



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TEMA:

**Plan de acción para certificación del Hotel Royal Palm Galápagos
como establecimiento seguro**

AUTOR (ES):

Garrido Rodríguez, Talía Beatriz

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR:

Lic. Aline Gutierrez Northia, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 16 días del mes de septiembre del año 2021



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Garrido Rodríguez, Talía Beatriz**, como requerimiento para la obtención del título de título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

TUTOR (A)

Lic. Aline Gutierrez Northia, Mgs.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Garrido Rodríguez, Talía Beatriz**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Plan de acción para la certificación del Hotel Royal Palm, Galápagos como establecimiento seguro**, previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 16 días del mes de septiembre del año 2021

EL AUTOR (A)

Garrido Rodríguez, Talía Beatriz



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Garrido Rodríguez, Talía Beatriz

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Plan de acción para la certificación del Hotel Royal Palm, Galápagos como establecimiento seguro**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 16 del mes de septiembre del año 2021

EL (LA) AUTOR(A):

Garrido, Talía Beatriz



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado - **Plan de acción para la certificación del Hotel Royal Palm, Galápagos como establecimiento seguro**, presentado por la/os estudiantes **Garrido Rodríguez, Talía Beatriz**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot displays the URKUND interface with the following information:

Documento	TT Garrido Rodríguez.docx (D111762802)
Presentado	2021-08-27 14:30 (-05:00)
Presentado por	talia.garrido.r@gmail.com
Recibido	aline.gutierrez.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	TT GARRIDO RODRIGUEZ Mostrar el mensaje completo

0% de estas 35 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

The interface also includes a toolbar at the bottom with icons for document navigation and a status bar.

Lic. Aline Gutierrez Northia, Mgs.

TUTOR

Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a Dios, por permitirme cumplir mis sueños, jamás desampararme, inclusive en las situaciones más difíciles. A mi mamá Patricia Rodríguez, por sus consejos, su paciencia y su perseverancia conmigo durante toda mi vida.

A mi papá, Luis Garrido por ser un apoyo incondicional, por creer en mí, por jamás rendirse conmigo y por escucharme cuando necesitaba desahogarme. A mi hermana Lais Garrido, por impulsarme a ser mejor cada día, a mi hermano Elías Garrido por darme su humor y su compañía.

A mi amiga Mariam Granizo, por estar pendiente de mi proceso, por ayudarme con recursos literarios y por siempre echarme ganas de seguir. A mi amiga Yurilú Marquez, por incentivarne a hacer un buen trabajo, viendo siempre lo mejor de cada situación.

A mis primos Daniela y Sebastián Gallo, por recalcarne cosas importantes que debo recordar diariamente para concentrarme. A mis tíos Verónica, Jenny y Carla y Mauricio, por brindarme ayuda en todas las áreas de mi vida. A mi amigo Cristian Armas, por estar siempre disponible para aclarar mis dudas.

A mi tutora de tesis, Lic. Aline Guterrez por su paciencia y precisión. Les agradezco a mis ex compañeros de trabajo del Hotel Royal Palm, donde pude vivir experiencias inolvidables y pude enamorarme de mi carrera, de la naturaleza y de mi país.

Muchas gracias de todo corazón,

Talía Garrido

DEDICATORIA

A Dios por jamás abandonarme.

A mi familia por hacerlo todo posible y siempre apoyarme.

A mi país Ecuador por darme bellos paisajes y experiencias.

Talía Garrido Rodríguez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. Aline Gutiérrez Northia, Mgs.

TUTOR

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
GARRIDO RODRÍGUEZ TALIA	

**Lcda. Aline Gutiérrez Northia, Mgs.
TUTOR**

Índice General

Introducción.....	2
Antecedentes.....	3
Justificación.....	4
Planteamiento del problema.....	5
Pregunta de investigación.....	6
Objetivos de la investigación.....	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos.....	6
Capítulo I: Fundamentación teórica.....	7
Marco teórico.....	7
Teoría del turismo sostenible.....	7
Teoría del consumidor.....	8
Teoría del distanciamiento social.....	9
Estrés psicosocial.....	10
Miedo a viajar durante la pandemia.....	10
Marco conceptual.....	12
Turismo.....	12
Seguridad.....	13
Certificación.....	13
Viajes seguros.....	13
Reactivación turística.....	13
Turismo post-pandemia.....	13
Riesgo de viajar.....	14
Marco referencial.....	14
La bioseguridad en la oferta hotelera del cantón Latacunga.....	14
Plan de reactivación comercial para el segmento corporativo del Hotel Wyndham Guayaquil.....	15

Coronavirus en la industria hotelera: Cambios en la gestión y estrategias de reactivación en Lima, Perú.....	15
Capítulo II: Diagnóstico del hotel Royal Palm para su certificación.....	17
Información general del hotel Royal Palm, Galápagos.....	17
Evaluación del Hotel Royal Palm en función de la norma.....	21
Cómo obtener la certificación.....	23
Parámetros de evaluación.....	25
Conclusión del cumplimiento de los parámetros.....	37
Capítulo III: Investigación de las necesidades de los clientes.....	38
Método de investigación.....	37
Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	38
Encuesta.....	38
Procedimiento para obtención de datos.....	38
Interpretación de resultados.....	40
Análisis de los resultados.....	40
Conclusión de los resultados.....	50
Capítulo V: Plan de acción para la certificación del Hotel Royal Palm.....	52
Método de planificación.....	59
Cronograma de Grantt en base a las propuestas.....	60
Presupuesto del plan de acción.....	62
Conclusiones.....	63
Recomendaciones.....	64
Bibliografía.....	65

Índice de Figuras

Figura 1 Mapa del Hotel Royal Palm.....	17
Figura 2 Ubicación satelital del Hotel Royal Palm.....	18
Figura 3 Logo del Hotel Royal Palm.....	19
Figura 4 Estructura Organizacional del Hotel Royal Palm.....	21
Figura 5 Miembros que forman parte del Sello Safe Travels.....	23
Figura 6 Gráfico de porcentajes del cumplimiento de parámetros del Sello Safe Travels.....	37
Figura 7 Pregunta No. 1 Rango de Edad.....	40
Figura 8 Pregunta No. 2: ¿Con qué género se identifica?.....	41
Figura 9 Pregunta No. 3: Con quién viaja usualmente cuando sale de vacaciones?.....	42
Figura 10 Pregunta No. 4: Ha viajado a Galápagos en los últimos 12 meses?.....	43
Figura 11 Pregunta No. 5: ¿Tiene intenciones de viajar a Galápagos en los próximos 12 meses?.....	44
Figura 12 Pregunta No. 6: ¿Cuál es el motivo por el cual realizaría el viaje?.....	45
Figura 13 Pregunta No. 7: ¿En qué tipo de alojamiento turístico prefiere hospedarse?.....	46
Figura 14 Pregunta No. 8: ¿Qué tipo de actividades desea realizar en su viaje? Por favor escoja tres.....	47
Figura 15 Pregunta No. 9: ¿Qué características buscaría en su alojamiento en Galápagos al momento de hacer su reserva? Elija tres opciones.....	48
Figura 16 Pregunta No. 10: ¿Estaría de acuerdo en hospedarse en un	

establecimiento que posea un sello que garantiza seguridad y confianza a los huéspedes, así tenga que pagar un poco más del precio normal?.....	49
Figura 17 Pregunta No. 11: Si el establecimiento turístico cumple con todas sus necesidades, estaría dispuesto a regresar y/o recomendarlo a sus conocidos?.....	50
Figura 18 Plan de acción de la norma: Señalizaciones que reflejen distancia en el diseño de la oficina y limitación de número de personas en las áreas comunes.....	52
Figura 19 Plan de acción de la norma: Implementar protocolos y pautas en el manejo de restaurantes, manipulación y preparación de alimentos, higiene y gestión de colas.....	53
Figura 20 Plan de acción de la norma: Compartir las mejores prácticas de limpieza con tecnología como pulverización electrostática, luz UVC y filtración de aire basada en EPA.....	54
Figura 21 Plan de acción de la norma: Toda la información pertinente debe basarse en los consejos y directrices actualizados de la OMS.....	55
Figura 22 Plan de acción de la norma: Garantizar el distanciamiento físico para huéspedes mediante señalización y pautas, incluso dentro de los ascensores	56
Figura 23 Plan de acción de la norma: Compartir pautas y consejos de las autoridades a los huéspedes como el uso de mascarillas, higiene de manos y distanciamiento físico.....	57
Figura 24 Plan de acción de la norma: Mejorar la promoción de destinos turísticos para impulsar la demanda nacional internacional.....	58
Figura 25 Diagrama de Grantt Acciones a tomar para conseguir el Sello Safe Travels.....	60
Figura 26 Diagrama de Grantt Acciones a tomar para conseguir el Sello Safe Travels parte 2.....	61
Figura 27 Presupuesto del plan de acción.....	62

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Tarifas de habitación por noche del año 2021</i>	19
Tabla 2 <i>Parámetro No. 1 Preparación operacional y del personal</i>	25
Tabla 3 <i>Parámetro No. 1 Preparación operacional y del personal parte 2</i>	26
Tabla 4 <i>Parámetro No. 1 Preparación operacional y del personal parte 3</i>	27
Tabla 5 <i>Parámetro No. 2 Garantizar una experiencia segura</i>	29
Tabla 6 <i>Parámetro No. 2 Garantizar una experiencia segura parte 2</i>	30
Tabla 7 <i>Parámetro No. 2 Garantizar una experiencia segura parte 3</i>	31
Tabla 8 <i>Parámetro No. 2 Garantizar una experiencia segura parte 4</i>	32
Tabla 9 <i>Parámetro No. 3 Reconstruir la confianza y la seguridad</i>	34
Tabla 11 <i>Parámetro No. 4 Implementación de las políticas garantizadas</i>	36

Resumen

El presente trabajo se plantea en base a la situación actual por la que atraviesa el turismo, no solo en Ecuador sino a nivel mundial. A causa de la pandemia del virus COVID-19, se paralizó la industria, dejando así un vacío en la economía y poniendo en riesgo a las empresas que viven del turismo. Por lo que el World Travel Tourism Council, la Organización Mundial de la Salud y los Centros de Control y Prevención de las enfermedades, elaboraron protocolos globales, para que los viajes puedan reanudarse de manera segura y eficaz. Esta investigación pretende indagar en las nuevas necesidades de los turistas con el objetivo de brindar la mayor seguridad y organización al momento de viajar a un destino turístico de mayor demanda como lo es Galápagos. Siguiendo la línea de investigación de turismo consciente y sostenible, se busca desarrollar la obtención del sello Safe Travels, para destinos seguros. Una vez evaluado el funcionamiento del hotel Royal Palm con relación a los protocolos impuestos por el Sello, se procederá a realizar un plan de acción que garantice el cumplimiento de las normas y se pueda obtener la certificación de establecimiento seguro.

Palabras Clave: Turismo, pandemia, protocolos, seguridad, certificación, higiene.

Abstract

This work is based on the current situation that tourism is going through, not only in Ecuador but also worldwide. Due to the COVID-19 virus pandemic, the industry was paralyzed, thus leaving a recession in the economy and putting tourism companies at risk. This is why the World Travel Tourism Council, the World Health Organization and the Centers for Disease Control and Prevention developed global protocols so that traveling can be re activated safely and effectively. This research aims to investigate what are the tourist current needs in order to provide the greatest security and organization when traveling to a destination with greater demand such as Galapagos. Following the line of conscious and sustainable tourism research, the goal is to obtain the Safe Travels seal for safe destinations. Once the operation of the Royal Palm hotel has been evaluated in relation to the protocols imposed by the certification, an action plan will be carried out to guarantee compliance with the rules and the certification of a safe establishment can be obtained.

Keywords: Tourism, pandemic, protocols, security, certification, hygiene.

Introducción

El presente trabajo de titulación se basa en conocer y cumplir los protocolos de salud y seguridad para elaborar un plan de acción para la certificación del hotel Royal Palm Galápagos como establecimiento seguro.

Con el incremento de contagios y el cierre de los aeropuertos, la Isla Santa Cruz, Galápagos sufrió una recesión económica a gran escala, por lo que el Consejo de Gobierno de las Galápagos estudió varias alternativas de recuperación para el turismo y la economía de la isla. La aplicación de estándares de seguridad se considera una posibilidad clave para transformar y establecer a las Galápagos como un lugar seguro.

La mayoría de los destinos turísticos, con respecto a la disminución de riesgos al viajar y la sensibilidad hacia las personas más vulnerables, busca diferenciarse adoptando el cambio inminente dentro de la industria y la evolución que se puede lograr con la participación de las autoridades y habitantes del lugar. La unión de estos dos factores irá progresivamente elaborando cambios dentro del comportamiento del turista y alterará el flujo de personas que antes de la crisis no se consideraba masivo.

Los métodos que se han utilizado son entrevistas de los trabajadores y habitantes del Hotel Royal Palm, ubicado en la isla Santa Cruz, Galápagos y la elaboración de un plan de acción, para identificar las deficiencias de los protocolos internos de seguridad propios y ofrecer un cambio estructural que permita cierta reconfiguración por parte de toda la organización.

El plan está estructurado en base a las cuatro categorías que concierne la certificación a conseguir y se desarrolla integrando las acciones propuestas que permitirán alcanzar el cumplimiento de los parámetros de evaluación.

Antecedentes

La demanda turística ha sufrido cambios en los últimos dos años debido a la pandemia global del COVID-19 que empezó a inicios del año 2020 y sigue vigente hasta la actualidad. La economía sufrió una alteración a nivel mundial al suspender las actividades turísticas, incluyendo cierres de fronteras, aeropuertos y movilización. El propósito de estas medidas fueron evitar la propagación del virus y disminuir las cifras de mortalidad que aumentaron durante los primeros 10 meses de la pandemia.

En cuanto a las repercusiones económicas que se reflejan durante la pandemia nos encontramos con una reducción considerable por parte del sector turístico, a causa de la caída del gasto por parte de los turistas en países desarrollados y en vías de desarrollo. Se entiende que el riesgo de contagio al coincidir con varias personas de diferentes partes del mundo aumenta, y por esto la mayoría de los viajeros fueron encontrando otra actividad de ocio que no ponga en riesgo su salud y la de su familia.

La oferta turística se vio en la necesidad de incluir protocolos de seguridad que beneficien a los turistas y reduzcan la posibilidad de contagio, lo cual motivó a las empresas de alojamiento turístico a implementar certificaciones que respalden un mayor conocimiento sobre la importancia de poder tener un viaje seguro con eficiencia en los procesos operativos contribuyendo al gasto turístico, a la oportunidad de crecimiento económico y laboral.

La certificación, como herramienta para garantizar que se cumplan los estándares propuestos, mejora notablemente el desarrollo de una actividad y permite que realmente se cree una diferencia entre las otras empresas que ofrecen el mismo servicio. Cuando se habla de turismo, la industria ha podido implementar ciertas certificaciones que van de la mano con la calidad, el medio ambiente y la seguridad, factores importantes dentro de lo que buscan los viajeros al optar por un destino o establecimiento turístico para su viaje.

Las certificaciones no solo sirven para contribuir con una práctica acorde al programa, sino que también motiva al personal involucrado de la empresa a corresponder las necesidades de los clientes y de la actual problemática mundial. El

trabajo de investigación de Vargas (2019) sobre la certificación hotelera indica que las certificaciones ambientales aumentan la productividad del hotel y mejoran las percepciones de los clientes al presentar un mayor grado de satisfacción y sugiere que los gerentes deben ser muy cuidadosos al seleccionar que estándar les conviene aplicar.

Se descubre la certificación en el siglo XV Y XIV, en Francia, cuando la etiqueta del queso Roquefort fue regulada, y la pureza y origen del vino se certificaron por primera vez. Estos sucesos dieron paso a pensar que no solo los alimentos se pueden certificar sino también los aparatos electrónicos que requieren de seguridad y estándares para garantizar su eficaz funcionamiento. En 1904 International Electrotechnical Commission (IEC) fueron los primeros en establecer estándares, seguido por la fábrica de ropa Woolmark que en 1964 se estableció como una certificación que garantizara la pureza en su material prima, la lana. Sociedad Internacional de Ecoturismo (2004)

Justificación

El trabajo de titulación se focaliza en la inseguridad que experimentan los turistas al momento de planear emprender un viaje en tiempo de pandemia. Entre las resoluciones del COE Nacional, varios destinos turísticos han cerrado sus puertas al público y las consecuencias de estas resoluciones han causado en términos socioeconómicos un desequilibrio a nivel global.

