación de la empresa con los proveedores y los compromisos asumidos con anterioridad a la pandemia?

Mira, entre bueno y malo no hemos trabajado abiertamente a prestamos fuertes no, porque los proveedores es cierto de que trabajaba servicio echo servicio pagado, si se contrataba de un servicio de tubulares el cliente hacia un pre pago del servicio porque trabajamos con cliente directo, el cliente final, no trabajábamos a crédito con ninguna agencia, entonces compromisos de pago antes de la pandemia con proveedores no hemos tenido dificultad porque normalmente era todo pre pagado, no hemos tenido dificultad ni con bancos ni con proveedores.

4. ¿Qué estrategias implementarán para minimizar el impacto económico dejado por el COVID 19? Coméntenos

Yo creo que todo lo que se está haciendo ahorita es virtual, nosotros post pandemia utilizábamos estrategias publicitarias por redes sociales, antes nos funcionó y yo creo que puede seguir funcionando después de la pandemia, todo lo que se maneja en redes y publicidad, el hecho de poder escribir los servicios a través de tu qué planes, Promperú estuvo haciendo un tiempo y lamentablemente se vio mal porque cayó un 12 % más el 18 % de IGV mucha gente estuvo en desacuerdo por lo que establecía la cámara de comercio y turismo a nivel nacional, yo mismo estoy en desacuerdo pero pienso que como empresarios tomamos ese beneficio de la garantía que te da este caso la cámara de comercio pero de repente aun porcentaje menor, no un 12 % porque es elevado de repente hubiera manejado un 5 6 % pienso que no hubiera sido un impacto muy negativo. Pero asociarnos nos, ya que tú y que planes funcionaba muy bien antes de la pandemia.

5. ¿Qué piensa de los beneficios tributario dado por el gobierno?

La verdad en esa parte si desconozco un poco, lo que lleva la contabilidad es el contador externo, nosotros por el momento no estamos de baja, estamos suspendidos porque no hay movimiento no tenemos ni entrada ni salida entonces hemos suspendido por este tiempo hasta que pase, la verdad desconozco que beneficios tributarios ha tenido si no es por los programas de reactiva Perú o turismo emprende que conocemos así, pero después de eso desconozco.

6. ¿Qué medidas ha tomado respecto a su personal por la pandemia?

Hasta el año pasado se trabajaba con dos personas en la oficina, se ha tratado de mantener con lo que hizo el estado de no dejarnos desempleados y el estado te devolvía esos tres meses se pudo mantener hasta Junio, Julio, Agosto, una señorita que estuvo laborando en la

empresa cerca de 3 años no había forma de generar ingresos porque estábamos en pierde, la única que esta ahorita es Patty entonces por más que hayamos querido y queremos es casi imposible porque es como si estuviéramos atados de manos, es difícil que te quedes sin sueldo, nadie estaba preparado que pase esto.

7. ¿Cómo es el seguimiento que hacen a su personal si se encuentra afectados por el COVID 19?

Elena que es la persona que trabajaba antes, en un momento su esposo se enfermó pero fue algo leve, después Patty y su familia no se enfermó, la mía tampoco se ha enfermado de repente tíos, primo, pero no ha sido un impacto fuerte, pero siempre he visto a Patty ella siempre está chequeando y tratando de ayudar dentro de sus posibilidades, muy aparte también de que hay una amistad, no solamente es una trabajadora.

8. ¿Su empresa ha tenido que reducir el salario de sus trabajadores por la pandemia?

Se trabajaba al mínimo, el mínimo era 930, 960 siempre se ha mantenido, después era incentivos llegabas a un tope y recibías un bono ya se 1500 1600 1800, pero después de la pandemia era el mínimo tal cual no se percibía las ventas porque no había ventas hasta Julio Agosto después ya quedo en cero todo.

9. ¿Cómo ha sido el manejo de los residuos sólidos de su empresa durante la pandemia?

No hubo residuos sólidos por lo que la oficina de Huacachina era alquilada y como no hemos reaperturado hace mucho tiempo y no se va por allá.

10. ¿Qué protocolos de seguridad ha implementado su empresa que sea sostenible con el ambiente?

Cuando reaperturaremos si cumpliremos con todos los protocolos de seguridad. Yo hace poco participaba en un foro realizado por la Cámara Internacional de Colombia y ellos decían que los protocolos de bioseguridad que el Perú había implementado era muy estricto comparados a otros países latinoamericanos, entonces eso hacía que limitara realmente al empresario de repente si estamos pensando en un destino seguro no, pero también las restricciones son una prueba molecular cada 15 días al personal que labora estamos hablando de mínimo 60 soles quincenales para el personal que trabaja, imagínate y no tener los ingresos que estabas acostumbrado a tener que no eran muchos pero si quiera te servía para pagar alquiler, planilla, servicios entre otros pero ahora nos vemos con una realidad que ni si quiera se podía por más que hemos tenido voluntad.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Nº de registro: 05

Nombre del investigador/entrevistador: Yasuko Santillana Figueroa

Nombre de la población:

Ica - Huacachina

Fecha de la entrevista: 01/05/2021

Fecha de llenado de ficha: 03/05/2021

Tema:

Impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicio turístico

Informante:

Leslie Medina – Tours Franco Hotel Ica Perú

Contextualización:

La entrevista se realizó vía zoom por motivo del aislamiento social obligatorio.

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 10 preguntas asignadas.

Transcripción:

1. ¿Cómo ha impactado económicamente la pandemia en su empresa? Coméntenos

Mira al comienzo si nos chocó bastante, no tuvimos ayuda económicamente por el estado, pero gracias a Dios hemos tratado nosotros mismos de surgir poco a poco, nosotros mismos viniendo a Huacachina hablando también con la municipalidad para que nos pueda dejar trabajar y apoyar.

2. ¿Cómo planea llevar a cabo la reactivación económica de su empresa?

Mira nosotros ya estamos reactivándonos poco por poco, si más bien no me equivoco el lunes ya comienza formal Huacachina pero nosotros como empresa hemos tratado de poner todas las seguridades como midiendo la temperatura al momento que entra a la oficina, desinfectando con alcohol, poniendo la mascarilla facial en el momento en que se los van a llevar a los tubulares de igual manera, nosotros los desinfectamos para que ellos vean todas las medidas necesarias que tomamos.

3. ¿Cómo ha sido la situación de la empresa con los proveedores y los compromisos asumidos con anterioridad a la pandemia?

Con los proveedores bueno nosotros tuvimos que hablar también porque nos dijeron solo una cuarentena de una semana, he nos chocó pero si hablamos y para que los proveedores también nos apoyaron y ahora que se están reactivando gracias a Dios ellos mismos nos están llamando.

4. ¿Qué estrategias implementarán para minimizar el impacto económico dejado por el COVID 19? Coméntenos

Nosotros estamos yendo en autos porque por ahora no se traslada de la misma Huacachina solo hasta por hoy porque después ya reactivaremos pero lo que también podemos hacer es que cada

pasajero mantenga su distancia, nosotros siempre haciéndole recordar y lo que podemos hacer también es darle un pomito de alcohol para que lo tenga mediante su traslado o viaje.

5. ¿Qué piensa de los beneficios tributario dado por el gobierno?

En la parte de aquí de Huacachina créeme que si ellos nos ayudan con lo que era antes una cosa turística de tres sesenta para mí sería beneficiario ya que nos ayuda a que Huacachina se reactive y aparte se proponga más actividades acá ayuden a crecer más Huacachina y modifiquen muchas cosas, para mí sería que reactiven la taza turística para que puedan mejorar Huacachina en muchas cosas que en realidad falta aquí.

6. ¿Qué medidas ha tomado respecto a su personal por la pandemia?

Mira nosotros hemos tratado cuando regresamos nos sacaron la prueba a parte el mismo jefe siempre nos apoya siempre nos llama que debemos estarnos cuidando siempre estando con nuestro protector facial también ellos nos da el protector facial, las mascarillas siempre lo tenemos a la mano con el gerente es como un amigo hacia nosotros y siempre cualquier cosa o duda que nosotros tengamos respecto a veces a pasajeros que no vienen con doble mascarilla porque ahora ya se está utilizando doble mascarilla nosotros tratamos darle la otra mascarilla.