La incertidumbre que se ha experimentado nos permite analizar los aspectos positivos y negativos de la situación actual y nos brinda herramientas de previsión sobre cuál puede ser la duración de esta situación para establecer esquemas de mejora y reducción de contagios al momento de viajar y visitar las Islas Galápagos.

La aplicación teórica en la que se basa esta investigación responde a la determinación del turismo en recuperarse de la crisis en la cual se ha visto inmerso gracias a la pandemia COVID-19. La oportunidad de proporcionarle al hotel Royal Palm Galápagos una certificación de turismo seguro que contribuya a la incorporación de nuevos mecanismos, a un nuevo modelo de gestión, con estrategias, sistemas y tecnologías sostenibles; acelerarán la reactivación de las actividades turísticas.

Fundamentado en el cumplimiento de los objetivos propuestos, se considera la situación actual del sector turístico y se espera tener resultados concretos para este año 2021. La utilidad práctica se expresa en el desarrollo del cumplimiento de los requisitos que se necesitan poder clasificar al Hotel Royal Palm Galápagos como un establecimiento seguro. Siendo el turismo la principal fuente de ingreso de las Islas Galápagos y el mayor generador de fuentes de empleo a nivel provincial, se busca expresar el beneficio de conseguir una certificación y el impacto socio económico positivo que tendría al conseguirlo.

Planteamiento del problema

La crisis que causó la pandemia del COVID-19 se experimentó a nivel mundial, con una secuencia de confirmaciones de infectados. El 26 de febrero del 2020 se registró el primer caso de COVID-19 en Latinoamérica, siendo Brasil el primer país en dar a conocer su estado, le siguió Argentina el 7 de marzo del 2020 (Jaramillo Bernat, 2021)

La preocupación de los habitantes del tercer mundo creció a medida que los hospitales manifestaban su sobrecapacidad y la falta de insumos médicos para tratar el problema. Se desencadenó una serie de medidas sanitarias, que tenían por objetivo salvaguardar la vida de los seres humanos vulnerables al virus.

El principal foco de contagio se daba en aglomeraciones, por lo cual se restringieron las actividades públicas y turísticas, al punto de autorizar el cierre de aeropuertos y fronteras. El confinamiento, como medida base de prevención de contagio, trajo consigo drásticas consecuencias, como pérdidas de empleo, el cierre indefinido de varias empresas y una caída económica en la mayoría de las industrias a nivel nacional.

Galápagos, considerado un destino turístico mayormente frecuentado por extranjeros, se vio en la necesidad de someterse a las medidas del COE Nacional y prosiguió a cerrar sus aeropuertos a finales del mes de marzo para las operaciones turísticas, manteniendo sus operaciones de carga.

Incontables establecimientos turísticos tuvieron que suspender sus actividades laborales durante los meses de la pandemia, reactivando los vuelos a turistas en el mes

de julio. Se logró captar la respuesta varias personas que decidieron visitar la isla a pesar de su estado de emergencia, sin embargo, la reactivación del turismo en su totalidad tomará más tiempo de lo estimado.

Los turistas extranjeros son más propensos a desconfiar de los protocolos de seguridad y del manejo operativo, por lo que buscan una seguridad al momento de viajar y en su estadía. La garantía de poder asegurarle al turista que su viaje está completamente organizado y respaldado por protocolos que confirman su validez sanitaria y operativa es un valor agregado al servicio prestado.

Formulación interrogativa del problema

¿Cómo influye un plan de acciones en la posibilidad de certificar al hotel Royal Palm como establecimiento seguro?

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de acción para la certificación del Hotel Royal Palm en las Galápagos como establecimiento seguro.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual del hotel Royal Palm en función de los estándares que garantizan los establecimientos seguros para su certificación.
- Investigar las necesidades que tienen los clientes potenciales para elegir al hotel Royal Palm como un establecimiento confiable y estable.
- Elaborar una propuesta para el plan de acción de certificación del hotel Royal Palm como establecimiento seguro.

CAPÍTULO I

Marcos de la Investigación

Teoría del Turismo Sostenible

El avance turístico en las comunidades ha logrado convertirlas en los anfitriones responsables de su patrimonio y los factores que implican el crecer económica y socialmente han llegado a alcanzar notable transparencia, que permite fijar sus propias reglas, permisos y restricciones sobre el tipo de turismo que contribuye al desarrollo sustentable del mismo.

Para (Reyes Avila... [et al.], 2002) el Turismo Sostenible implica “Preservar los recursos naturales y ambientales a fin de que las generaciones futuras puedan maximizar sus opciones en el uso de los mismos e incrementar así su bienestar”. Por lo tanto, se trata de visualizar un desarrollo positivo de gran utilidad para el futuro del planeta y el ser humano.

Como reto para la humanidad, el concepto de sustentabilidad se dio a conocer por primera vez en el año de 1987, como algo que “satisface las necesidades del presente, pero no compromete el futuro de las mismas” (Organización de Estados Iberoamericanos,1987). La Agenda XXI donde se presentó al turismo sustentable como un verdadero y fundamental comportamiento humano sobre el medio ambiente, acción humanitaria, puede a su vez considerarse una estrategia para lograr concientizar a las personas a transformar el consumismo en una esperanza para el planeta.

La Agenda XXI, muestra dentro de sus cláusulas un completo programa sobre lo que significa preservar el entorno, pero seguir practicando globalmente el turismo. Los países en desarrollo dominan las economías mundiales y fomentan el avance industrial y financiero, pero esto aumenta el riesgo de contaminación y explotación de los recursos naturales, por lo cual, Las Políticas Internacionales Encaminadas A Acelerar el Desarrollo Sostenible de los Países En Desarrollo nos dice que “Debería haber un apoyo recíproco ante el medio ambiente y las políticas comerciales” Bustos Flores & Chacón Parra, (2009).

En el capítulo 5 de la sección 1 de la agenda XXI, se habla de la Sostenibilidad y la Dinámica Demográfica que impulsa a investigar y tener una clara planificación de los espacios que requieren atención para ser utilizados como atractivos turísticos. La sustentabilidad en turismo se entiende como “una forma de respeto por las poblaciones anfitrionas, de protección y preservación potencial de la biodiversidad, de la ecología y del uso sustentable de los recursos naturales y culturales” Tapia Kwiecien, Martín, Bolatti, Leandro G, (2017)

El estudio del desarrollo sostenible se antepone para reconocer que la actividad turística debe ser planteada como un cambio progresivo ante el gran impacto económico que conlleva, esto sugiere que las comunidades cubran sus necesidades en el presente. La Sociedad Internacional de Ecoturismo (2004) explica que “El turismo sostenible trata de que el impacto negativo sea mínimo, mientras que el ecoturismo trata de tener un impacto positivo”. Los pilares del turismo sostenible se basan en el ambiente, la sociedad y cultura y la economía donde se aplican estudios de necesidades, declaraciones y documentos certificados, opiniones y políticas del ámbito turístico, que controlan el desarrollo turístico y su mantenimiento.

Los pilares del turismo según De La Fuente (2019) son:

La sostenibilidad económica, como su nombre lo indica, tiene aspectos volátiles que se ejecutan mediante el grado de rentabilidad que puede alcanzar el ámbito ambiental y social, para su funcionamiento.

La sostenibilidad social: centrándose en el bien común de todos los agentes que forman parte de la operatividad para alcanzar un bien común.

Sostenibilidad ambiental: Considerado el pilar fundamental de las anteriores, se basa en la preservación de la biodiversidad y los ecosistemas, con el objetivo de ejecutar mejores prácticas ambientales a largo y corto plazo. Es por esto que Galápagos, al ser considerado Patrimonio de la Humanidad, practica la sostenibilidad y el cuidado al medio ambiente, mediante diversas prácticas que permiten fomentar la conservación del entorno. Su mayor ingreso monetario, se mide en base al turismo y esto conlleva a cuidar del turista durante su viaje y a brindarle la garantía de seguridad y protección a su salud.

Teoría del consumidor

La evolución del consumidor ha puesto en análisis su comportamiento al ser parte esencial de la economía. Las bases de las decisiones del consumidor y su influencia en el mercado actual se convierten en objeto de estudio para muchas industrias enfocadas en el comportamiento del consumidor respecto a su entorno.

Según Arteaga Flores & Calderón Bailón (2020), en el ámbito hotelero, la decisión de compra está ligada a:

- a) El reconocimiento de la necesidad: Las experiencias compartidas promovidas por diversos factores como: trabajo, turismo, placer, entretenimiento, etc. Influyen de manera positiva en la creación de esta necesidad y orientan a crear la necesidad de compra.
- b) Búsqueda de información: El interés por involucrarse en todo el proceso de compra, mediante búsquedas por filtros de rango de precios, reseñas, imágenes reales, aporta percepciones y experiencias y crea una expectativa de lo que se está buscando.
- c) Evaluación de alternativas: Este paso se da en base a la información reunida y se toma la decisión que más se ajuste a las necesidades y requerimientos de los consumidores.
- d) Selección de alternativa y compra efectiva: Etapa en la cual se reconfirma la decisión de compra y se promueve de manera positiva, el camino que tomó llegar a esa elección, como ayuda para los otros consumidores que se encuentren en la etapa inicial del proceso,
- e) Satisfacción: Culminación del proceso de compra, en la cual se manifiesta el cumplimiento de las expectativas del servicio y su satisfacción. El consumidor se convierte en la influencia y captación de futuros clientes.

Teoría del distanciamiento social

El distanciamiento social ha logrado cambiar el interrelacionarse presencialmente con otras personas, realizar actividades de contacto y socializar por prácticas que no necesitan de aglomeraciones, eventos y otros encuentros placenteros. Leon-Leon (2020). Con la restricción de los viajes, el cierre de aeropuertos, la movilidad de

pasajeros, cierre de lugares públicos, causó una pérdida de confianza de los agentes económicos.

La situación de la pandemia tuvo una diferente adaptación en todos los países, pero fundamentalmente las medidas de emergencia tenían el objetivo de contención hacia la crisis emergente de la caída de la economía en la cual las empresas turísticas al igual que cualquier otra, dependen de la demanda, lo cual depende de los ingresos y estos a su vez dependen de la empleabilidad de los miembros de la comunidad.

Estrés psicosocial

El confinamiento como principal causa, desarrolló una percepción de amenaza, invisible e imparable, con información respaldada por los medios de comunicación, lo que causó alteración psicológica asociada con la pérdida de empleo y de ingresos, limitación de actividades y pérdida de los seres queridos.

Sandín, Valiente, García-Escalera, & Chorot, (2020) descubrieron que las consecuencias del confinamiento afectaban a los humanos en las siguientes áreas: impacto emocional relacionado con posible miedo al contagio y a la situación post estrés causada por el confinamiento, factores de vulnerabilidad/ riesgo y protección y el posible impacto positivo del confinamiento, lo cual motivó a que se proceda a analizar cada área para interpretar los cambios sociales y psicológicos de las personas.

En el estudio de Sandín, Valiente, García-Escalera, & Chorot, (2020) concluyeron que unas de cada dos mujeres experimentaban miedo extremo a que muriese algún familiar, siendo las mujeres las que sufren el doble o más el miedo en comparación a los hombres, sin embargo, independientemente del género, el análisis de correlación de los efectos negativos demostró que la mayoría de la población experimentaba intolerancia hacia la incertidumbre, lo cual corresponde al nivel general de miedos. En cuanto a las experiencias positivas se descubrió que más del 50% de la población, concluye que han aprendido a valorar más las actividades al aire libre, la importancia de las relaciones interpersonales y a dedicar más tiempo a la familia.

El miedo a viajar durante la pandemia

Según Valerio, Velez, Duran, & Torres (2020) las medidas de salud pública, como el distanciamiento social, han causado que las personas se sientan aisladas, lo cual

aumenta una sensación de soledad que a su vez produce estrés, ansiedad y miedo. Esto se experimentó por primera vez en el año 2014 cuando el brote de ébola trajo consigo efectos negativos como discriminación, lo cual genera situaciones críticas alrededor del mundo, siendo las personas y familias los sujetos a ser más afectados durante las fuertes medidas que plantean con respecto a la incertidumbre de aquellas personas con fuertes rasgos de ansiedad.

Si bien es cierto, el miedo es una reacción psicológica que juega un papel considerable en la propagación de la enfermedad y el comportamiento, la sensación de angustia y estrés aparecen durante y después del brote de la pandemia por la reducción de atención a los pacientes y un mal manejo de medidas sanitarias por parte del gobierno y sobre todo por el miedo de que la salud de un familiar se vea afectada por el virus.

- Las sensaciones más comunes según Lellis (2020), que afectan al individuo con respecto a la pandemia:
- La preocupación: Proceso cognitivo emocional que anticipa el estado de ánimo sobre un suceso que no ha sucedido, pero tiene mucha probabilidad de suceder.
- La tristeza: Asociada con la pérdida de algún familiar, permite reflexionar sobre cómo afrontar la situación que está afectando el bienestar
- La culpa: Se genera al haber ocasionado un daño o riesgo de daño y permite tomar consciencia sobre lo ocurrido para rectificar y hacerse responsables de las consecuencias
- El enfado: La sensación de enfado nos permite poner límites internos y externos para así defender nuestros derechos y evitar que nos hagan daño.

Antes de la pandemia era muy común ver casos de Turismofobia, que consiste en que la comunidad local siente cierto rechazo por el turismo, debido a un mal manejo de políticas turísticas que han perjudicado el diario vivir de los residentes, pero desde la pandemia, el flujo turístico descendió a tal punto de reemplazar el turismo en más por un turismo más consciente de espacio y lugar, un turismo sostenible de cercanía y de menor escala Lellis (2020)

Las estadísticas apuntan a que el turismo va a prevalecer, pero el turista se verá más comprometido con la justicia social y más exigente respecto a los servicios que

demanda, lo cual indica que algunas empresas turísticas que no tengan como solventar el nuevo comportamiento del turista exigente y consciente, van a desaparecer gracias a los nuevos modelos de competitividad que surgen después de la pandemia.

Con respecto al futuro del turismo, los viajeros se dividirán en tres tipos:

- Los que están dispuestos a viajar independientemente del virus
- Los que tienen ganas de viajar, pero solo lo harían si percibieran seguridad sanitaria en los destinos/ alojamiento, etc.
- Los que no viajarán hasta la llegada de una eficiente vacuna Flores (2021)

El tipo de turista que sí tiene ganas de viajar y posee todas las posibilidades, forma parte del programa de reactivación turística que muchos países desean emplear, Flores (2021) indica que se sustenta en dos importantes condiciones: los viajes forman una parte importante de la sociedad contemporánea y la inversión que el sector privado ha realizado, va a demandar significativos esfuerzos para mantener el avance y recuperar las pérdidas que han permanecido durante la pandemia.

A raíz de esto, la OMS (Organización Mundial de la Salud), establece recomendaciones para turistas internacionales, las cuales se espera puedan prevenir el contagio del virus COVID-19 sin detener el desarrollo turístico que se ha podido recuperar durante el año 2020-2021. Las recomendaciones son una serie de indicaciones que van desde la higiene de manos hasta la correcta utilización de la mascarilla, siguiendo protocolos nacionales dependiendo del país que se encuentren y vigilar si se presentan síntomas en los 14 días posteriores al viaje, la opción de repatriar a ciudadanos que se encuentran en zonas afectadas, es para evitar que se siga propagando el virus durante y después del arribo al destino turístico.

Marco conceptual

Turismo: La Organización Mundial del Turismo (2008) define al turismo como un fenómeno, cultural y económico que incita a las personas a desplazarse de su lugar de residencia por motivos que pueden ser personales, profesionales o de negocios, lo cual también puede variar en el tipo de turista que y/o residentes o no residentes, que desean realizar actividades que suponen un gasto turístico en el destino de su elección.

Seguridad: Para Council, World Travel & Tourism, s.f. (2019), la visión global de seguridad es que un viajero se sienta seguro y se le permita viajar sin interrupciones de un extremo al otro, sin problemas, seguro y protegido y se le brinde las soluciones perfectas durante la experiencia.

Certificación: Estrategia que utilizan las empresas para contar con un respaldo de competitividad que brinda credibilidad y garantías al consumidor del mercado donde se desarrollan y se ofrecen los servicios, cuyo procedimiento es evaluado por un organismo calificado, que avala por escrito que un producto, proceso o servicio cumple con los requisitos que respaldan su efectividad, se considera un importante valor agregado que supone la superación de las expectativas del cliente. Lopez (2020)

Viajes seguros: El análisis del sector turístico después de la pandemia, se enfoca específicamente en levantar las restricciones de los viajes y tiene como objetivo poder brindar seguridad en todo el proceso del viaje, desde la compra del pasaje hasta la visita del destino, mejorando el saneamiento, incluyendo políticas de lavados de manos, desinfección de instalaciones, entre otros, considerando también mejorar la práctica del manejo de alimentos, lo cual sirve para asegurar la seguridad de los viajeros. Palomino & Palomino (2020)

Reactivación turística: Programa enfocado para mitigar y recuperar al turismo del impacto causado por el COVID-19, orientado a favorecer la economía y recuperarla de su situación actual, mediante planes estratégicos de acuerdo al respectivo contexto de cada país, implementando promociones que potencien los mercados existentes e incentivos que estimulen el deseo de viajar, manteniendo los estándares de seguridad e higiene. Guerra (2020)

Turismo post-pandemia: En términos prácticos puede tratarse de las consecuencias a raíz de la situación sanitaria de la pandemia en el sector turístico, como reducción de las actividades y confinamiento, como medidas sanitarias planteadas en el análisis de mejorar la situación a largo plazo, lo cual evalúa no solo el impacto de las restricciones en el sector turístico sino también la demanda de los servicios turísticos asociados con la sostenibilidad y la protección de destinos y todos los agentes asociados a la recuperación del ejercicio turístico lo cual implica reordenar prioridades y reorganizar el sector turístico para trabajar progresivamente en lograr

impulsar un turismo consciente, competitivo y capaz, que impulsen prácticas de aspecto positivo. Petrizzo Paez (2020)

Riesgo de viajar: Percepción de los turistas que surge como efecto de la pandemia debido al riesgo de contagio por el contacto y la aglomeración en los destinos turísticos, se entiende por sensación de incertidumbre e inestabilidad, desde el desplazamiento hasta la llegada al destino, donde la salud es una preocupación constante y esto puede condicionar el deseo de viajar en un futuro cercano. García, Soto, & Soutullo (2021)

Marco Referencial

La Bioseguridad en la oferta hotelera del cantón Latacunga

Según Yugcha (2020), los establecimientos hoteleros que cumplan con los protocolos necesarios para evitar los contagios por COVID-19 son de preferencia para los turistas nacionales y extranjeros, especialmente los hoteles lujosos que tienen la capacidad de mantener sus áreas libres de virus por los sistemas de limpieza que se utilizan en el establecimiento.

Además menciona que, al momento de requerir los servicios de alimentación, los huéspedes prefieren el servicio a la habitación para disminuir la posibilidad de contagio. Por lo cual es importante que el personal del hotel esté capacitado para cumplir las exigencias de los huéspedes y la adaptación a las nuevas medidas de bioseguridad.

La pandemia COVID-19 afectó al sector turístico de tal manera que la frecuencia de viajes bajó notablemente y los establecimientos hoteleros, se vieron obligados a considerar certificar sus páticas y su manejo de los protocolos de bioseguridad. Al momento de adoptar una certificación, el hotel obtiene un respaldo de cumplimiento con los parámetros y protocolos de bioseguridad, por la autoridad que lo emite. El hotel le garantiza al turista confiabilidad y seguridad en su estadía, factores de impacto positivo para el huésped en la actualidad.

Plan de reactivación comercial para el segmento corporativo del Hotel Wyndham Guayaquil

Serrano Sanchez & Vera Ruiz (2021) sugieren adaptarse a los cambios que la pandemia COVID-19 trajo consigo, aplicando estrategias de acuerdo al comportamiento de los clientes, los cuales manifestaron que consideran importante realizar una reserva en el establecimiento de acuerdo a las medidas de bioseguridad y las tarifas especiales que se ofrecen.

El hotel Wyndham Guayaquil, al igual que el resto de hoteles a nivel nacional, busca elaborar un plan de reactivación enfocado en identificar oportunidades de negocio, contactarse con los bookers, cumplir expectativas de los ejecutivos viajeros, compensar la fidelidad y medir la satisfacción de la estada. Además, se conoce que el hotel procedió a implementar sus propios protocolos de seguridad, a pesar de cumplir con los del COE Nacional, como valor agregado.

Estas implementaciones adicionales tuvieron gran acogida de parte de los clientes que no solo buscaban un lugar donde hospedarse sino un lugar que los hiciera sentir tan seguros como en su propia casa. Esto nos lleva al planteamiento de que los protocolos impuestos por el COE Nacional no alcanzan a satisfacer las nuevas exigencias de los clientes.

El equipo de trabajo esencial para realizar esta tarea está conformado por el personal que debidamente capacitado logrará desenvolverse en su área de especialidad para ir cumpliendo con los objetivos trazados en el cronograma para el año 2021. Afirman que el cliente busca aseguramiento en: una persona de contacto en la que puedan confiar, tarifas y beneficios que se están ofreciendo y bioseguridad y se requiere llevar un control de este proceso para implementar las medidas y mejorar constantemente.

Coronavirus en la industria hotelera: cambios en la gestión y estrategias de reactivación en Lima, Perú.

En cuanto a las estrategias recomendadas para los hoteles, Castro Martotta & Cebberos Salazar (2020), sugieren que al tomar acción y buscar herramientas para contrarrestar el impacto de la pandemia COVID-19 en el sector hotelero, se estudie la

gestión hotelera que China utilizó. Ellos fueron los primeros en vivir la pandemia y los primeros en tomar acción para mitigar las consecuencias del impacto.

El plan de acción debe ser formulado en base a una investigación global de como las otras cadenas hoteleras han respondido ante la problemática del coronavirus y así abarcar el mercado interno y externo. Al rediseñar la estrategia para seguir operando, se debe tomar en cuenta las proyecciones para el 2021, que incluyen los cambios de necesidades del consumidor post-covid.

Es importante una evaluación previa de la situación del hotel para poder distribuir el plan de acción entre el área administrativa y operativa, con un enfoque en conjunto hacia el turismo receptivo plicando distintos protocolos de bioseguridad, creados por el gobierno e instituciones de salud. La mirada hacia al futuro del turismo dependerá del desarrollo de la vacuna pero adicional a ello se debe contar con certificaciones internacionales que brinden garantía a los huéspedes dentro del establecimiento. Estos procesos deben ser implementados ya que en un futuro serán obligatorios en el sector hotelero y su reactivación dependerá de la restauración de la confianza del huésped.

CAPÍTULO II

Diagnóstico del hotel Royal Palm para su certificación

El objetivo de este capítulo es analizar el estado actual del Hotel Royal Palm, para conocer sus fortalezas y debilidades en cuanto a los requerimientos turísticos post pandemia y diseñar un plan de acción que pueda garantizar la confianza y seguridad en el establecimiento.

Información general del Hotel Royal Palm Galápagos

El hotel Royal Palm Galápagos, se encuentra ubicado a 509 metros sobre el nivel del mar, a una distancia de 25 km de la Isla Baltra, una atmósfera completamente natural con 156 hectáreas de tierra privada adyacentes al Parque Nacional Galápagos. Está catalogado como uno de los mejores hoteles de la isla Santa Cruz, gracias a su extensa naturaleza y condiciones climáticas que permiten el desarrollo de especies endémicas, dignas de observar y estudiar. La propiedad se extiende desde la zona Pampa, a lo largo de la zona de Miconia, Líquenes y Scalescia, las cuales componen vegetación endémica y diversa.



Figura 1 Mapa del Hotel Royal Palm. Tomado del Folleto de Bienvenida para los huéspedes del Hotel Royal Palm

Debido a su extensa vegetación, la parte alta de la Isla Santa Cruz posee extensos bosques que son hogar de especies en peligro de extinción y senderos para excursiones en la vida salvaje y la naturaleza. Estos paseos deben ser guiados por personal autorizado, que conozca la zona y pueda brindar información adecuada.

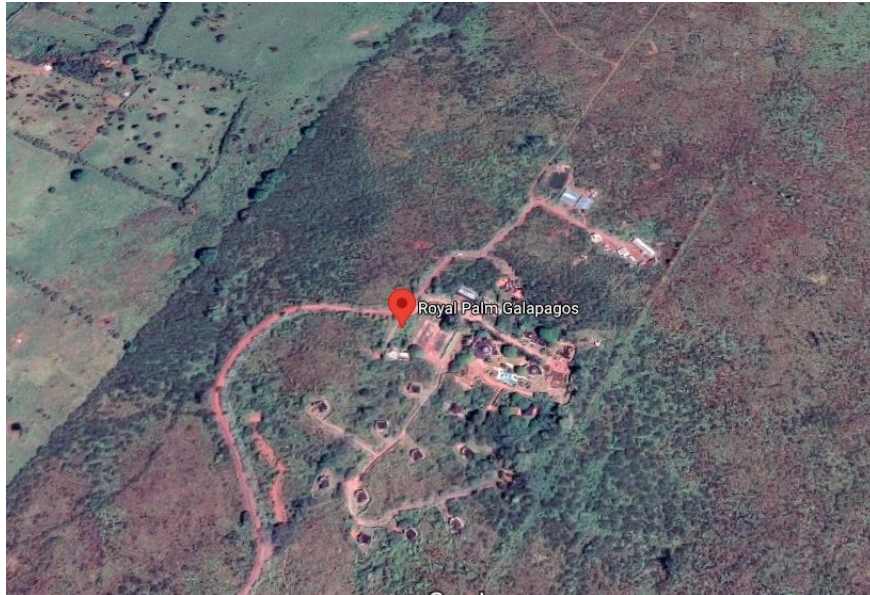


Figura 2 Ubicación satelital del Hotel Royal Palm. Tomado de Google Maps.

El potencial del hotel Royal Palm es la magnitud de su terreno, que supera las 156 hectáreas, que incorporan habitaciones como:

- Suites presidenciales
- Villas familiares
- Villas de lujo
- Habitaciones King y Queen

Todas habitaciones son climatizadas y su estilo es clásico. El diseño de las habitaciones varía según su clasificación. En las casitas se ofrecen: baños privados con agua fría y caliente, armario de dos puertas, caja de seguridad, teléfono convencional, TV satelital, router de wifi por habitación. Las villas ofrecen todos los servicios anteriores, más jacuzzi o bañera, chimenea, minibar, walk in closet, patios privados, sauna y comedor.

En el área de la recepción, se encuentran las oficinas del concierge, jefe de reservas, bodega de bell boy y una tienda de suvenires recién inaugurada para los huéspedes. Saliendo de la recepción está el Centro de Relajación del hotel comprende de un gimnasio, spa, turco y jacuzzi, estos servicios ya incluidos en la tarifa de alojamiento.

El restaurante cuenta con un bar/cafetería estilo italiano, un piano y un área de juegos de mesa para la familia, donde se celebran eventos formales o empresariales. En la terraza del restaurante se encuentra un horno de leña a disposición de los huéspedes. El hotel también cuenta con una piscina de dos niveles de profundidad, cancha de tennis, basket y varias rutas de exploración, señalizadas para visitas.

La insignia del hotel Royal Palm es una tortuga terrestre endémica de las Islas Galápagos llamada Chelonoides, de la familia Testudinidae.



Figura 3 Logo del hotel Royal Palm. Tomado de: Logo del Hotel Royal Palm <https://www.royalpalmgalapagos.com/>

El Hotel Royal Palm ofrece una variedad de habitaciones, que pueden alojar familias enteras y/o parejas. La venta de habitaciones depende de su disponibilidad y se calcula dividiendo los ingresos por habitación, por habitaciones vendidas.

Tabla 1

Tarifas de habitación por noche del año 2021

Tipos de habitaciones	Valor
Casita King / Queen	\$180,00 - \$200,00
Villas King/ Queen	\$250,00 - \$300,00
Súper Villa	\$300,00 - \$400,00
Súper Villa/ ejecutivo	\$500
Súper Villa/ Príncipe de Gales	\$600

La estructura departamental del Hotel Royal Palm está conformada de la siguiente manera:

- General Manager
- Property Manager
- Room Division Manager
- Departamento Financiero
- Departamento de Recursos Humanos
- Alimentos y Bebidas
- Reservas
- Recepción
- Compras
- Mantenimiento
- Departamento de ventas

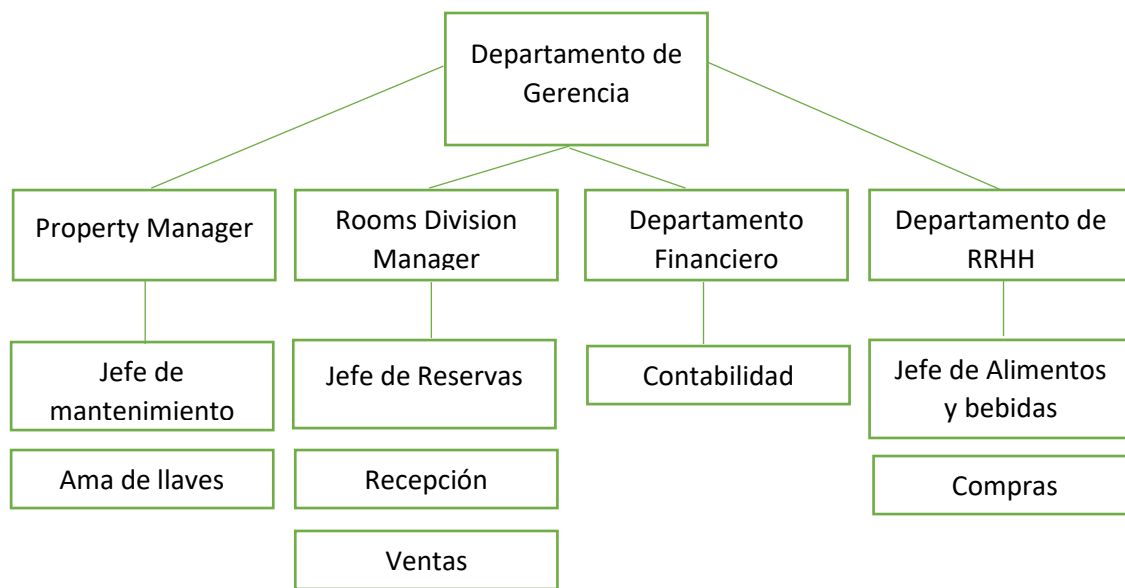


Figura 4 Estructura organizacional del hotel Royal Palm. Adaptado de documentación del hotel Royal Palm, 2021.

Evaluación del hotel Royal Palm en función de la norma Safe Travel

El hotel Royal Palm como prestador de servicios de alojamiento turístico dentro de las Islas Galápagos, forma parte del sector turístico sustentable que perdió un porcentaje considerable de ventas por la pandemia, afectando todos los sectores de gestión turística a nivel empresarial. A su vez, supo priorizar distintas áreas que conseguirían agilizar su reactivación y diferenciarlo de entre los demás alojamientos turísticos.

Las Sellos que certifican que los estándares de seguridad se llevan a cabo en función a la reactivación turística, restablecen la confianza entre el viajero y el alojamiento o destino turístico, posicionando a la empresa como un lugar seguro y confiable, en relación al miedo al viajar que produjo la crisis del COVID-19 a nivel mundial.