7. ¿Cómo es el seguimiento que hacen a su personal si se encuentra afectados por el COVID 19?

Yo me encargo de ver eso, porque cuando tienen algunos síntomas como que cambian su ánimo, entonces yo informo pongo, mira a faltado me dice que está un poco mal entonces como que ya vamos viendo poco a poco pero también nos hacen sacar cada 15 días la prueba.

8. ¿Su empresa ha tenido que reducir el salario de sus trabajadores por la pandemia?

No porque solo los que nos hemos quedado nos mantenemos con el mismo precio por lo que en realidad Huacachina se ha reactivado muy bien y también con las agencias de confianza que nosotros teníamos siempre llegaban hacia nosotros, nos buscaban porque no sabían que nos habíamos cambiado de oficina pero para que nos han buscado y contactado y gracias a Dios estamos muy bien reactivándonos poco a poco aumentando también el crecimiento económico aquí en Huacachina.

9. ¿Cómo ha sido el manejo de los residuos sólidos de su empresa durante la pandemia?

Nosotros tenemos tachos igual que en Huacachina aquí nos han enseñado a ser reciclados, hay carteles y hay canastillas el cual hacia

que la gente reciclara y aparte hubo un momento en que pagaban 10 céntimos por cada 8 botellas aquí en Huacachina.

10. ¿Qué protocolos de seguridad ha implementado su empresa que sea sostenible con el ambiente?

Nosotros la verdad que en esa parte si estamos viendo en que poder ayudar por lo que nosotros recién nos hemos encargado de covid en las medidas de seguridad en eso estamos primero enfocados, verdaderamente que ahorita no tenemos, pero a nivel general aquí en Huacachina sí, pero en parte interna de nosotros todavía no lo hemos tomado, estamos más enfocados en el covid en poder cuidar a nuestros clientes y se sientan confiables con nosotros.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 06

Nombre del investigador/entrevistador: Brigitte Nuñez Peredo

Nombre de la población:

ica - Huacachina

Fecha de la entrevista: 02/05/2021

Fecha de llenado de ficha: 04/05/2021

Tema:

Impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicio turístico

Informante:

José Luis Portugal Martínez - Agencia Perú Cheap Tours SAC

Contextualización:

La entrevista se realizó vía zoom por motivo del aislamiento social obligatorio.

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 10 preguntas asignadas.

Transcripción:

1. ¿Cómo ha impactado económicamente la pandemia en su empresa?

Mira el impacto ha sido tan fuerte que inclusive prácticamente nos ha llevado al borde de la bancarrota en el sentido de que gobierno no se puso de acuerdo cuando dio el primer plan de reactiva para las empresas nosotros cumplimos con hacer el plan COVID después de eso fuimos a la municipalidad para hacer los papeles obviamente que con el local teníamos que cumplir ya que no es propio y bueno eso se llevó mucho dinero y eso nos llevó prácticamente pues al cómo te llevo a repetir al borde del precipicio entonces a nuestros días ya no contamos con oficinas físicas en Huacachina solo oficina virtual nada más.

2. ¿Cómo planea llevar a cabo la reactivación económica de su empresa?

Bueno nosotros tenemos un plan de contingencia que está basado prácticamente en dos puntos fundamentales el primer punto es el marketing yo soy del área de marketing soy gerente de marketing entonces ahorita estamos preparando toda la publicidad los folletos, la propaganda, pero al ver las estadísticas mundiales porque nosotros trabajamos más con el extranjero que con el nacional, entonces vemos que el extranjero no va llegar hasta el otro año porque el principal mercado de nosotros es los alemanes, austriacos, daneses, americanos, canadienses entonces hemos conversados con todas las empresas y nos ha dado todos sus puntos no que también están bien afectadas y bueno nos han dicho que para el 2022 si todo va bien con el plan de vacunación para el pasaporte verde ya podríamos tener nuevamente las alianzas estratégicas y pues trabajar a partir del otro año no.

3. ¿Cómo ha sido la situación de la empresa con los proveedores y los compromisos asumidos con anterioridad a la pandemia?

A ver, nosotros somos una empresa se podría decir pequeña no abarcamos mucho personal, pero si ósea hemos tratado de cumplir hasta cierto punto le dimos de baja temporal a la empresa cuando se dio a finales de marzo y bueno desde ahí se mantuvo cerrada la empresa no se trabajó ni virtual ni física.

4. ¿Qué estrategias implementarán para minimizar el impacto económico dejado por el COVID 19?

Bueno el tema de la empresa es muy sabido que hay dos formas de trabajar aquí en Perú una que es la formal y la informal, por el momento bueno ahora tendremos que pasarnos a lo informal ya que, si llega pasajeros nacionales donde se les puede hacer los boggies, las bodegas, y con eso ir solventando al menos para subsistir porque aquí el momento es quien pueda sobrevivir y quien no se dedicara a otra cosa porque veo a muchos compañeros en esa situación.

5. ¿Qué piensa de los beneficios tributario dado por el gobierno?

Mira en mi opinión personal es más para las grandes empresas porque para las micro y pequeñas no, ahora soy bien sincero aquí en Huacachina principalmente la competencia es bien desleal, el 90% es informal y solo un 10 % formal entonces lo tributario obviamente al quien más le afecta es al formal no porque está en una base de datos es el que tributa el que paga planilla en cambio el informal no pues eso es algo que el estado yo lo vengo peleando desde el 2015 lo vengo peleando en cada reunión que nos llama la Mincetur, el Dircertur, Cenfotur y Caltur les digo lo mismo no mientras no haya un plan de como pasar la informalidad a lo formal las empresas van a seguir tirándose para atrás.

6. ¿Qué medidas ha tomado respecto a su personal por la pandemia?

Mira la ventaja es que como te vuelvo a repetir en los últimos meses gracias a dios no éramos muchos solo somos 4 nada más, gerencia general, yo, el que maneja la disclerimer y obviamente el guía y yo también que cumplo funciones de guía ya que soy guía oficial no. Bueno hasta el último pudimos cumplirles te soy honesto pero después como te vuelvo a repetir le dimos de baja a la empresa porque de donde íbamos a sacar y ellos entendieron pero sin dejar de lado pues otras opciones para que no podamos perderlos porque todos somos una tuerca de manecilla de reloj no y que pasa si una tuerca no está obviamente no funciona te lo digo porque soy quien más tiempo lleva en la empresa y bueno al guía ya lo conocen, al chofer ya lo conocen sé cómo es el servicio del guía y del chofer entonces ya prácticamente somos una familia. Y cuando volvamos vamos a ser los mismos quienes vamos a luchar contra esta situación que sea dado.

7 ¿Cómo es el seguimiento que hacen a su personal si se encuentra afectados por el COVID 19?

He la ventaja de esto como siempre hemos visto es tratar de reunirnos vía zoom, pero más usamos el team entonces agarramos y vemos pues no si alguien de nosotros necesitamos algo para ayudarnos entre sí.

8 ¿Su empresa ha tenido que reducir el salario de sus trabajadores por la pandemia?

Te vuelvo a repetir nosotros ahorita estamos de baja temporal ósea no hay salarios estamos preocupados ahorita de buscar servicios para subsistir ósea para que los señores puedan mantenerse todos tienen otros trabajos, pero igual mantenemos esa conexión de la empresa y con la garantía que vamos a volver cuando todo esté mejor.

9 ¿Cómo ha sido el manejo de los residuos sólidos de su empresa durante la pandemia?

Bueno como te digo ahorita nosotros estamos de baja no atendemos físicamente entonces por ende no tenemos residuos.

10 ¿Qué protocolos de seguridad ha implementado su empresa que sea sostenible con el ambiente?

Bueno nosotros tenemos todos los protocolos porque cuando el estado lanzo reactiva lo hicimos, pero después de dos semanas de eso nos volvieron a cerrar Huacachina porque Ica paso a extremo.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 07

Nombre del investigador/entrevistador: Brigitte Nuñez Peredo

Nombre de la población:

Ica- Huacachima

Fecha de la entrevista: 03/05/2021

Fecha de llenado de ficha: 05/04/2021

Tema:

Impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicio turístico

Informante:

Rubén Arturo Chavil - Gerente de agencia de viajes Ica

Contextualización:

La entrevista se realizó vía zoom por motivo del aislamiento social obligatorio.