El proceso de certificación como alojamiento seguro se rige bajo normas que el establecimiento debe cumplir, las cuales pueden variar de acuerdo a la certificación por la que se vaya a optar. En la actualidad, el sello Safe Travels de World Travel Tourism Council trabaja para recuperar el sector turístico optimizando los recursos.

Este sello busca unir fuerzas entre las partes interesadas de los viajes y el turismo, gobiernos y expertos en salud, para planificar la recuperación del sector, mediante un enfoque coordinado y coherente, cuando la crisis se haya estabilizado.

Safe Travels para alojamientos turístico surgió en el mes de mayo del año 2020, a raíz de la preocupación económica que ha afectado globalmente a la industria del turismo por la pandemia COVID-19. La WTTC, promueve el crecimiento de viajes y turismo generando puestos de trabajo y prosperidad en distintas áreas de la industria como: hotelería, aviación, aeropuertos, cruceros, entre otros. Cada uno cuenta con sus propios protocolos y normas a seguir, para contribuir al crecimiento económico de los destinos y empresas privadas dedicadas a la práctica del turismo. En función al hotelería, el sello Safe Travels tiene como objetivos:

- Hacer que el sector lidere la mejor definición de prácticas de la industria a medida que los viajes y el turismo salen del manejo de la crisis a la recuperación.
- Poner la salud y la seguridad de los viajeros y la fuerza laboral del viaje y el turismo en el centro del desarrollo de los protocolos globales. (Council, World Travel & Tourism, s.f.)

Los miembros que forman parte y han contribuido con el sello y sus protocolos son en total 28 compañías, entre cadenas de hoteles y resorts, motores de reservas y certificaciones, a nivel internacional.



Figura 5 Miembros que forman parte del Sello Safe Travels. Tomado de: Global Protocols for the New Normal- Hospitality 2019, <https://wtcc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>

El sello no solo sugiere los protocolos, sino también asegura su implementación en todas las funciones de la empresa, enfocándose principalmente en la salud de los viajeros y su seguridad dentro del establecimiento. Los protocolos son constantemente actualizados conforme a las nuevas etapas de la pandemia y la información obtenida sobre el virus. Las prácticas y directrices trabajan en conjunto con las legislaciones a nivel nacional y local con las características operativas de cada hotel.

Como obtener la certificación: El hotel debe someterse a un procedimiento voluntario, que evalúe sus capacidades mediante una auditoría, para obtener una certificación que los viajeros puedan experimentar como “Viaje Seguro”. Para esto, la empresa involucrada no debe ser miembro del WTTC.

Es necesario que para emitir el sello se garantice el cumplimiento de los protocolos adoptados no solo por parte de los establecimientos involucrados en conseguirlo sino también de las autoridades del sector público y asegurarse de que puedan comprometerse a cumplir con los términos y condiciones de cada industria. Existen varias maneras de conseguir el sello entre las cuales tenemos:

- Autoevaluaciones y declaraciones
- Evaluaciones de protocolo
- Evaluaciones generadas por el consumidor
- Sellos emitidos como Internacionales a Sellos nacionales o certificaciones
- Inspecciones, que pueden ser aleatorias y sistemáticas realizadas internamente o por entidades subcontratadas.

Parámetros de evaluación

Categoría 1. Preparación operacional y del personal.

Esta categoría se enfoca en asegurar que el personal operativo del hotel esté capacitado para cumplir un plan de acción adaptado a la nueva normalidad del turismo.

Tabla 2

Parámetro No.1 Preparación operacional y del personal

Sello Safe Travels	Hotel Royal Palm	Si Cumple	Cumple parcialmente	No Cumple
Preparación Operativa				
Licencia operativa correspondiente (sólo si lo requiere el gobierno local)	El hotel cuenta con licencia operativa WSCZAJ00001433 del año 2020, debe ser renovada este año.	X		
Desarrollar un plan de prevención del COVID-19, con una lista de verificación y un plan de limpieza y desinfección.	El plan de prevención y la lista de pautas de bioseguridad se crearon en conjunto, al reiniciar sus actividades turísticas.	X		
Niveles de experiencia necesarios del personal para reiniciar las operaciones	El personal administrativo y staff del hotel han realizado planes pilotos para reactivar las actividades turísticas y reiniciar las operaciones dentro del hotel, lo cual les ha brindado experiencia y adaptación en la situación actual del turismo.	X		
Implementación de protocolos y pautas para la seguridad y salud del personal	Se creó al inicio de la pandemia un plan de prevención y pautas para cuidar la salud del personal y se actualiza de acuerdo a la evolución del virus COVID-19 y como afecta a la población.	X		

Tabla 3*Parámetro No. 1 Preparación Operacional Y Del Personal Parte 2*

Sello Safe Travels	Hotel Royal Palm	Si cumple	Cumple parcialmente	No cumple
Preparación Operativa				
Trabajar en conjunto con transportistas y empresas locales de viajes	A pesar de que el hotel cuenta con transporte privado, tiene una alianza con cooperativas de transporte terrestre y marítimo, al igual que con diferentes empresas turísticas del sector.	X		
Señalizaciones que reflejen distancia en el diseño de la oficina y limitación de número de personas en las áreas comunes	Existen señalizaciones y limitación de números de personas en las oficinas más no en áreas comunes		X	
Asegurar protocolos y pautas de distanciamiento físico, de ser posible marcados claramente para invitados y personal	Los protocolos y pautas de distanciamiento están públicamente marcados para huéspedes y en las oficinas del personal, en inglés y español.	X		
Integrar tecnologías de pago con el menor contacto posible	Si, se integró una máquina post cobro directo en el restaurante igual que en la recepción, La pauta es evitar el dinero en efectivo	X		
Implementar protocolos y pautas en el manejo de restaurantes, manipulación y preparación de alimentos, higiene y gestión de colas (orden de entrada)	Aún no se han definido protocolos y pautas para manejo de restaurantes, manipulación y preparación de alimentos. La gestión de colas se maneja de acuerdo al número de huéspedes.		X	

Tabla 4*Parámetro No. 1 Preparación Operacional Y Del Personal Parte 3*

Sello Safe Travels	Hotel Royal Palm	Si cumple	Cumple parcialmente	No cumple
Preparación Operativa				
Compartir las mejores prácticas de limpieza con tecnología como: pulverización electroestática, luz UVC y filtración de aire basada en EPA	No se aplica este tipo de tecnología para limpieza.			X
Capacitación del Personal Operativo				
Los hoteles deben capacitar al personal para preparar y ejecutar planes operativos mediante:				
Crear e implementar protocolos y pauta de comportamiento para el personal y las operaciones	Los protocolos debidamente revisados, en orden de aplicación es un requisito para poder operar dentro del hotel.	X		
Reentrenar al personal con respecto a infecciones y medidas de higiene mejoradas, de acuerdo a los procedimientos de la empresa hotelera	El personal recibe charlas semanales dictadas por el jefe de talento humano, con respecto a las medidas de higiene y los procedimientos a seguir, dentro y fuera del establecimiento.	X		
Toda la información pertinente debe basarse en los consejos y directrices actualizados de la OMS	Recursos Humanos maneja un grupo en WhatsApp donde publica diariamente las directrices y comunicados del Consejo de Gobierno de las Galápagos sobre la pandemia.		X	
Control y monitoreo continuo del bienestar del personal por parte del liderazgo	Cada departamento tiene un líder que está pendiente del cumplimiento de los protocolos de comportamiento igual que de cada situación personal que un miembro del equipo presente.	X		

El hotel deberá aceptar la responsabilidad de capacitar al personal operativo, lo cual puede ser llevado a cabo dentro de las mismas instalaciones para poder reactivar las actividades turísticas, en base a las directrices de las autoridades sanitarias, buscando el bienestar de los empleados y los huéspedes. El área de alimentos y bebidas necesita poner en práctica los protocolos indicados de manipulación y preparación de alimentos, ya que esto claramente afectaría a la salud de los huéspedes que desayunan, almuerzan y cenan en el hotel.

Al brindarles alimentos que estén fuera de riesgo de contagio, la confianza de parte de los huéspedes aumentaría e incluso atraerían a clientes que no se hospedan en el hotel, gracias al comportamiento del consumidor que se encarga de compartir la buena experiencia dentro del establecimiento por parte del personal. Sobre las prácticas de limpieza con tecnología, aseguran una desinfección al 100% pero es sumamente necesario llevar un control de parte del personal de mantenimiento y se sugiere instalar los dispositivos como lámparas UVC y filtros de aire en áreas de mayor flujo de personas como: restaurante y recepción y transportes privados del hotel.

Los aparatos deben cumplir garantizar las buenas prácticas de higiene y ayudar al personal a incrementar sus ventas, pero deben capacitar al personal para la utilización óptima de los aparatos y definir por quienes serán operados, así se tendrá un mejor control de funcionamiento.

Categoría 2. Garantizar una experiencia segura.

Esta categoría se asegura de que los hoteles cumplan con las mejores prácticas de higiene y limpieza que garanticen una experiencia segura para su personal y sus huéspedes.

Tabla 5

Parámetro No. 2 Garantizar Una Experiencia segura

Sello Safe Travels	Hotel Royal Palm	Si	Cumple	Cumple Parcialmente	No Cumple
Implementar los siguientes procesos para mejorar las prácticas de higienización, desinfección y limpieza:					
Los productos de limpieza y desinfección deben estar aprobados por las autoridades sanitarias	El alcohol antiséptico y desinfectantes utilizado dentro del establecimiento, están debidamente autorizados por las autoridades sanitarias y se compran semanalmente para evitar una carencia.		X		
Itinerario de limpieza revisado para todas las áreas del hotel con enfoque específico a áreas comunes y puntos de contacto frecuentes como interruptores de luz, manillas de puertas y tarjetas de ingreso	El equipo de limpieza diariamente está conformado por cinco personas, tres para habitaciones y dos para áreas comunes. El personal encargado de habitaciones desinfecta los puntos de contacto frecuente.		X		
Elementos extraños deben ser eliminados del establecimiento	Se eliminaron los centros de mesa en el restaurante, revistas en áreas comunes, paraguas en áreas comunes y juegos de mesa en el área de espera del restaurante.		X		
Garantizar el distanciamiento físico para huéspedes, mediante señalización y pautas incluso dentro de los ascensores	Las áreas comunes para huéspedes, aún no están debidamente señalizadas para indicar la distancia a la que debe estar un huésped de otro. El hotel no cuenta con ascensores.				X

Tabla 6*Parámetro No. 2 Garantizar Una Experiencia Segura parte 2***Sello Safe Travels****Hotel Royal Palm**

Implementar los siguientes procesos para los clientes, que incluyen brindar información y distanciamiento físico		Si cumple	Cumple parcialmente	No cumple
Implementación de controles de temperatura	El control de temperatura se utiliza al primer ingreso de los huéspedes al hotel, en las puertas de la recepción y al ingresar al transporte privado del hotel.	X		
Interacción social limitada y posibles colas en la recepción	Dentro de la recepción el aforo máximo es de cuatro personas: Dos en el counter y el resto en el área de descanso. Solo se permite el acceso para check in y check out, se recomienda que las consultas se hagan por teléfono interno del establecimiento.	X		
Se recomienda el uso de mascarillas durante el tiempo que sea necesario, según el posible riesgo de contagio	Todos los huéspedes deben portar una mascarilla al check in y dentro de la habitación encontrarán mascarillas de cortesía debidamente empaquetadas para el uso dentro del establecimiento, especialmente en áreas comunes.	X		
Implementar procesos que mejoren la higiene y seguridad alimentaria en los restaurantes:				
Evitar la manipulación de la comida por parte de los huéspedes en el bufet	Si se cumple. Se eliminó el bufet como opción de servicio desde la pandemia.	X		
Limpieza regular de las máquinas y de ser posible que sean operadas por un solo miembro del personal	La máquina de café solo la opera el capitán de turno.	X		

Tabla 7*Parámetro No. 2 Garantizar una Experiencia Segura parte 3*

Sello Safe Travels	Hotel Royal Palm	Si cumple	Cumple Parcialmente	No cumple
Ofrecer room service idealmente como un método de entrega sin contacto	El servicio a la habitación se termina estrictamente en la puerta, el mesero no puede ingresar a la habitación en caso, por precaución de contagio se por medio de zapatos o partículas en la ropa.	X		
Desinfectar las mesas inmediatamente después de que el huésped se haya ido	Los meseros de turno tienen la instrucción de limpiar las mesas inmediatamente después de que el huésped se haya retirado y esperar de 15-20 min para poder ser ocupada nuevamente.	X		
Implementar el distanciamiento de las mesas y asientos dentro del restaurante	Se redujo la cantidad de mesas en el restaurante, para poder reubicar a los huéspedes y cumplir con el distanciamiento físico. En la terraza (parte abierta del restaurante) se realizó el mismo procedimiento.	X		
Considerar minimizar artículos en las mesas y de ser posible solo empaquetados	Los artículos/centros se redujeron a un pequeño florero.	X		

Tabla 8*Parámetro No. 2 Garantizar una Experiencia Segura parte 4*

Sello Safe Travels	Hotel Royal Palm	Si cumple	Cumple parcialmente	No cumple
Implementar los siguientes procesos para mejorar la limpieza, distanciamiento físico y desinfección, en caso de eventos dentro del establecimiento:				
Implementar el distanciamiento físico para los asientos, dependiendo del tamaño del evento, de acuerdo a las leyes de gobierno	Si, se cumple con el distanciamiento a pesar de que no se están realizando eventos dentro del establecimiento.	X		
Limpieza regular de las máquinas y de ser posible que sean operadas por un solo miembro del personal	La máquina de café solo es operada por el capitán de turno.	X		
Aumentar la frecuencia de limpieza y desinfección	Se aumenta la limpieza de frecuencia y desinfección de acuerdo a la ocupación, si son grupos o individuales y a su itinerario. Se procede a avisar al huésped los horarios de limpieza en áreas comunes y habitaciones.	X		
Protocolos de agua/ refrescos que sugiera a los huéspedes tener una botella de agua recargable y que el hotel tenga como alternativa botellas individuales de agua.	El hotel obsequia a todos los huéspedes un tomatodo de acero inoxidable y debidamente desinfectado, al check in, para que puedan llenarlo en las estaciones de agua. La compra de botellas de agua está permitida solo en caso de emergencia. Cada habitación posee jarras de agua que son llenadas diariamente por el personal de limpieza.	X		
Implementar protocolos y pautas para los servicios subcontratados de alimentos	El manual creado para subcontratar alimentos contiene protocolos de entrega y recepción de productos debidamente autorizados que en caso de ser requeridos deberán cumplir en su totalidad.	X		

Los protocolos de distanciamiento social se cumplen estrictamente en todas las áreas del hotel, sin embargo, se deben aún colocar señalizaciones en las áreas comunes. Los eventos dentro del hotel y el bufet han sido suspendidos hasta que la situación sanitaria mejore, por lo cual se ha reducido el uso de maquinarias y solo opera la máquina italiana de café. En cuanto a los elementos extraños, se debe realizar una inspección profunda para descartar posibles elementos tóxicos/extraños que pueden causar riesgo dentro del establecimiento.

Categoría 3. Reconstruir la confianza y la seguridad:

Este protocolo trabaja para reconstruir la confianza entre la industria hotelera y los huéspedes a través de la comunicación y transparencia, por lo que los establecimientos deben asegurarse de tener:

Tabla 9*Parámetro No. 3 Reconstruir la confianza y la seguridad*

Implementar los siguientes procesos para una comunicación óptima entre la industria hotelera y los huéspedes		Si Cumple	Cumple Parcialmente	No Cumple
Clara comunicación tanto digital como física sobre los nuevos protocolos de seguridad e higiene con los clientes. El personal de servicio al cliente y recepción deben estar capacitados para responder preguntas.	En la recepción se entrega a los huéspedes un folleto impreso de las medidas de bioseguridad y los protocolos a seguir. Al momento de confirmar la reserva mediante la plataforma, las indicaciones del uso de mascarilla y protocolos de seguridad están escritos y debidamente resaltados. El personal de la recepción está claramente capacitado para responder preguntas.	X		
Implementar una señalización claramente visible que informe a los huéspedes sobre protocolos de limpieza, distanciamiento físico y recomendaciones.	Si se ha implementado una señalización visible en ciertas áreas.		X	
Compartir pautas y consejos de las autoridades sanitarias a los huéspedes como el uso de mascarillas, higiene de manos y distanciamiento físico	Directamente de las autoridades sanitarias no, pero si se ha compartido consejos y recomendaciones de parte del personal del hotel a los huéspedes.	X		

El personal de recepción se capacita constantemente dentro del establecimiento en horarios extracurriculares, para responder preguntas e inquietudes de los huéspedes y a su vez, para estar aptos de

compartirles información correspondiente a las medidas impuestas por las autoridades sanitarias. Se han colocado señalizaciones en las oficinas para salvaguardar la salud de los empleados y visitantes, pero no todas las señalizaciones corresponden a las que requiere el Sello, se planea definir las señalizaciones adecuadas para controlar el aforo dentro de las áreas comunes, el correcto uso de la mascarilla y la indicación de la desinfección de manos, las cuales deben colocarse en áreas sociales abiertas como piscina y cancha de tenis y restaurantes, incluido las áreas exclusivas para los empleados.