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 10 preguntas asignadas.

Transcripción:

1. ¿Cómo ha impactado económicamente la pandemia en su empresa?

Coméntenos

Por lo general esta pandemia en verdad si ha afectado de forma negativa ya que no es el mismo movimiento que antes de la pandemia, porque antes la gente no tenían ese temor del contagio y de viajar, incluso con las pruebas, ahora solicitan una prueba antígeno o molecular para viajar internacionalmente, y a veces las personas por la misma situación económica que están pasando no se atreven a hacérsela y por ende no viajan entonces genera un impacto negativo hacia las agencias, hoteles, restaurantes y bueno es una cadena y a todos nos afecta bastante.

2. ¿Cómo planea llevar a cabo la reactivación económica de su empresa?

Por el momento estamos implementando lo que es más promociones en redes sociales, Facebook y también garantizando a los clientes o viajeros brindarles los mismos servicios pero con algo adicional que es un plus, este plus es siguiendo los protocolos correspondientes de bioseguridad para así garantizar a las personas que captan nuestros servicios garantizando que en realidad si se sigue el procedimiento correctamente para que ellos tengan esa seguridad de poder viajar y de simplemente disfrutar de sus vacaciones o de algo que quieran realizar.

3. ¿Cómo ha sido la situación de la empresa con los proveedores y los compromisos asumidos con anterioridad a la pandemia?

Cada mes nosotros realizamos lo que es un pedido de productos de merchandising con promociones como bolsos, polos, llaveros, lapiceros, pero como nadie sabía que es lo que iba pasar, todos los meses iniciamos con un nuevo producto o con una nueva inversión para todo el mes y brindarle a los pasajeros algo extra, de verdad que nos hemos visto endeudados por lo ocurrido pero no tan endeudados gravemente, si hay

deudas que supuestamente se debería de pagar con el trabajo que íbamos hacer en el mes de marzo y con el tema de la pandemia todo se quedó estancado y bueno esos productos que se han comprado ya no se van a utilizar, es mas no se han utilizado y es un gasto digamos que perdido, una inversión perdida, pero estamos tratando de reacomodarnos para terminar esos pagos pendientes que tenemos.

4. ¿Qué estrategias implementarán para minimizar el impacto económico dejado por el COVID 19? Coméntenos

Estrategia; yo diría que cumplimos al 100% las medidas y protocolos de bioseguridad para que los viajeros y los clientes tengan esa seguridad de que no se van a contagiar si es que siguen correctamente el protocolo. Generamos y fomentamos mucha seguridad en ese sentido para que no haya ningún descuido para que los clientes nos puedan recomendar y sea seguro.

5. ¿Qué piensa de los beneficios tributario dado por el gobierno?

Con el programa reactiva si no me equivoco los beneficiarios a este tipo de ayuda fueron las medianas y grandes empresas como lo mío es una micro empresa, no me he visto tan beneficiado a este apoyo, a esta ayuda ¿por qué?, porque la mayoría de los bancos y financieras les han accedido el pase a las medianas y grandes empresas con el préstamo de reactiva.

6. ¿Qué medidas ha tomado respecto a su personal por la pandemia?

Con respecto a la pandemia nos hemos visto obligados a reducir el personal ya que no cumplimos para cubrir esos gastos, esa inversión del personal, no nos abastecemos porque el turismo ya no es como el de antes, esta pandemia ha generado un impacto bastante fuerte para todas las empresas y no es como antes, si nos hemos visto obligados a reducir el personal pero con la oportunidad de poderlos recontractar en un futuro no tan lejano, pero si nos hemos visto comprometido con eso.

7. ¿Cómo es el seguimiento que hacen a su personal si se encuentra afectados por el COVID 19?

La solución que les he dado al personal que estaba trabajando conmigo, digamos que al 50% de los que ya no están trabajando les doy un incentivo, ¿Cómo es esto?, de que obviamente ellos no tienen un sueldo fijo pero podrían comisionar y de acuerdo a esto hay personas que buscan clientes a través de ellos y nosotros en la agencia lo atendemos de forma presencial para que las personas que ya no estén trabajando de forma fija con nosotros tenga una remuneración o ingresos para sus alimentos, para ellos mismos.

8. ¿Su empresa ha tenido que reducir el salario de sus trabajadores por la pandemia?

Los que están trabajando formalmente con nosotros, con los que nos hemos quedados su sueldo se mantiene, lo único que ha variado son

digamos las comisiones e incentivos porque antes al mes tenían una meta establecida de incentivos, digamos sobrepasar una meta de 2 mil soles o 3 mil soles de venta al mes y sobre eso se le daba un porcentaje de comisión o incentivo al trabajar más su sueldo, pero ahora como la meta ya no es tan alta entonces simplemente se le da el incentivo del 10% de todo lo que produzcan al mes aparte de su sueldo.


9. ¿Cómo ha sido el manejo de los residuos sólidos de su empresa durante la pandemia?

Pues nos hemos visto obligados a no reducir el tema de las cosas como los guantes, mascarillas, faciales, porque es algo inevitable, de todas formas se tiene que usar, pero lo que si hemos podido solucionar para que no haya tanto impacto medioambiental es el alcohol, para evitar usar el alcohol en gel a cada rato o alcohol liquido es hacerse el lavado correcto de manos frecuentemente para que no haya tanto uso el alcohol de forma innecesaria, mas solo de forma necesaria si las veces que se pueda.

10. ¿Qué protocolos de seguridad ha implementado su empresa que sea sostenible con el ambiente?


Por el momento ninguno por lo mismo de la pandemia, debemos seguir el protocolo de bioseguridad entonces es inevitable como te dije, en no usar mascarilla, no usar faciales, no usar guantes, no usar mamelucos y esas cosas, usar y botar, nada de reutilizar en lo que sea digamos algo como por ejemplo algunos cubiertos que ya no se dejan aquí, todo es plástico, nada se debe quedar aquí, es usar y botar por seguridad.

Anexo 7: Fichas de Observación

HOTEL ROCHA	
N° de ficha:	01
Categoría:	Tres estrellas
Dirección:	Balneario Huacachina S/N 0643, Ica. 
Teléfono:	956 346 152
Web:	http://hospedaje-rocha-guest-house.ica-peru-hotels.com/es/ https://www.facebook.com/lalorochaneyra
Ubicación:	Se encuentra a 65 kilómetros del aeropuerto. Está a 10 minutos en carro de la palmera de 7 cabezas.
Servicios:	<ul style="list-style-type: none">- Zona de comedor exterior- Wi-fi gratis en las habitaciones- Zona de estar- Patio- Mesa de comedor- Artículos de baño gratis- Radio despertador- Piscina


N° de habitaciones:	15
Tipo de Habitaciones:	<ul style="list-style-type: none">- Estándar con cama Queen- Private Bathroom Triple Room- Family private Bathroom Room- Estándar Private Bathroom Double Room- Habitación económica con 2 camas individuales- Private Bathroom Twin Room
Características:	Este establecimiento tiene una infraestructura moderna, con toques rústicos y esto hace que sea muy acogedor, cuenta con una piscina el cual siempre tiene mantenimiento. Tiene precios desde 50 soles a más, resaltando que brinda un buen servicio al cliente.

HOTEL BOULEBARD

N° de ficha:	02
Categoría:	Dos estrellas
Dirección:	Huacachina 056 Huacachina, Ica
	
Teléfono:	933071770
Web:	https://el-boulevard-guest-house.hoteles-en-ica.com/es/#rooms
Ubicación:	En el barrio Huacachina a 250 metros del Oasis de Huacachina
Servicios:	<ul style="list-style-type: none">- Servicio de traslado- Tareas de mantenimiento- Lavandería- Asistencia en excursiones/ servicios de entradas- Instalaciones para reuniones/ banquetes- Desayuno continental- Restaurante- Piscina
N° de habitaciones:	7


Tipo de Habitaciones:	<ul style="list-style-type: none">- Habitación Triple Estándar- Habitación doble
Características:	Es un hotel sencillo frente a la laguna, Su estructura no es muy amplia, cuenta con pocas habitaciones, pero su atención si es rápida, su personal es muy amable.

RESTAURANTE DESERT NIGHT



N° de ficha:	03
Categoría:	Restaurante familiar
Dirección:	Balneario de Huacachina 139 – Ica 
Teléfono:	942656261
Web:	http://desert-nights-hostel.ica-peru-hotels.com/es/#map
Atención:	Lunes a Sábado de 8:00 am a 10:00 pm
Precio:	Promedio: s/ 28
Capacidad:	20 personas
Servicios:	Brindan comida Estadounidense, Bar, Internacional Por otro lado también hacen dietas especiales apto para vegetarianos, Opciones veganas

	y también brindan desayuno, Almuerzo, Cena, Brunch, abierto hasta tarde
Entre sus platos tiene:	<ul style="list-style-type: none"> - Ensaladas - Hamburguesas artesanales con papas fritas - Triples - Cocteles - Brochetas - Alitas a la barbiquiu - Lomo Saltado - Bisteck - Palta rellena
Características:	Amplio restaurante cumpliendo con los protocolos establecidos, los pedidos te lo prepara de manera rápida y cuenta con buena música.
Descripción del estado de conservación:	<p>-Posee una buena ubicación ya que se encuentra a los alrededores de la Huacachina.</p> <p>- Su restaurante es muy amplio</p> <p>- Sus instalaciones son limpias y mantienen el distanciamiento en cada mesa.</p> <p>- La iluminación es muy buena y la decoración relacionado a la laguna</p>


AGENCIA DE VIAJES PARACAS

N° de ficha:	04
Categoría:	Agencia turística
Dirección:	Ubicación Balneario, Huacachina 178, Ica 11000
	 <p>The screenshot shows the website 'Viajes a Paracas' with a navigation menu including 'Inicio', 'Nosotros', 'Tours Sur del Perú', 'Turismo Perú', 'Tours Ica Paracas Nazca', and 'Reservas'. Below the menu is a promotional banner for 'VIAJES A PARACAS 2016' with the text: 'Los mejores paquetes turísticos por todo el Perú. Disfruta de lo mejor del Perú, en Viajes a Paracas nos encargaremos de diseñar los mejores programas turísticos por el Perú. No te pierdas de nada, nosotros nos encargaremos de todo.' To the right of the text is a photo of a man with a backpack looking at his phone.</p>
Teléfono:	994307771
Web:	https://www.viajesaparacas.com/tours-ica/city-tour-ica/
Ubicación:	Ubicada a una cuadra de la Laguna Huacachina
Paquetes:	<ul style="list-style-type: none"> - Tour Líneas de Nazca: Líneas de Nazca clásico / Líneas de Nazca desde Ica / Líneas de Nazca desde Pisco - Tours en Paracas: Tour Islas Ballestas / Tour Reserva Nacional de Paracas / Tour de tubulares + Sandboarding desde Paracas / Tour Tambo Colorado / Tour Bodega 1615 - Tours Ica: City Tour Ica + Visita Museo Regional de Ica / Tour Ruta del Pisco / Tour de tuburales Huacachina / Campamento en Huacachina / Tour Cañón de los Perdidos - Tour en Nazca: Tour Arqueológico Nazca desde Ica
Características:	Es una agencia especializada en organizar paquetes turísticos por la costa sur del Perú, desde chincha, Paracas, Ica y Nazca. Donde sus itinerarios incluyen excursiones guiadas a un buen precio. Cuenta con movilidad turística y ticket de ingreso a los atractivos

TOURS FRANCO ADVENTURE'S


N° de ficha:	05
Categoría:	Agencia turística
Dirección:	Ica, Oasis de Huacachina 11000   Tours Franco Adventure's @franko.1990 · Agencia de viajes Reservar
Teléfono:	925412914
Web:	https://www.facebook.com/franko.1990/
Ubicación:	Alrededor de la laguna Huacachina
Paquetes:	8213229971408
Características:	<p>Es una empresa consolidada en el Turismo, el cual garantiza los viajes al 100 %, a parte de brindar las mejores opciones a sus clientes.</p> <p>Se basan en buscar detalladamente los mejores servicios para así brindarles una estadía segura y tranquila. De la misma manera cuenta con operadores de servicios turísticos en Ica</p> <p>donde brindan paquetes turísticos</p> <p>y tours Personalizada. Siempre brindando una atención A1.</p>

RESTAURANTE OASIS DE AMÉRICA

N° de ficha:	06
Categoría:	Restaurante
Dirección:	Balneario de Huacachina 11000
	
Teléfono:	952366262
Web:	http://www.oasisdeamerica.com/index.html
Atención:	Lunes a Sábado de 8:00 am a 10:00 pm
Precio:	Promedio de: s/20 a s/47
Capacidad:	15 personas


Servicios:	Brindan menú, menú turístico, platos a la carta, plato del mes, lo que el chef recomienda
Entre sus platos tiene:	<ul style="list-style-type: none"> - Chicharrón de cerdo - Ceviche de pescado - Jalea mixta - Sudado de pescado - Pescado frito - Ceviche de corvina - Arroz chaufa de mariscos - Chupe de camarones - Pollo a lo pobre - Milanesa de pollo - Pollo saltado
Características:	Un restaurante regular, sus paredes son de colores uniformes , separado por protocolos entre cada mesa
Descripción del estado de conservación:	<ul style="list-style-type: none"> - Cuenta con una buena iluminación natural - Su letrero no es tan visible, tienes que estar cerca para poder apreciar el nombre completo - La carta de su menú se entra en la fachada del restaurante

HUACACHINA SUNSEF

N° de ficha:	07
Categoría:	Hospedaje
Dirección:	Balneario Huacachina. Av. Principal Ica 
Teléfono:	966663929
Web:	https://www.hoteles.com/ho531071/hostal-huacachina-sunset-hostel-ica-peru/?modal=dp
Ubicación:	Está a pocos pasos del lago Huacachina y dunas de arena
Servicios:	<ul style="list-style-type: none">- Wi-fi- Parking gratis- Bar- Ofertas de ocio y servicios para familias- Servicio de limpieza- Instalaciones de negocios- Seguridad- Comida y bebida


N° de habitaciones:	20
Tipo de Habitaciones:	<ul style="list-style-type: none">- Habitación cuádruple- Cama en habitación compartida de 8 camas- Habitación doble- Habitación con dos camas- Habitación triple
Características:	<p>Algunas habitaciones cuentan con baño privado y ventilador, mientras que otras tienen ventilador y vistas al lago.</p> <p>Dispone de recepción las 24 horas, terraza, bar, consigna de equipaje, salón compartido y mostrador de información turística.</p>

HOTEL CURASI

N° de ficha:	08
Categoría:	Dos estrellas
Dirección:	Balneario de Huacachina S/N 
Teléfono:	956946333
Web:	https://www.huacachinacurasi.com/es/
Ubicación:	Alrededor de la laguna
Servicios:	<ul style="list-style-type: none">- Buggies y Sandboard- Restaurant- Campamento- Wifi- Piscina- Mascotas permitidas
N° de habitaciones:	25
Tipo de Habitaciones:	<ul style="list-style-type: none">- Habitación matrimonial

	<ul style="list-style-type: none">- Habitación doble- Habitación cuádruple- Habitación matrimonial superior
Características:	Cuenta con habitaciones silenciosas, ventiladas, cómodas y seguras. Tiene una piscina muy amplia y zonas muy recreativas de áreas verdes.