Categoría 4. Implementación de las políticas garantizadas

Este protocolo exige que se implementen las políticas a nivel gubernamental, para que la industria turística y los establecimientos turísticos se recuperen, los gobiernos deben:

Tabla 10*Parámetro No. 4 Implementación de las políticas garantizadas*

Políticas a nivel gubernamental		Si Cumple	No Cumple	Cumple Parcialmente
Trabajar en colaboración con la industria turística y otros gobiernos, a medida que se desarrollan nuevas reglas para los viajes transfronterizos	Si se ha trabajado en colaboración con la industria turística y se han desarrollado nuevas reglas para los viajes transfronterizos.	X		
Reducción de impuestos, tarifas y cargos extras a la industria, para estimular la demanda y proveer respiro financiero al sector.	Al hotel Royal Palm en específico sí se le han reducido impuestos, tarifas y cargos extras para estimular la demanda.	X		
Crear incentivos que directamente impulsen a hospedarse en los hoteles	Si, los incentivos fueron crear alianzas con aerolíneas y ofrecer paquetes de hospedaje.	X		
Mejorar la promoción de destinos turísticos para impulsar la demanda nacional e internacional	Se está trabajando en mejorar y adecuar la promoción de destinos turísticos.	X		

Los gobiernos han ofrecido distintos tipos de ayuda para incrementar la visita de los turistas a las Islas. Han autorizado las alianzas entre aerolíneas y hoteles para crear promociones que incentiven el turismo y el hospedaje en hoteles que cumplan con los protocolos de bioseguridad. Con respecto al resto de hoteles se desconoce la ayuda brindada, sin embargo, el hotel Royal Palm ha recibido ha recibido ayuda financiera del sector para seguir funcionando como establecimiento de lujo.

Conclusión de los resultados

Culminada la evaluación del Hotel Royal Palm, en relación a los parámetros que el Sello Safe Travels requiere para poder certificarse, se ha concluye que la mayoría de los parámetros se cumple, especialmente en el área del personal operativo y en las políticas a nivel gubernamental.

Se requieren el cumplimiento total de los parámetros, por lo que se procederá a investigar las necesidades de los clientes potenciales a hospedarse en el Hotel Royal Palm y con esto, emplear la información para llevar a cabo un plan de acción que cumpla con las expectativas del cliente y que permita al hotel alcanzar la certificación como establecimiento seguro.

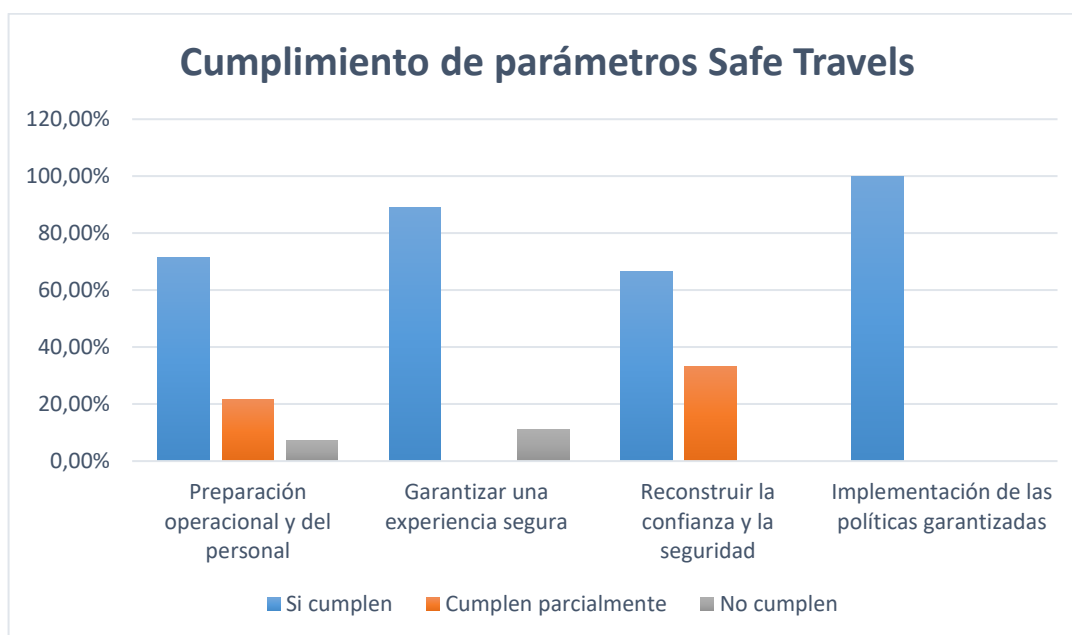


Figura 6 Gráfico de porcentajes del cumplimiento de parámetros del Sello Safe Travels

CAPITULO III

Investigación de las necesidades de los clientes

Tipo de Investigación

Investigación exploratoria

Según Nieto (2018), los estudios exploratorios, también llamados formularios, tienen como objetivo la formulación de un problema, relativamente desconocido, pero con la finalidad de llevar a cabo una investigación más completa. En ella se establecen conceptos, variables promisorias y se establecen tendencias, para estudios posteriores.

El presente estudio es exploratorio y tiene como objetivo informar al hotel Royal Palm sobre las necesidades actuales que tienen los turistas al momento de hospedarse en un establecimiento en las Islas Galápagos. La indagación se enfoca en descubrir si los turistas han cambiado las prioridades al momento de elegir un establecimiento hotelero y si las prácticas de las normas de bioseguridad e higiene son un factor importante en la oferta hotelera a raíz de la pandemia.

La exploración actúa como un impulso para el hotel, al momento de adaptarse a la nueva realidad, les permite actuar de acuerdo al mercado y mejorar específicamente en las áreas que requieren más atención y no se han trabajado. Al mismo tiempo se intenta predominar en la mentalidad del cliente, la importancia de practicar las normas del sello Safe Travels y considerar al establecimiento que cumpla con estas normas, como la mejor opción.

Método de investigación

El método a utilizar en esta investigación es deductivo, que según Ramon Campoverde (2018), su importancia radica en que, a partir de este método, se van realizando observaciones y evaluaciones del asunto, que nos permitan establecer conclusiones sobre la muestra de una población particularmente estudiada.

Técnica e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se optó por el método de encuesta, dirigida a la población ecuatoriana, y se comprobó el grado de importancia que se le ha dado a las prácticas de seguridad e higiene en el mercado turístico a causa de la pandemia COVID-19, así como el déficit de implementar estas medidas dentro de la promoción de los servicios hoteleros en las Islas Galápagos.

Encuesta

Para esta investigación utilizamos la tipología empírica que construye una relación entre el investigador y el objeto a investigar, posibilita la recolección de datos necesarios para verificar la hipótesis. En este caso se intenta condicionar la toma de decisión del cliente frente al problema de investigación.

La encuesta considerada como una entrevista por cuestionario para Feria, Matilla, & Mantecón (2020), es un diálogo del encuestado consigo mismo. Al utilizar ésta metodología se puede asegurar la obtención de datos de un mayor número de personas y permite tabular de una mejor forma las opiniones recibidas de los encuestados, así la muestra esté dispersa geográficamente.

Procedimiento para obtención de datos

Para poner en práctica la obtención de datos por medio de la encuesta, se creó un formulario online, el cual se extendió a los clientes potenciales, como objeto de estudio. Se llevó a cabo la elaboración de las preguntas de acuerdo al enfoque de investigación y los encuestados respondieron de forma anónima, con el fin de evaluar los datos en base a sus intereses y no a su denominación.

Se utilizó un muestreo de conveniencia basado en el total de arribos turísticos a las Islas Galápagos en el año 2020, entre extranjeros y turistas nacionales. La información se extrajo de la página del Consejo de Gobierno de Galápagos. En total los arribos turísticos en el año 2020 fueron 72.519 personas. El tamaño de la muestra fue de 383 personas en adelante.

Interpretación de resultados

Los resultados de las preguntas fueron interpretados por gráficos de pastel y barras. Los cuales se basan en las respuestas de los encuestados dentro del rango de la muestra, las encuestas fueron anónimas.

Análisis de datos: Encuesta de las necesidades del cliente potencial

Edad

Respuestas

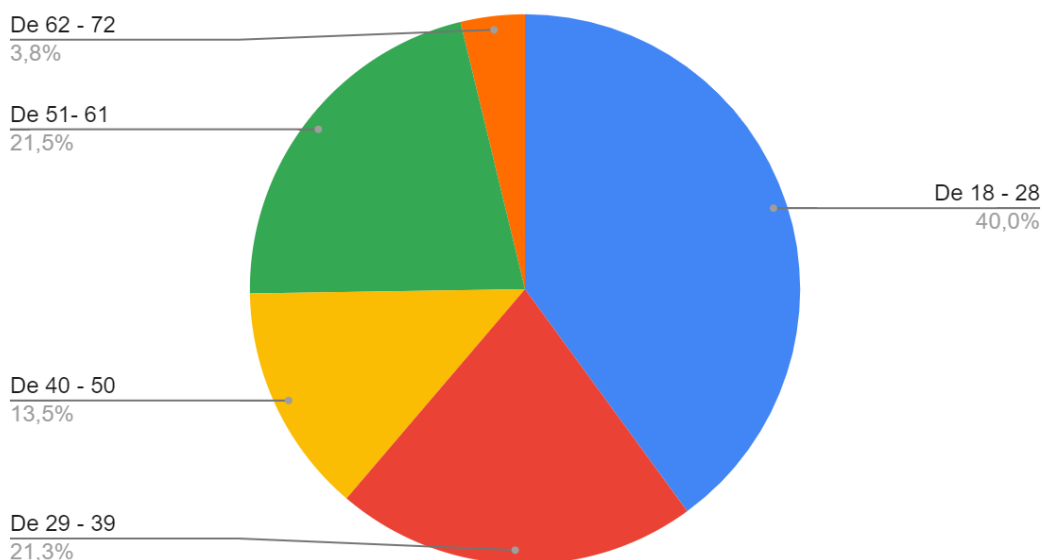


Figura 7 Pregunta No. 1 Rango de Edad.

Esta figura indica que la mayoría de encuestados fueron jóvenes de 18 a 28 años de edad, lo cual da la apertura a segmentar el mercado hacia jóvenes adultos, mayormente en edad de independencia laboral y con libertad de viajar. El siguiente grupo son los adultos de 51-61 años de edad, que en el mayor de los casos poseen independencia financiera, lo cual es un factor importante al momento de realizar un viaje.

Aunque la edad puede ser catalogada como información secundaria, es relevante para descubrir las necesidades que se pueden presentar al encontrarse en cierta edad o en cierta etapa de la vida.

Género

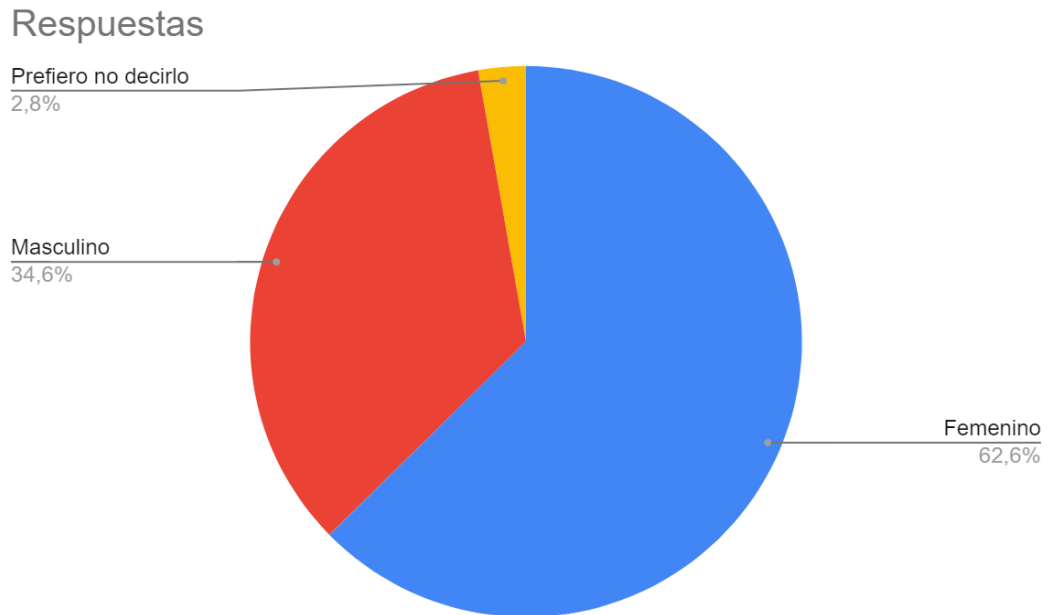


Figura 8 Pregunta No. 2: ¿Con qué género se identifica?

Como se puede ver en la figura, el género femenino, se prestó más dispuesto a contestar la encuesta, posicionándose como el 62% del total de los encuestados. Analizándolo desde el comportamiento del consumidor y tomando en cuenta de que la encuesta se realizó online, se puede concluir que el género femenino es más propenso a interactuar de manera virtual, segmentando así los medios de comunicación con los cuales se podría tener más alcance hacia ciertos géneros.

Compañía al viajar

Respuestas

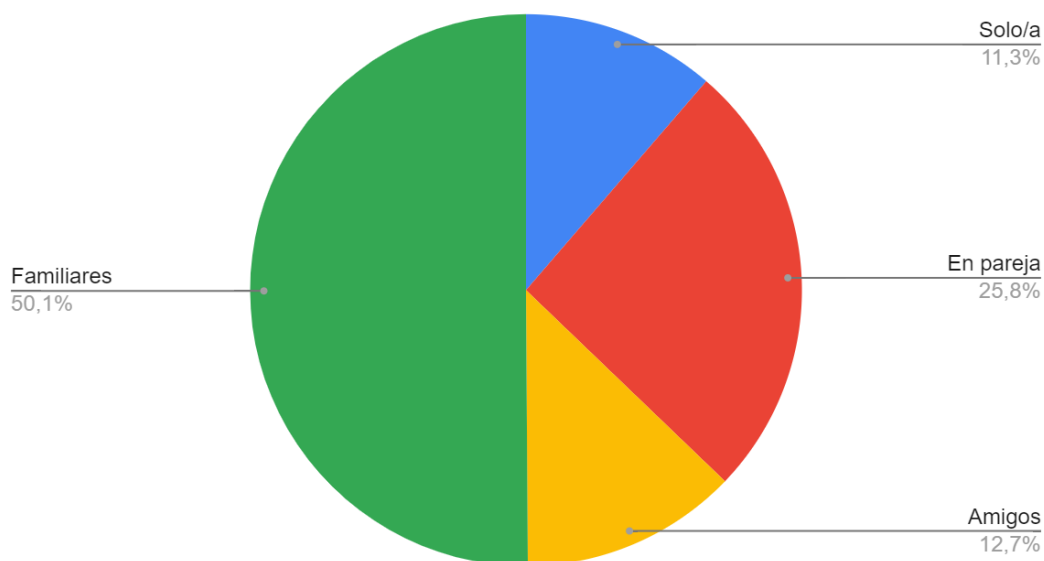


Figura 9 Pregunta No. 3: Con quién viaja usualmente cuando sale de vacaciones?