HOTEL CAROLA LODGE

N° de ficha:	09
Categoría:	Dos estrellas
Dirección:	Av. Angela Perotti, Huacachina 11000 
Teléfono:	01215439
Web:	https://www.carolalodge.com/
Ubicación:	A espaldas de la laguna Huacachina
Servicios:	<ul style="list-style-type: none">- Estacionamiento gratis- Piscina- Wi-fi gratis- Terraza- Servicio de televisión por cable

	<ul style="list-style-type: none"> - Televisión de pantalla plana - No se aceptan mascotas
Nº de habitaciones:	30 habitaciones dobles y matrimoniales, 5 habitaciones triples y familiares
Tipo de Habitaciones:	<ul style="list-style-type: none"> - Habitación doble superior - Habitación matrimonial - Habitación familiar
Características:	<p>Solo se permite el ingreso de los huéspedes registrados, la piscina está disponible de 9:00 a 19:00, el hotel no cuenta con ascensor, se aceptan alquileres a largo plazo. Cuenta con medidas de distanciamiento social, con equipos de protección, el personal atiende detrás de acrílico, hay controles de temperatura, los cubre bocas son obligatorios en las áreas compartidas.</p> <p>Cada habitación permanece vacía por un mínimo de 48 horas entre cada reservación.</p>

LA CASA DE BAMBOO

N° de ficha:	10
Categoría:	Restaurante
Dirección:	Avenida Ángela Perotti, Huacachina 11000 
Teléfono:	944255871
Web:	http://www.lacasadebamboo.com/
Atención:	Lunes a Sábados de 8:00 am a 10:00 pm
Precio:	Promedio de: S/25 a S/50
Capacidad:	15 personas
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> - Barra de bocadillos - Bar/ Salón


	<ul style="list-style-type: none"> - Almuerzo para llevar - Desayunos especiales - Crepes - Menús de dietas especiales - Restaurante vegano/vegetariano
Entre sus platos tiene:	<ul style="list-style-type: none"> - Curry Tailandés - Risotto de quinua - Falafel
Características:	Es un restaurante rústico su estructura es mayormente de bambú y muchas plantas al su alrededor, en el día tiene mucha iluminación natural y por las noches es acompañado de luz muy suave
Descripción del estado de conservación:	Su conservación es muy buena y llamativa. Cuenta con diversos diseños en las mesas de los comensales

BANANAS

N° de ficha:	11
Categoría:	Restaurante
Dirección:	Calle Ángela de Perotti s/n, Huacachina, Ica
	
Teléfono:	967109010
Web:	http://bananasadventure.com/
Atención:	Lunes a Sábados de 8:00 am a 10:00 pm
Precio:	Promedio: s/ 25 en adelante
Capacidad:	20 personas
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> - Wi-fi - Servicio las 24 horas - Piscina - Variedad de comida - Desayuno - Almuerzo
Entre sus platos tiene:	<ul style="list-style-type: none"> - Comida nacional

	<ul style="list-style-type: none">- Bocaditos- Platos a la carta
Características:	Es un establecimiento donde sus sillas y mesas son circulares y de madera, la comida se sirve frente a la piscina, su servicio es muy eficiente, los trabajadores son muy atento.
Descripción del estado de conservación:	Está un poco descuidado por la fachada trasera, tiene poco personal a su cargo

HOSTELERIA SUIZA

N° de ficha:	12
Categoría:	Tres estrellas
Dirección:	Balneario de, Ica, Huacachina 11000 
Teléfono:	056238762
Web:	http://hosteriasuiza.com.pe/
Ubicación:	Alrededor de la Huacachina
Servicios:	<ul style="list-style-type: none">- Parking gratis- Piscina- Habitaciones familiares- Restaurante- Bar- Wi-fi
N° de habitaciones:	40
Tipo de Habitaciones:	<ul style="list-style-type: none">- Habitación matrimonial- Habitación matrimonial especial- Habitación doble

	<ul style="list-style-type: none">- Habitación triple- Habitación familiar especial- Dormitorio compartido
Características:	Todas sus habitaciones cuentan con amplio espacio, los baños son de último modelo y su estructura.

Anexo 8. Consentimientos informados



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Guillermo Eduardo Rocha Neyra, con DNI N° 43478147 en mis plenas facultades mentales acepto participar en el trabajo de investigación "Percepción del impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos en Huacachina, Ica 2020".

Al firmar este documento, doy mi consentimiento para participar de forma voluntaria en el estudio de investigación, del mismo modo, comprendo que seré parte de un estudio de investigación que se enfoca en analizar los impactos generados por el COVID 19 en las empresas turísticas.

Mi firma da fe del testimonio.

Lima, 21 de abril del 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Guillermo Rocha", written over a horizontal line.

FIRMA

APELLIDO Y NOMBRE: Rocha Neyra Guillermo Eduardo

DNI: 43478147

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Attikus Arizola Aguado, con DNI N° 21569531 en mis plenas facultades mentales acepto participar en el trabajo de investigación "Percepción del impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos en Huacachina, Ica 2020".

Al firmar este documento, doy mi consentimiento para participar de forma voluntaria en el estudio de investigación, del mismo modo, comprendo que seré parte de un estudio de investigación que se enfoca en analizar los impactos generados por el COVID 19 en las empresas turísticas.

Mi firma da fe del testimonio.

Lima, 22 de abril del 2021



Attikus Arizola A.
DNI 21569531

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, *Christen Ann Coleman*, con CE N° 000399801 en mis plenas facultades mentales acepto participar en el trabajo de investigación " Percepción del impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos en Huacachina, lea 2020".

Al firmar este documento, doy mi consentimiento para participar de forma voluntaria en el estudio de investigación, del mismo modo, comprendo que seré parte de un estudio de investigación que se enfoca en analizar los impactos generados por el COVID 19 en las empresas turísticas.

Mi firma da fe del testimonio.

Lima, 24 de abril del 2021



FIRMA

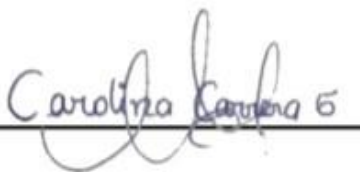
CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Carmen Carolina Carrera Guerrero, con DNI N° 43430846 en mis plenas facultades mentales acepto participar en el trabajo de investigación "Percepción del impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos en Huacachina, Ica 2020".

Al firmar este documento, doy mi consentimiento para participar de forma voluntaria en el estudio de investigación, del mismo modo, comprendo que seré parte de un estudio de investigación que se enfoca en analizar los impactos generados por el COVID 19 en las empresas turísticas.

Mi firma da fe del testimonio.

Lima, 28 de abril del 2021



FIRMA

APELLIDO Y NOMBRE: Carrera Guerrero Carmen Carolina

DNI: 43430846

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, **LESLIE WENDY ALARCON HINOSTROZA**, con DNI N° **45665361** en mis plenas facultades mentales acepto participar en el trabajo de investigación "Percepción del impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos en Huacachina, Ica 2020".

Al firmar este documento, doy mi consentimiento para participar de forma voluntaria en el estudio de investigación, del mismo modo, comprendo que seré parte de un estudio de investigación que se enfoca en analizar los impactos generados por el COVID 19 en las empresas turísticas.

Mi firma da fe del testimonio.

Lima, 01 de mayo del 2021



FIRMA

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, JOSE LUIS PORTUGAL MARTINEZ, con ONI N° 42932678 en mis plenas facultades mentales acepto participar en el trabajo de Investigación "Percepción del Impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos en Huacachina, Ica 2020".

Al firmar este documento, doy mi consentimiento para participar de forma voluntaria en el estudio de Investigación, del mismo modo, comprendí que seré parte de un estudio de Investigación que se enfoca en analizar los Impactos generados por el COVID 19 en las empresas turísticas.

MI firma da fe del testimonio.

Lima, 02 de mayo del 2021



FIRMA

APELLIDO Y NOMBRE: JOSE LUIS PORTUGAL MARTINEZ

ONI: 42932678

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Rubén Arturo Chavil Pisfil, con DNI N° 75607639 en mis plenas facultades mentales acepto participar en el trabajo de investigación "Percepción del impacto del COVID 19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos en Huacachina, Ica 2020".

Al firmar este documento, doy mi consentimiento para participar de forma voluntaria en el estudio de investigación, del mismo modo, comprendo que seré parte de un estudio de investigación que se enfoca en analizar los impactos generados por el COVID 19 en las empresas turísticas.

Mi firma da fe del testimonio.