Como muestra la figura, el 50,1% de los encuestados respondieron que viajarían a Galápagos con sus familiares, lo cual confirma que Galápagos es un destino familiar. Esto puede llegar a incentivar una revisión analítica sobre qué tipo de actividades se ofrecen y para qué mercado se están ofreciendo.

El 25% de las repuestas a esta pregunta coincidieron en que viajarían en pareja, colocando a las Galápagos como un destino potencialmente romántico que puede vislumbrar hacia nuevos consumidores que buscan este tipo de turismo.

Viajes recientes

Respuestas

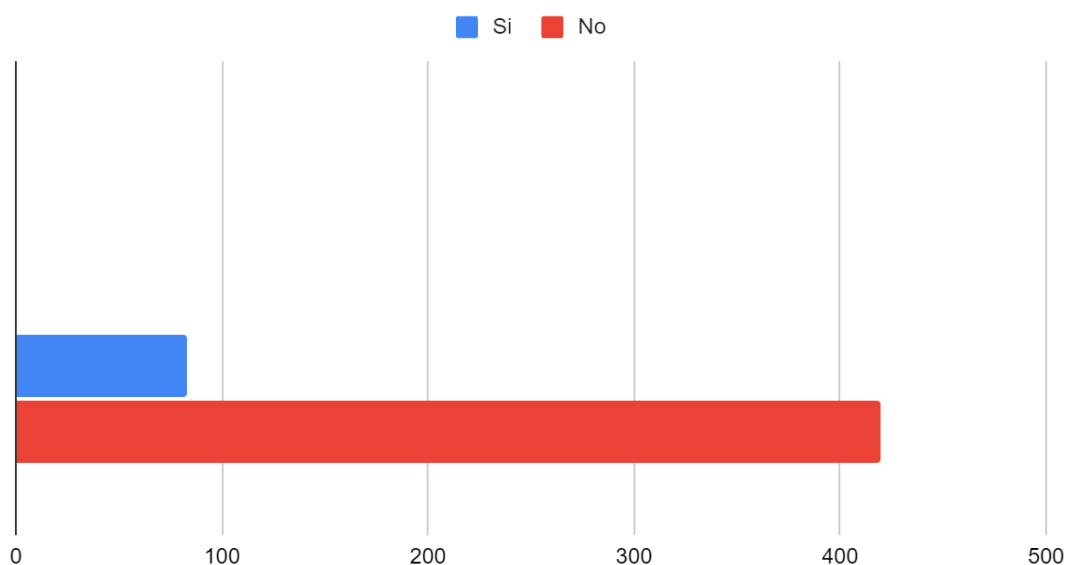


Figura 10 Pregunta No. 4: Ha viajado a las Galápagos en los últimos 12 meses?

Como se puede observar en el gráfico, más de 400 personas no han tenido la oportunidad de viajar a las Galápagos en los últimos 12 meses, lo cual contempla la necesidad de reactivar el turismo debido al grado de decrecimiento que el turismo atravesó en el año 2020-2021 a causa de la pandemia COVID-19

El impacto actual del pequeño grupo conformado por el 16% de los encuestados que, si visitaron la isla, ha podido mantener la esperanza de sus habitantes. Estas estadísticas nos impulsan a revertir el problema que atraviesa el turismo.

Intenciones de viajar

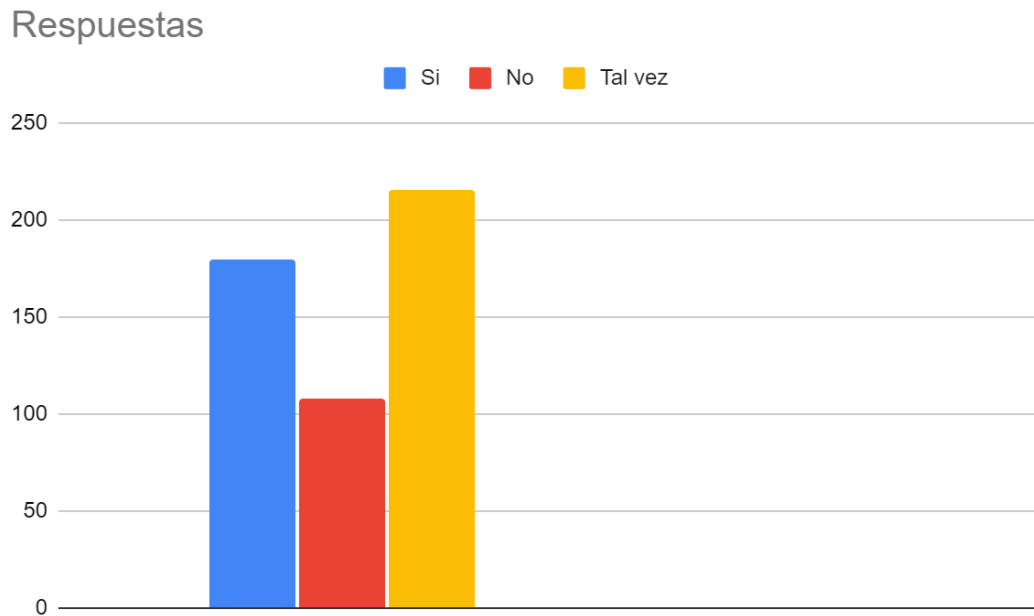


Figura 11 Pregunta No. 5: ¿Tiene intenciones de viajar a las Galápagos en los próximos 12 meses?

La figura número 10 muestra que existe una probabilidad de que más de 200 encuestados viajen a las Galápagos en este año y el próximo y evidencia que más de 150 ya están seguros de que realizarán ese viaje. Mientras que una cantidad de aproximadamente 100 encuestados confirman que no realizarán una visita a las Islas dentro de 12 meses.

Estos resultados se convierten en estadísticas que establecen los objetivos de investigación, ya que están vinculados directamente a clientes y sus necesidades de consumo turístico y hotelero.

Motivo del viaje

Respuesta y Porcentaje

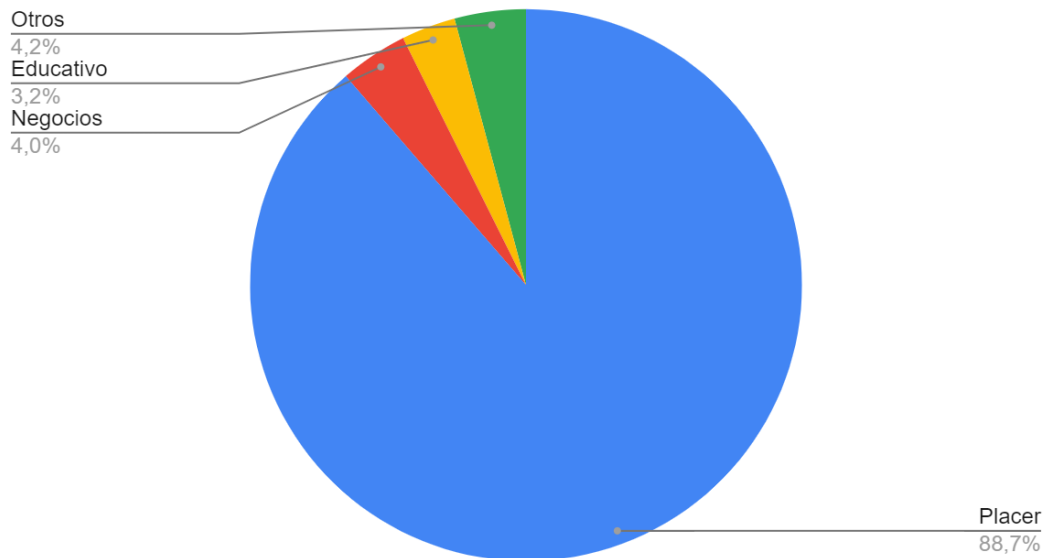


Figura 12 Pregunta No. 6: ¿Cuál es el motivo por el cual realizaría el viaje?

Se evidencia que el 88,7% de los encuestados que viajarían a las Galápagos lo harían por placer u ocio y esto representa a más de la mitad de la muestra. Con esto se determina que gran parte de los turistas, buscan experiencias placenteras al visitar las Islas, con esto se puede influenciar al consumidor en función a la oferta turística, priorizando la diversión y las nuevas experiencias tanto de placer como de ocio, desconexión, diversión, curiosidad, etc. Este destino desprende una experiencia inolvidable y única para los turistas.

Y finalmente identificar como ampliar el alcance hacia los otros grupos que no buscan viajar por placer sino por otro tipo de interés, pero a medida que las diferentes necesidades puedan suplirse dentro de un mismo lugar.

Tipo de alojamiento

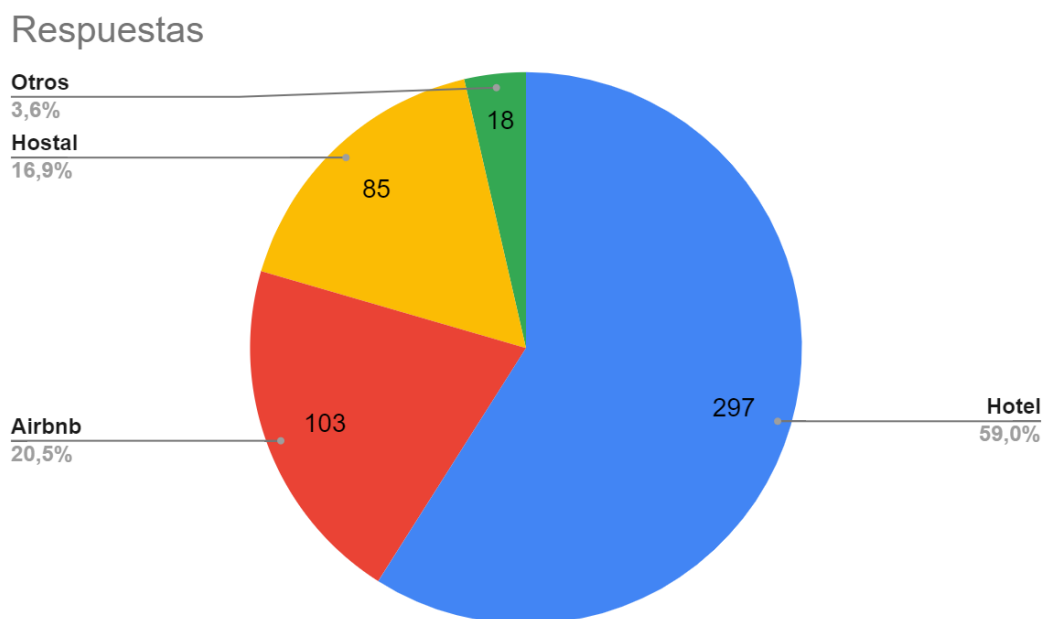


Figura 13 Pregunta No. 7: ¿En qué tipo de alojamiento turístico prefiere hospedarse?

A pesar de contar con varias opciones de alojamiento en las Galápagos, el 59% de los encuestados indicaron que preferirían hospedarse en hoteles, mientras que el 20% preferiría hospedarse en un Airbnb, lo cual indica que la oferta hotelera es la más competitiva dentro del comportamiento del cliente al momento de elegir el lugar donde hospedarse.

Esto destaca la importancia de la necesidad de diferenciarse del resto, puede ser mediante la búsqueda de certificaciones como también buscar relacionarse mejor con el cliente y lograr un alcance global.

Tipos de actividades

Respuestas y Porcentaje

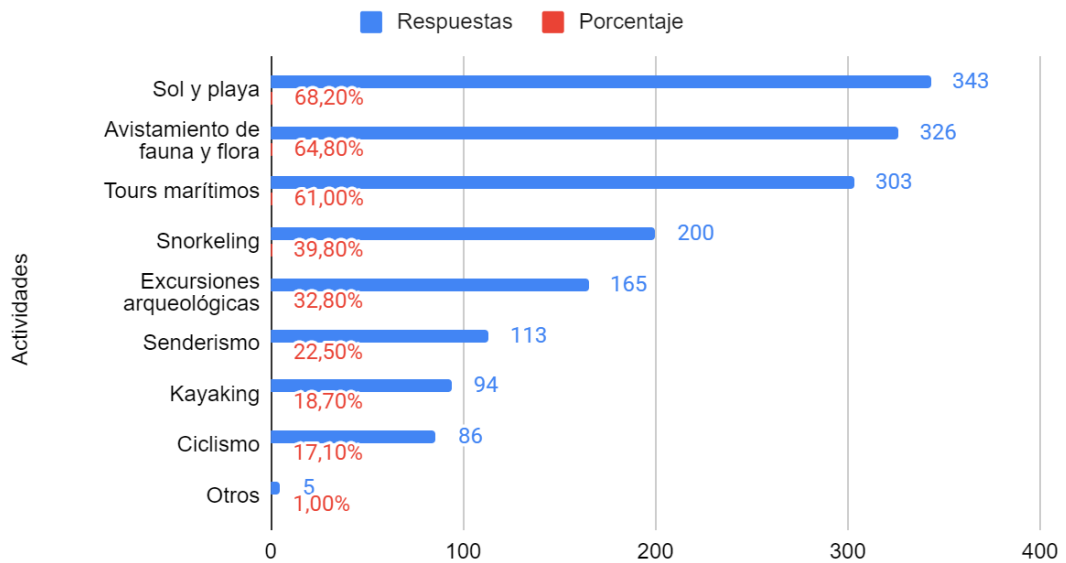


Figura 14 Pregunta No. 8: ¿Qué tipo de actividades desea realizar en su viaje? Por favor escoja tres.

De acuerdo a la figura 13, las actividades preferidas a realizar en las Galápagos por parte de los encuestados son: actividades de sol y playa con el 68,2% de las respuestas, avistamiento de fauna y flora con el 64,8% de las respuestas y tours marítimos con el 61% de las respuestas. Esta última actividad es la más costosa dentro de la isla ya que comprende una operación mucho más meticulosa que las demás.

Con estos resultados podemos concluir que los turistas que visitan las Islas Galápagos prefieren actividades al aire libre donde interviene el contacto con la naturaleza, lo cual puede ser utilizado a favor, a través de un paquete turístico elaborado en base a estas preferencias.

Características del alojamiento

Respuestas y Porcentajes

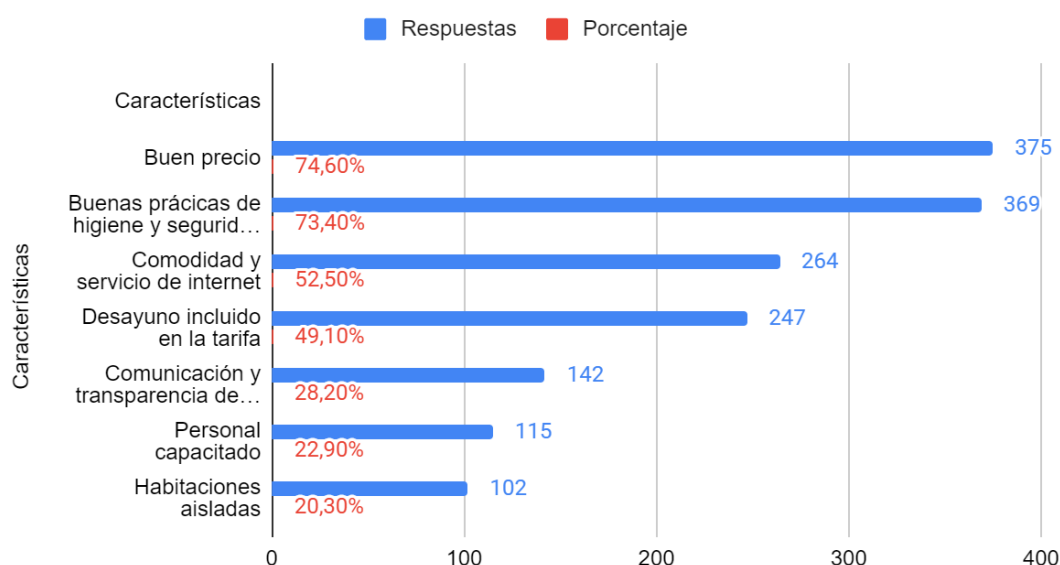


Figura 15 Pregunta No. 9: ¿Qué características buscaría en su alojamiento en las Galápagos al momento de hacer su reserva? Elija tres opciones.