Lima, 03 de mayo del 2021

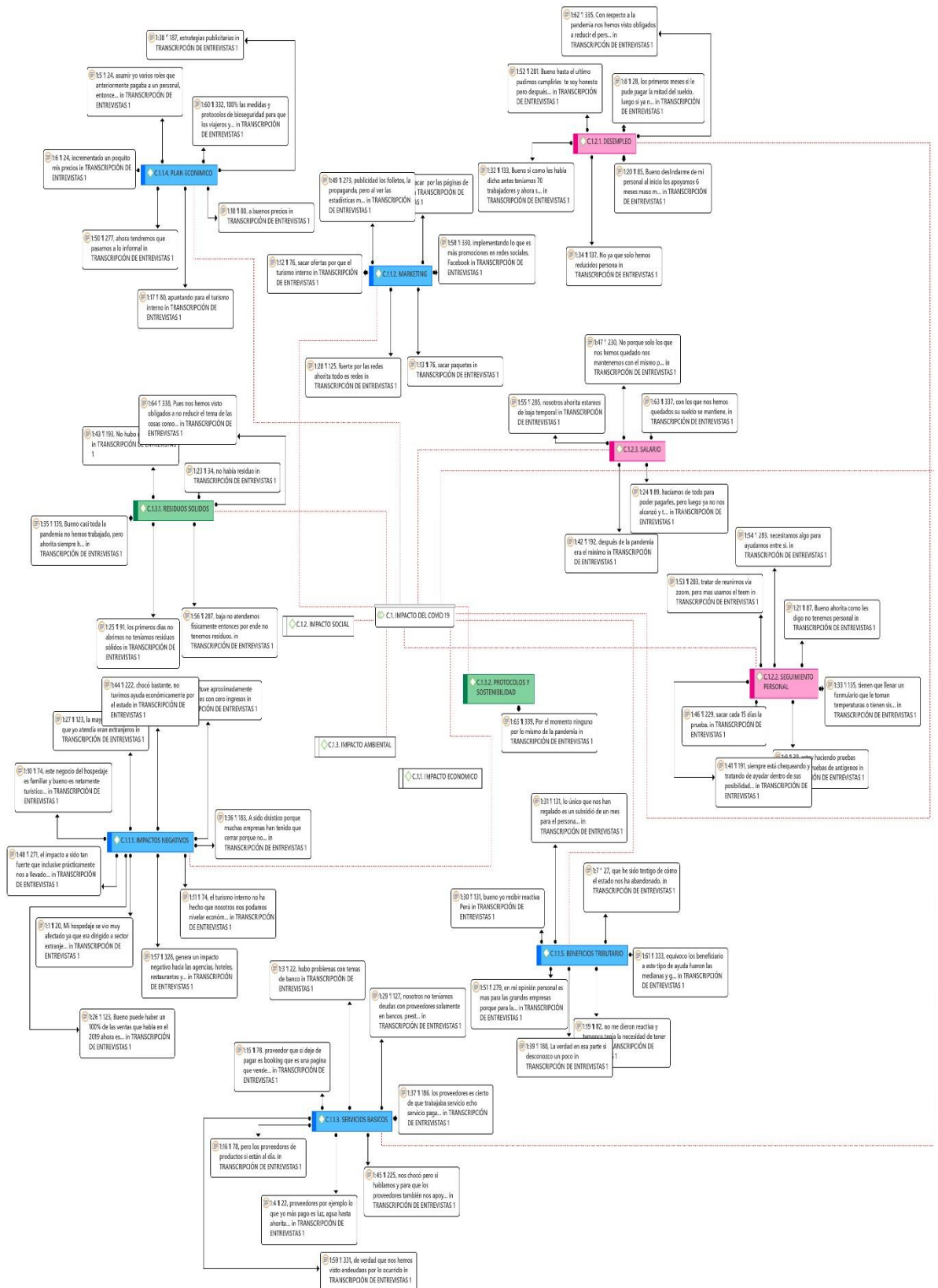


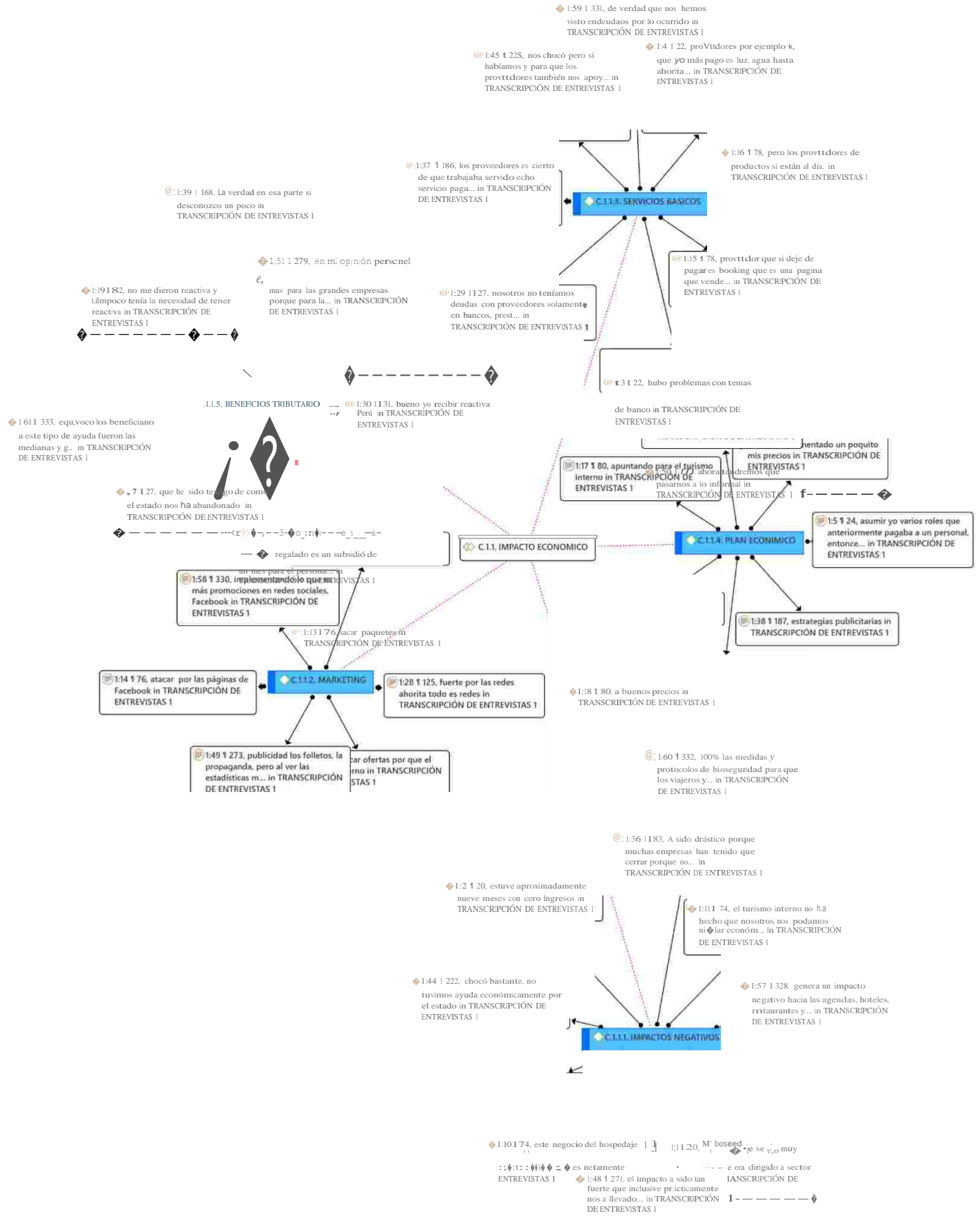
FIRMA

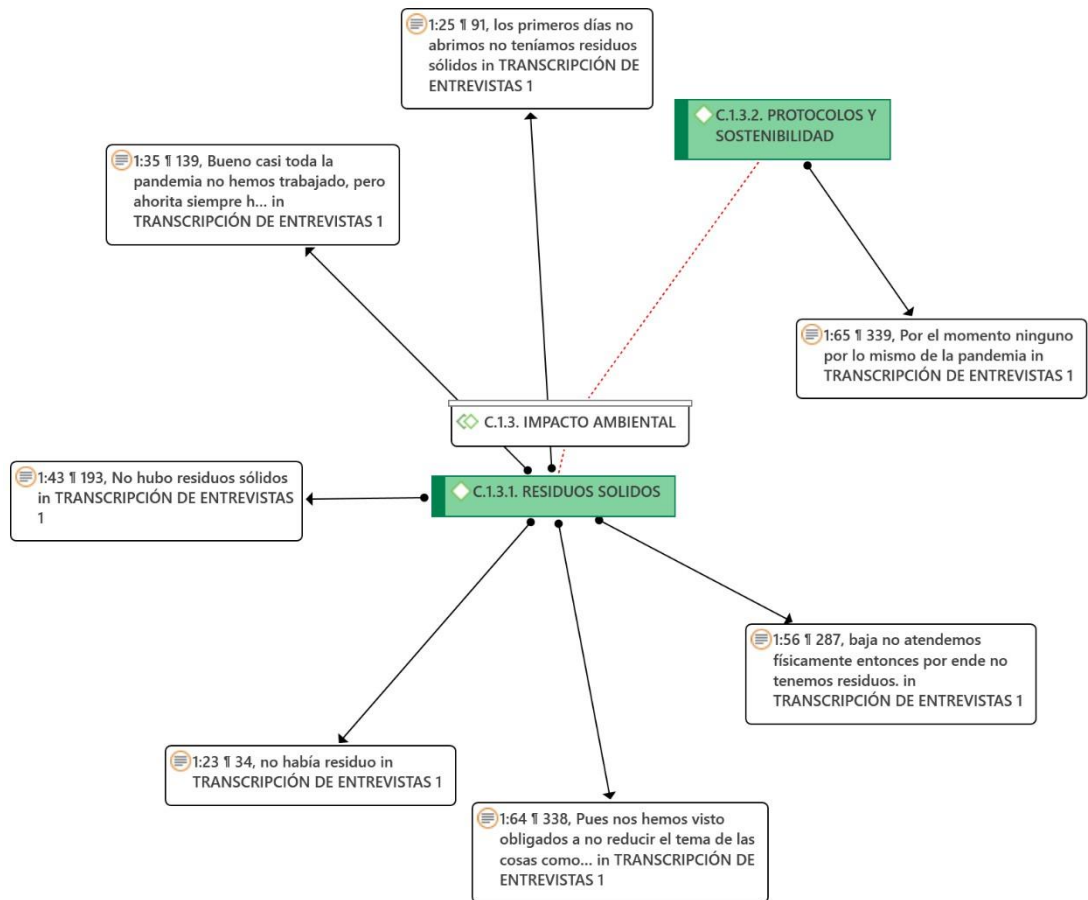
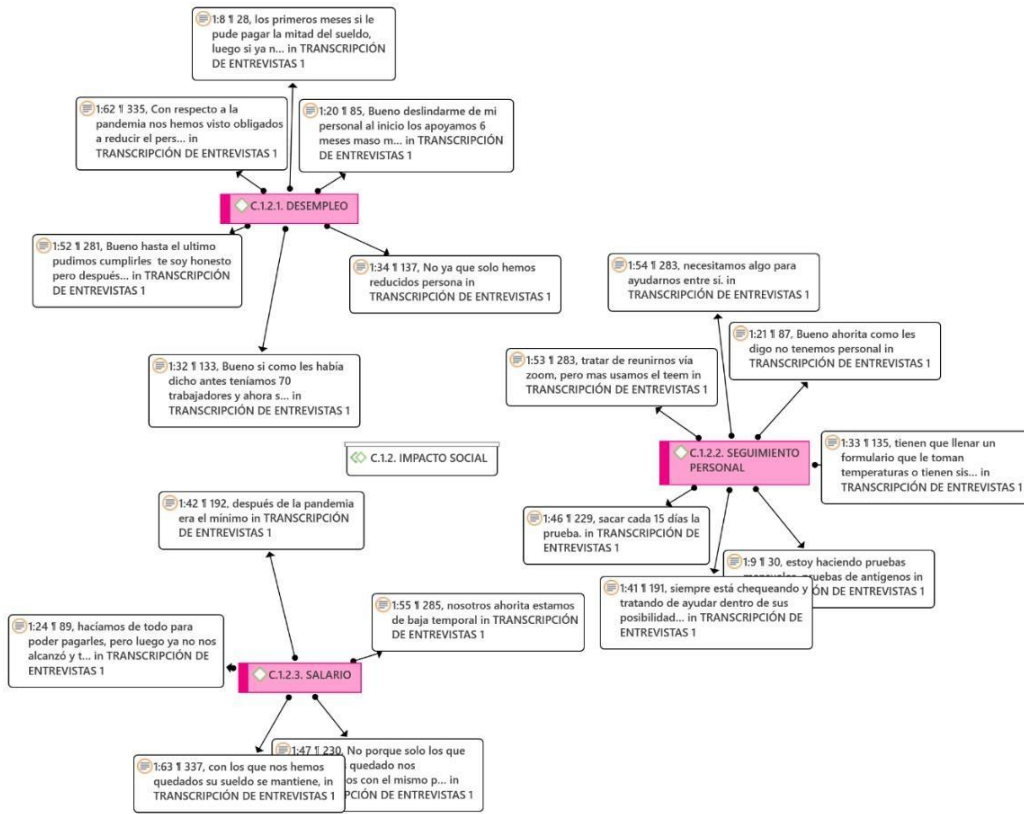
APELLIDO Y NOMBRE: Chavil Pisfil Rubén Arturo