Se puede observar en el gráfico que para el 73-74% de los encuestados, las características más importantes que debe tener un alojamiento al momento de preferirlo son: buen precio y buenas prácticas de higiene y seguridad. Esto hace relevancia al enfoque del estudio de esta investigación y confirma que el consumidor está consciente de las nuevas necesidades que han surgido a raíz de la pandemia COVID-19.

Las dos preferencias principales se pueden llegar a relacionar al momento de garantizar un servicio que cumpla las nuevas necesidades y esté actualizado a los problemas globales. Las siguientes preferencias son comodidad y servicio de internet, y desayuno incluido en la tarifa con el 49,10% y el 28,2% respectivamente, las cuales son características básicas que no representan un valor agregado para el cliente.

Seguridad y confianza

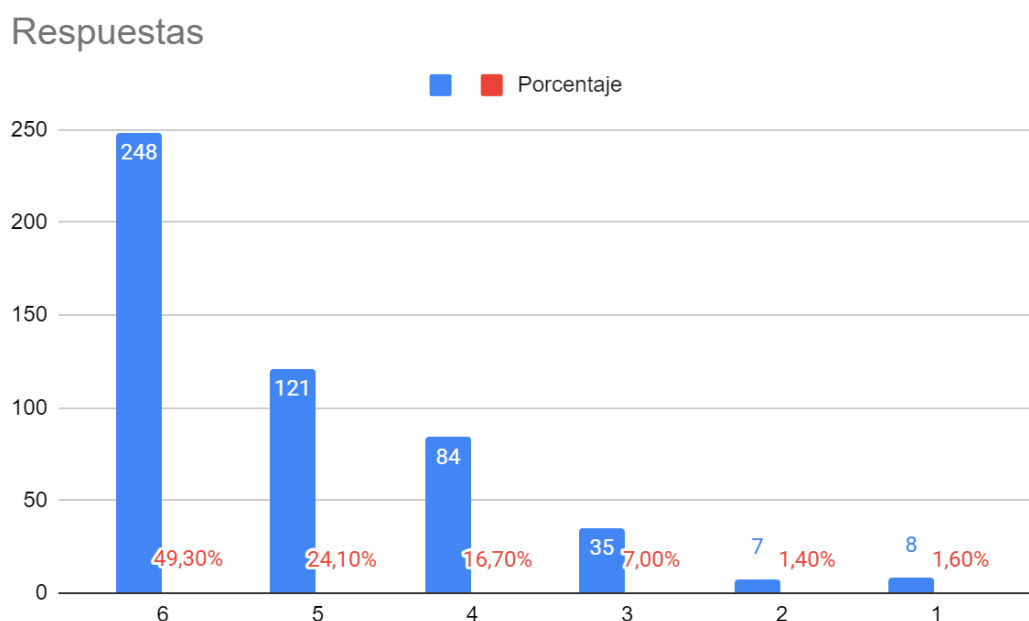


Figura 16 Pregunta No. 10: ¿Estaría de acuerdo en hospedarse en un establecimiento que posea un sello que garantiza seguridad y confianza a los huéspedes, así tenga que pagar un poco más del precio normal? Escoja su respuesta del 1 al 6.

El 49,3% de los encuestados manifiestan que estarían totalmente de acuerdo en pagar un poco más del precio normal, por hospedarse en un establecimiento que les garantice seguridad y confianza, sumado al 24,1% de las personas que, si estarán de acuerdo con esto, pero en una escala menor, podemos concluir que más del 50% de los encuestados, buscan una experiencia segura y confiable y no temen a pagar un poco más por quedar satisfechos.

No obstante, se debe también considerar que hay turistas que no tienen los recursos para poder escoger entre los alojamientos, uno que destaque del resto por seguridad y confianza y se debe trabajar en los dos tipos de consumidores.

Satisfacción

Respuestas

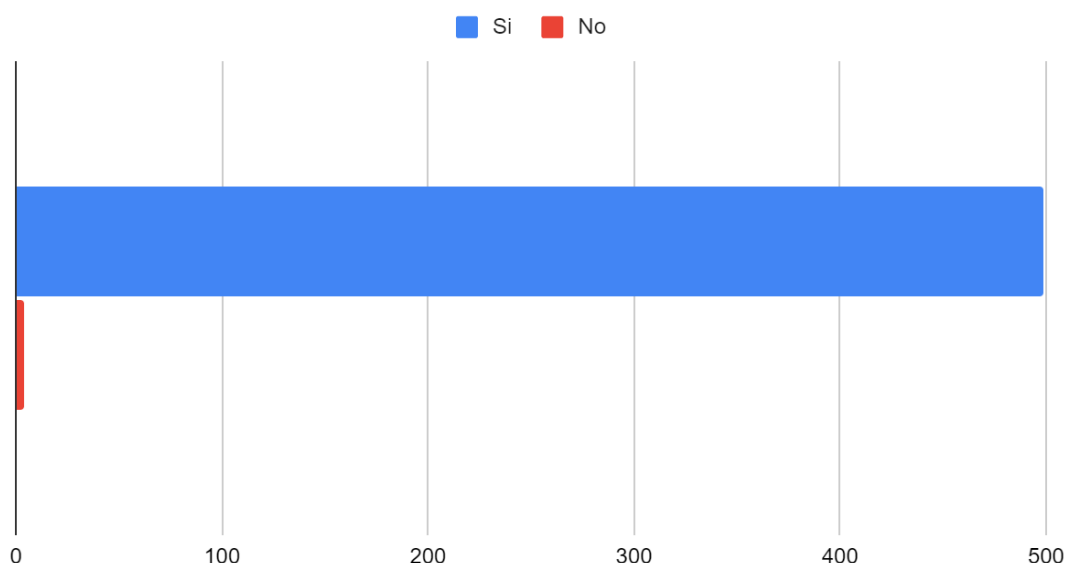


Figura 17 Pregunta No. 11: Si el establecimiento turístico cumple con todas sus necesidades, estaría dispuesto a regresar y/o recomendarlo a sus conocidos?

De acuerdo al gráfico, el 98% de los encuestados ejercerían influencia en otros consumidores para escoger el alojamiento turístico que cumpla con sus expectativas y cubra sus necesidades. Para obtener ventaja competitiva es importante captar nuevos consumidores. Mediante una excelente calidad y atención brindada durante y posterior a brindar el servicio.

Conclusión general de la investigación de mercado

El acceso a las estadísticas recogidas de la investigación sobre las necesidades de los turistas en la relación a la pandemia COVID-19, muestra una perspectiva relativamente razonable a los cambios que atraviesa el turismo a nivel global, donde aparentemente la mayoría de los encuestados busca viajar a las Galápagos para escapar de la rutina, vivir experiencias divertidas e instruirse en el descubrimiento de nuevas especies y actividades extraordinarias.

El volumen de ventas relacionado con la oferta turística estima que el cliente potencial está consciente de que es importante buscar un alojamiento que esté alineado con los protocolos de higiene y seguridad que nacen a raíz de la pandemia, pero buscan

seleccionar el producto de acuerdo a otros factores básicos como comodidad, internet, desayuno incluido y buen precio. Estas necesidades pueden ajustarse en base al desarrollo de las normas establecidas por el Gobierno de las Galápagos y la oferta turística.

CAPÍTULO IV

Plan de acción para la certificación del Hotel Royal Palm

Para que el hotel Royal Palm logre certificarse, debe cumplir con los cuatro parámetros del sello Safe Travels, por lo que se proponen las siguientes acciones:

Categoría 1: Preparación operacional y del personal				
Norma: Señalizaciones que reflejen distancia en el diseño de la oficina y limitación de número de personas en las áreas comunes				
Cumplimiento: Se cumple parcialmente				
Justificación: Es importante que los turistas visualicen las indicaciones dentro del hotel para mantener un lugar seguro y libre de virus				
Propuestas	Involucrados	Tiempo de ejecución	Inversión Aproximada	Método de verificación
Adquirir y colocar señalizaciones que indiquen guardar dos metros de distancia entre una persona y otra para así evitar mayor contacto.	Property Manager	3 semanas	\$ 50,00	Rondas de supervisión
Adquirir señalización que defina el número de personas que pueden estar dentro de las oficinas, por el tamaño de la misma no deben ser más de cinco	Property Manager	3 semanas	\$ 50,00	Rondas de supervisión
Disponer de una estación de desinfección en la entrada de la oficina y áreas comunes y una señalización que sugiera desinfectarse las manos y el correcto uso de la mascarilla.	Property Manager	4 semanas	\$ 250,00	Registro de adquisición de los utensilios, colocación y mantenimiento de la estación

Figura 18 Plan de acción de la norma: Señalizaciones que reflejen distancia en el diseño de la oficina y limitación de número de personas en las áreas comunes, del Sello Safe Travels

Categoría 1: Preparación operacional y del personal				
Norma: Implementar protocolos y pautas en el manejo de restaurantes, manipulación y preparación de alimentos, higiene y gestión de colas				
Cumplimiento: No cumple				
Justificación: Los protocolos y pautas dentro del restaurante incrementarán la confianza en los turistas internos y externos del hotel, al igual que se ahorrará dinero y tiempo al cumplir con las normas establecidas				
Propuesta general	Involucrados	Tiempo de ejecución	Inversión Aproximada	Método de verificación
Capacitar al personal en base al protocolo de seguridad que el gobierno estableció para los establecimientos de alimentos y bebidas, para restaurantes y cafeterías en el año 2020.	Recursos Humanos	3 semanas	\$ 200,00	Registro de asistencia a la capacitación
Proveer equipos de protección al personal (cocineros, meseros y personal de limpieza)	Recursos Humanos	3 semanas	\$ 200,00	Firma de recepción de equipos
Capacitación para cumplir con todos los requisitos de limpieza de instalaciones, utensilios, vajilla y mantelería, manejo de desechos, manejo de proveedores y servicio a domicilio.	Jefe de cocina	3 semanas	\$ 100,00	Verificación de resultados mediante rondas de supervisión
Adquirir mascarillas, estación de desinfección de calzado y manos para recibir al proveedor de alimentos	Jefe de Alimentos y Bebidas	2 semanas	\$ 100,00	Registro de entrada y salida
Adquirir señalización de desinfección, uso de mascarilla e ingreso solo a personal autorizado	Jefe de Cocina	2 semanas	\$ 50,00	Registro de compra y de colocación en el punto acordado
Capacitar al personal de limpieza a desinfectar los utensilios reutilizables y emplear desinfectantes recomendados como: hipoclorito de sodio al 0.1% o alcohol al 70%	Ama de llaves	3 semanas	\$ 150,00	Comprobante del producto adquirido y registro de capacitación de turnos de limpieza
Capacitar al personal para desinfectar los cubiertos, cristalería y vajillas usando guantes desechables, con agua tibia y detergente.	Jefe de cocina	3 semanas	\$ 50,00	Asistencia a la capacitación y entrega de productos de limpieza

Figura 19 Plan de acción de la norma: Implementar protocolos y pautas en el manejo de restaurantes, manipulación y preparación de alimentos, higiene y gestión de colas, del Sello Safe Travels

Categoría 1: Preparación operacional y del personal					
Norma: Compartir las mejores prácticas de limpieza con tecnología como pulverización electroestática, luz UVC y filtración de aire basada en EPA.					
Cumplimiento: No cumple					
Justificación: Los equipos de desinfección de alta tecnología lograrán eliminar el virus a mayor escala y les brindará confianza y seguridad a los huéspedes del hotel, al mismo tiempo que será beneficioso para la salud del personal operativo					
Propuesta general	Descripción de los equipos	Valor por equipo	Involucrados	Tiempo de ejecución	Inversión aproximada
Adquirir los equipos de limpieza correspondientes para ofrecer un servicio de desinfección confiable y económico.	Equipo No. 1: Fumigadora Nebulizadora Marca: Euroclean 3WF-3A Capacidad: 20 litros - Químicos utilizados: líquidos y polvos desinfectantes	\$ 220,00	Jefe de compras	8 semanas	\$ 463,00
	Equipo No. 2: Lámpara de luz UVC Marca: WBSEos Alcance: 40 metros cuadrados Voltaje: 110 V – 38 W - Incluye control remoto para mando a distancia	\$ 47,00			
	Equipo No. 3: Filtro de aire basado en EPA (Environment Protection Agency) Marca: Medify Air Alcance: 304 metros cuadrados - Técnica: Grado médico de MA-25 filtros H-13 - Certificaciones: CARB, Energy Star, ETL.	\$ 196,00			
Modo de verificación: Comprobante de transacción y cronograma de utilización de equipos					

Figura 20 Plan de acción de la norma: Compartir las mejores prácticas de limpieza con tecnología como pulverización electroestática, luz UVC y filtración de aire basada en EPA, del Sello Safe Travels

Categoría 1: Preparación operacional y del personal				
Norma: Toda la información pertinente debe basarse en los consejos y directrices actualizados de la OMS				
Cumplimiento: Se cumple parcialmente				
Justificación: Es importante informar apropiadamente a los involucrados en la industria turística y hotelera sobre los avances que se desarrollan y van de acuerdo al plan de re activación.				
Propuestas	Involucrados	Tiempo de ejecución	Inversión Aproximada	Método de verificación
Capacitar al personal en base a la información publicada en la página web de la OMS, sección Comunicaciones de Prensa, que se actualizan dos veces a la semana y se basan en los últimos sucesos correspondientes a la pandemia COVID-19, enviar correos con información posterior a la capacitación	Recursos Humanos y todo el personal operativo	3 semanas	\$ 100,00	Registro de asistencia a la capacitación, confirmar las recepciones de los correos de las directrices
Preparar la difusión mediante cartas de bienvenida a los huéspedes, las directrices actualizadas que imparte la OMS	Room Division Manager	3 semanas	\$ 50,00	Revisión de las cartas y verificación con los huéspedes

Figura 21 Plan de acción de la norma: Toda la información pertinente debe basarse en los consejos y directrices actualizados de la OMS, del Sello Safe Travels

Categoría 2: Garantizar una experiencia segura				
Norma: Garantizar el distanciamiento físico para huéspedes mediante señalización y pautas, incluso dentro de los ascensores				
Cumplimiento: No se cumple				
Justificación: Es importante informar apropiadamente a los involucrados en la industria turística y				
Propuestas	Involucrados	Tiempo de ejecución	Inversión Aproximada	Método de verificación
Capacitar al personal para mantener la distancia física entre huéspedes y evitar saludos que incluyan contacto físico y compartir utensilios, manifestando los protocolos de control propuestos dentro del establecimiento. Establecer horarios de almuerzos para evitar las aglomeraciones.	Todo el personal operativo	3 semanas	\$ 100,00	Registro de asistencia a la capacitación
Incentivar al personal a capacitarse en atención al cliente, con respecto a las nuevas necesidades que nacen a raíz de la pandemia COVID-19.	Recursos Humanos	4 semanas	\$ 100,00	Confirmar la recepción de información sobre cursos en línea para el personal
Colocar señalizaciones de distanciamiento en escaleras y pasillos para garantizar el cumplimiento de la norma	Property Manager	5 semanas	\$ 100,00	Rondas de supervisión por las áreas determinadas

Figura 22 Plan de acción de la norma: Garantizar el distanciamiento físico para huéspedes mediante señalización y pautas, incluso dentro de los ascensores, del Sello Safe Travels

Categoría 3: Reconstruir la confianza y la seguridad				
Norma: Compartir pautas y consejos de las autoridades sanitarias a los huéspedes como el uso de mascarillas, higiene de manos y distanciamiento físico.				
Cumplimiento: Se cumple parcialmente				
Justificación: La comunicación e interacción con los huéspedes sobre los cuidados que se tiene con respecto a la pandemia, les brindará confianza y seguridad de que Galápagos es un destino seguro				
Propuestas	Involucrados	Tiempo de ejecución	Inversión Aproximada	Método de verificación
Incorporar al check in la entrega de mascarillas, frasco de alcohol para desinfectar las manos, poniendo a su disposición las estaciones de desinfección dentro del establecimiento.	Room Division Manager	2 semanas	\$ 100,00	Registro de recepción de mascarillas y alcohol de parte de los huéspedes
Montar una estación de primeros auxilios dentro del establecimiento para revisar y tratar a los huéspedes que presenten síntomas de COVID-19, de manera segura y efectiva.	Property Manager	4 semanas	\$ 300,00	Supervisión del proceso del montaje de la estación

Figura 23 Plan de acción de la norma: Compartir pautas y consejos de las autoridades sanitarias a los huéspedes como el uso de mascarillas, higiene de manos y distanciamiento físico, del Sello Safe Travels.