DNI: 75607639

Anexo 9: Redes semánticas







Anexo 9: Figuras



Figura 1

Fuente: Fotografía propia

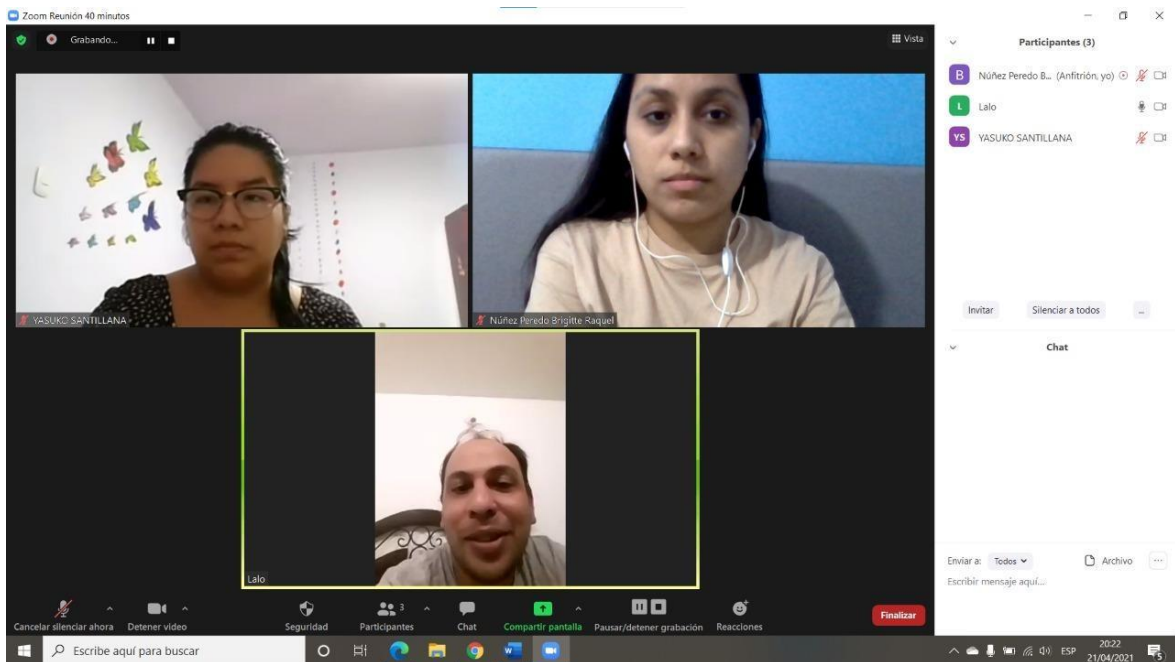


Figura 2

Fuente: Fotografía propia

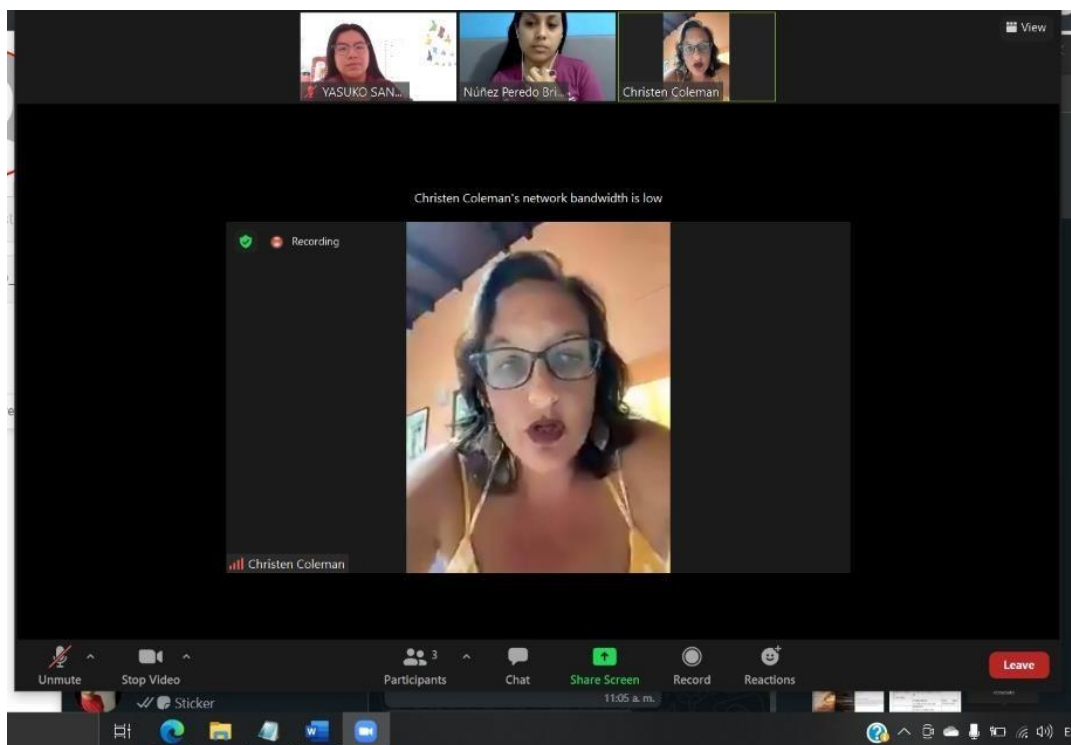


Figura 3

Fuente: Fotografía propia



Figura 4

Fuente: Fotografía propia

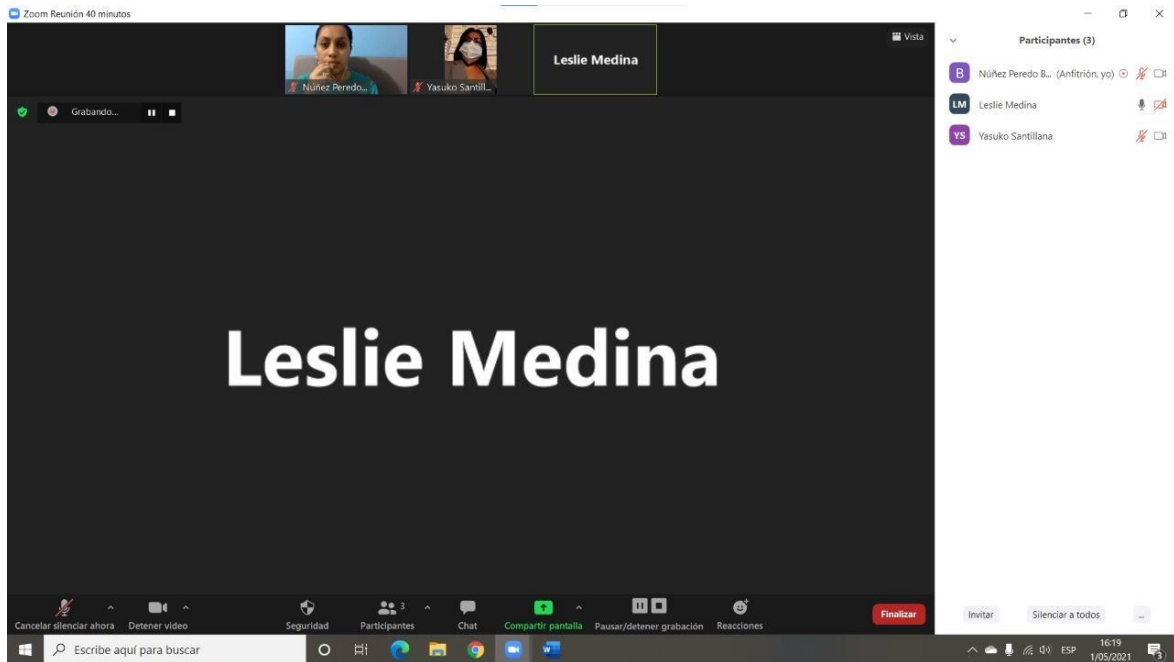


Figura 5

Fuente: Fotografía propia

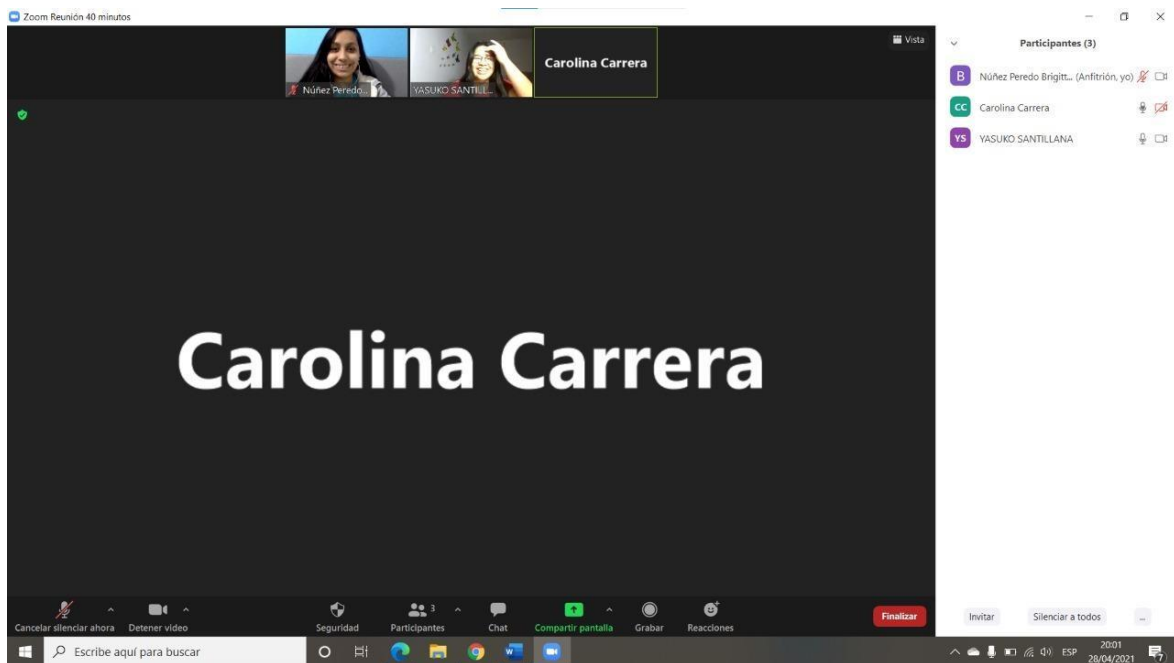


Figura 6

Fuente: Fotografía propia



Figura 7

Fuente: Fotografía propia



Figura 8

Fuente: Fotografía propia