Categoría No. 4: Implementación de las políticas garantizadas				
Norma: Mejorar la promoción de destinos turísticos para impulsar la demanda nacional e internacional				
Cumplimiento: Se cumple				
Justificación: Las propuestas sugeridas son en base a la tendencias de consumo y a los medios que pueden abarcar ese mercado				
Propuestas	Involucrados	Tiempo de ejecución	Inversión Aproximada	Método de verificación
Compartir experiencias reales de los huéspedes del hotel mediante videos cortos que evidencien el proceso de llegada al hotel, los momentos destacados de su viaje y los comentarios de cada experiencia.	General Manager, creadores de contenidos audiovisuales	8 semanas	\$ 1.000,00	Cronograma de grabación y liberación de videos. Acuerdo firmado entre huéspedes y personal involucrado del hotel
Capacitar en línea al departamento de ventas en productos turísticos	Jefe de reservas	4 semanas	\$ 500,00	Asistencia a la capacitación y certificados

Figura 24 Plan de acción de la norma: Mejorar la promoción de destinos turísticos para impulsar la demanda nacional e internacional, del Sello Safe Travels.

Método de planificación

El método de planificación que utilizaremos para el hotel Royal Palm es la Gráfica de Grantt. El objetivo de esta herramienta organizar las acciones que se plantean de acuerdo a los parámetros del Sello Safe Travels. Se pondrá en marcha el proyecto de conseguir la certificación del Hotel Royal Palm, involucrando al personal operativo y administrativo, también se implementarán métodos de verificación para darle seguimiento al cumplimiento de las propuestas planteadas.

El diagrama de Grantt como representación visual del plan de acción, facilita la visión del cronograma de actividades y fija un tiempo determinado para cumplir las normas, en caso de haber una restructuración se recomienda marcar con un color diferente los contratiempos

Así mismo se deberá dar a conocer los progresos de cada acción para poder registrarlos y actualizarlos.

	TIEMPO (SEMANAS)							
Categoría 1. Preparación Operacional y del Personal								
ACCIONES A REALIZAR PARA OBTENER SELLO SAFE TRAVELS	1	2	3	4	5	6	7	8
Adquirir y colocar señalizaciones que indiquen guardar dos metros de distancia entre una persona y otra para así evitar mayor contacto.	Property Mgr.							
Adquirir señalización que defina el número de personas que pueden estar dentro de las oficinas, por el tamaño de la misma no deben ser más de cinco	Property Mgr.							
Disponer de una estación de desinfección en la entrada de la oficina y áreas comunes y una señalización que sugiera desinfectarse las manos y el correcto uso de la mascarilla.			Property Mgr.					
Capacitar al personal en base al protocolo de seguridad que el gobierno estableció para los establecimientos de alimentos y bebidas, para restaurantes y cafeterías en el año 2020.		Dpto. de Recursos Humanos						
Proveer equipos de protección al personal (cocineros, meseros y personal de limpieza)	Dpto. de Recursos Humanos							
Capacitación para cumplir con todos los requisitos de limpieza de instalaciones, utensilios, vajilla y mantelería, manejo de desechos, manejo de proveedores y servicio a domicilio.		Jefe de cocina						
Adquirir mascarillas, estación de desinfección de calzado y manos para recibir al proveedor de alimentos	Jefe de A&B							
Adquirir señalización de desinfección, uso de mascarilla e ingreso solo a personal autorizado	Jefe de cocina							
Capacitar al personal de limpieza a manejar los utensilios reutilizables y emplear desinfectantes recomendados como: hipoclorito de sodio al 0.1% o alcohol al 70%				Ama de llaves				
Capacitar al personal para desinfectar los cubiertos, cristalería y vajillas usando guantes desechables, con agua tibia y detergente.		Jefe de cocina						
Adquirir los equipos de limpieza correspondientes para ofrecer un servicio de desinfección confiable y económico.	Jefe de compras							
Capacitar al personal en base a la información publicada en la página web de la OMS, sección Comunicaciones de Prensa, que se actualizan dos veces a la semana y se basan en los últimos sucesos correspondientes a la pandemia COVID-19, enviar correos con información posterior a la capacitación					Dpto. de Recursos Humanos			
Preparar la difusión mediante cartas de bienvenida a los huéspedes, las directrices actualizadas que imparte la OMS			Room Division Mgr.					

Figura 25 Diagrama de Grantt Acciones a tomar para conseguir el Sello Safe Travels

Categoría 2. Garantizar una experiencia segura								
ACCIONES A REALIZAR PARA OBTENER SELLO SAFE TRAVELS	1	2	3	4	5	6	7	8
Capacitar al personal para mantener la distancia física entre huéspedes y evitar saludos que incluyan contacto físico y compartir utensilios, manifestando los protocolos de control propuestos dentro del establecimiento. Establecer horarios de almuerzos para evitar las aglomeraciones.						Todo el personal operativo		
Incentivar al personal a capacitarse en atención al cliente, con respecto a las nuevas necesidades que nacen a raíz de la pandemia COVID-19.			Dpto. de Recursos Humanos					
Colocar señalizaciones de distanciamiento en escaleras y pasillos para garantizar el cumplimiento de la norma				Property Mgr.				
Categoría 3. Reconstruir la confianza y la seguridad								
Incorporar al check in la entrega de mascarillas, frasco de alcohol para desinfectar las manos, poniendo a su disposición las estaciones de desinfección dentro del establecimiento.	Room Division Mgr.							
Montar una estación de primeros auxilios dentro del establecimiento para revisar y tratar a los huéspedes que presenten síntomas de COVID-19, de manera segura y efectiva.			Property Mgr.					
Categoría 4. Implementación de las políticas garantizadas								
Compartir experiencias reales de los huéspedes del hotel mediante videos cortos que evidencien el proceso de llegada al hotel, los momentos destacados de su viaje y los comentarios de cada experiencia.	General Manager, creadores de contenido audiovisuales							
Capacitar en línea al departamento de ventas en productos turísticos	Jefe de reservas							

Figura 26 Diagrama de Grantt Acciones a tomar para conseguir el Sello Safe Travels parte 2

PRESUPUESTO DEL PLAN DE ACCIÓN	
HOTEL ROYAL PALM, GALÁPAGOS	
SELLO TURÍSTICO A CONSEGUIR: SAFE TRAVELS	
Acciones	Valor por acción USD\$
Adquirir y colocar señalizaciones que indiquen guardar dos metros de distancia entre una persona y otra para así evitar mayor contacto.	\$ 50,00
Adquirir señalización que defina el número de personas que pueden estar dentro de las oficinas, por el tamaño de la misma no deben ser más de cinco	\$ 50,00
Disponer de una estación de desinfección en la entrada de la oficina y áreas comunes y una señalización que sugiera desinfectarse las manos y el correcto uso de la mascarilla.	\$ 250,00
Capacitar al personal en base al protocolo de seguridad que el gobierno estableció para los establecimientos de alimentos y bebidas, para restaurantes y cafeterías en el año 2020.	\$ 200,00
Proveer equipos de protección al personal (cocineros, meseros y personal de limpieza)	\$ 200,00
Capacitación para cumplir con todos los requisitos de limpieza de instalaciones, utensilios, vajilla y mantelería, manejo de desechos, manejo de proveedores y servicio a domicilio.	\$ 100,00
Adquirir mascarillas, estación de desinfección de calzado y manos para recibir al proveedor de alimentos	\$ 100,00
Adquirir señalización de desinfección, uso de mascarilla e ingreso solo a personal autorizado	\$ 50,00
Capacitar al personal de limpieza a manejar los utensilios reutilizables y emplear desinfectantes recomendados como: hipoclorito de sodio al 0.1% o alcohol al 70%	\$ 150,00
Capacitar al personal para desinfectar los cubiertos, cristalería y vajillas usando guantes desechables, con agua tibia y detergente.	\$ 50,00
Adquirir los equipos de limpieza correspondientes para ofrecer un servicio de desinfección confiable y económico.	\$ 463,00
Capacitar al personal en base a la información publicada en la página web de la OMS, sección Comunicaciones de Prensa, que se actualizan dos veces a la semana y se basan en los últimos sucesos correspondientes a la pandemia COVID-19, enviar correos con información posterior a la capacitación	\$ 100,00
Preparar la difusión mediante cartas de bienvenida a los huéspedes, las directrices actualizadas que imparte la OMS	\$ 50,00
Capacitar al personal para mantener la distancia física entre huéspedes y evitar saludos que incluyan contacto físico y compartir utensilios, manifestando los protocolos de control propuestos dentro del establecimiento. Establecer horarios de almuerzos para evitar las aglomeraciones.	\$ 100,00
Incentivar al personal a capacitarse en atención al cliente, con respecto a las nuevas necesidades que nacen a raíz de la pandemia COVID-19.	\$ 100,00
Colocar señalizaciones de distanciamiento en escaleras y pasillos para garantizar el cumplimiento de la norma	\$ 100,00
Incorporar al check in la entrega de mascarillas, frasco de alcohol para desinfectar las manos, poniendo a su disposición las estaciones de desinfección dentro del establecimiento.	\$ 100,00
Montar una estación de primeros auxilios dentro del establecimiento para revisar y tratar a los huéspedes que presenten síntomas de COVID-19, de manera segura y efectiva.	\$ 300,00
Compartir experiencias reales de los huéspedes del hotel mediante videos cortos que evidencien el proceso de llegada al hotel, los momentos destacados de su viaje y los comentarios de cada experiencia.	\$ 1.000,00
Capacitar en línea al departamento de ventas en productos turísticos	\$ 500,00
Total	\$ 4.013,00

Figura 27 Presupuesto del plan de acción

Conclusiones

Al analizar los resultados de la investigación, se puede concluir que los turistas que viajan a las Galápagos muestran una preferencia importante hacia los establecimientos que ofrecen seguridad y buenas prácticas de higiene. El consumidor de paquetes turísticos viaja para relajarse y poder disfrutar de las actividades que ofrece la Isla, no obstante, está muy interesado en hospedarse en un lugar que pueda cubrir sus necesidades así le signifique pagar un extra para quedar satisfecho.

En cuanto a la certificación, vemos que el hotel Royal Palm cumple con la mayoría de los parámetros propuestos por el Sello Safe Travels, sobretodo en las Prácticas de Higienización, Desinfección y Limpieza. Sin embargo, se sugiere una actualización en equipos de limpieza especializados en eliminación de virus y bacterias que son difíciles de alcanzar con los habituales utensilios de limpieza.

En el área de Alimentos y Bebidas que está a cargo del Departamento de Recursos Humanos, no ha podido definir qué acciones requiere el cliente para poder percibir seguridad dentro del Restaurante y esto no permite una correcta operación, afectando las ventas de este servicio. Por lo cual se concluye que es sumamente necesario realizar modificaciones en sus procesos, siguiendo las propuestas planteadas en la investigación. para que puedan funcionar adecuadamente dentro de la nueva realidad.

Esto demuestra que la industria turística en las Galápagos ha decidido adaptarse a las necesidades de los turistas y priorizar la salud y seguridad dentro de la experiencia que ofertan. Sin embargo, para que las empresas hoteleras, en este caso, el hotel Royal Palm pueda alcanzar su objetivo de ventas, debe optar por diferenciarse de la competencia mediante la obtención de sellos y certificaciones que nacieron a raíz de la pandemia y que muchos destinos turísticos han optado por conseguir, resultando un éxito dentro de su rendimiento.

El Sello Safe Travels está enfocado en garantizarles a los turistas un paso por Galápagos, libre de virus, contratiempos y seguridad durante su experiencia. Como destino, se puede notar el compromiso que tiene el Gobierno de las Galápagos para reactivar la economía a largo plazo y se confía en el avance que se propone como entidad.

Con respeto a la propuesta planteada para el parámetro de Implementación de las Políticas Garantizadas, se propone darle al huésped un espacio permanente de su viaje, un recuerdo que podrá compartir como parte de su contribución para la reactivación turística de las Islas Encantadas.

Finalmente, de acuerdo al gráfico del cumplimiento de los parámetros del Sello por parte del hotel, se concluye que más del 60% de los parámetros se cumplen, por lo que se puede llegar a trabajar dentro de ocho semanas en las acciones que el hotel debe tomar para poder conseguirlo.

Recomendaciones

A raíz de lo investigado, las propuestas y lo concluido, se puede recomendar al hotel Royal Palm a trabajar en base a las normas del sello Safe Travels, no solo para poder obtener el sello, sino también para mantener el nivel de confianza que se brindará a los huéspedes. Esto se debe al reconocimiento que el Sello Safe Travels posee y el efecto positivo que los destinos han experimentado al obtenerlo.

Se recomienda al hotel Royal Palm a:

- Respetar el cronograma del plan de acción
- Incentivar al personal mediante la obtención de certificados de capacitación con respectivos diplomas de instituciones reconocidas
- Actualizarse constantemente con respecto a las directrices que la OMS publica en su página web.
- Involucrar al avance y desarrollo del plan de acción a todo el personal del hotel para incentivar el trabajo en equipo.
- Trabajar de la mano con el Consejo de Gobierno de las Galápagos.

Bibliografía

- Reyes Avila... [et al.]. (2002). *Turismo Sostenible*. Madrid: IEPALA.
- Arteaga Flores, R. X., & Calderón Bailón, J. C. (2020). Perspectivas del prosumer: Características de decisión en el sector hotelero . *Journal Bussines Science* , 59-60.
- Bauzá , F. J., Melgoza, F. J., Rondón, L. M., Troitiño, L., & Mulet, C. (25 de Abril de 2020). TURISMO POST COVID- 19. *EL TURISMO DESPUES DE LA PANDEMIA GLOBAL ANÁLISIS, PERSPECTIVAS Y VÍAS DE RECUPERACIÓN* .
- Bustos Flores, C., & Chacón Parra, G. (2009). El desarrollo sostenible y la Agenda 21 . *Resvista de Estudios Interdisciplinarios de Estudios Sociales* , 170-173. Obtenido de http://www.iri.edu.ar/publicaciones_iri/IRI%20COMPLETO%20-%20Publicaciones-V05/Publicaciones/D01/ECO9207.html
- Castro Martotta, M. P., & Cebreros Salazar, M. (15 de diciembre de 2020). Trabajo de Investigación . *Coronavirus en la industria hotelera: cambios en la gestión y estrategias de reactivación en Lima, Perú* . Lima, Peru : Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Council, World Travel & Tourism. (s.f.). *Safe Travel, Protocolos Globales y Sello* . Obtenido de file:///C:/Users/Recepcion%20Viteseg/Downloads/WTTC_Safe_Travels_Stamp_Guide_Spanish.pdf
- De La Fuente , G. (2019). Turismo y Paisaje: Caminando hacia la Sostenibilidad y Responsabilidad Social. *Tur y DEs, Revista de Turismo y Desarrollo Social* , 8-9.
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón , S. (2020). La Entrevista y La Encuesta . *Didasc@lia* , 72-76.
- Flores, F. (12 de Abril de 2021). El largo camino hacia la recuperación del turismo . *EL Universal* , págs. 5-6.

- García, A., Soto, L., & Soutullo, E. (2021). La percepción de los residentes argentinos sobre el riesgo a viajar . *Ayana, Revista de investigación en turismo* , 54.
- Guerra, P. (22 de septiembre de 2020). Reactivación vs turistificación: los retos de las ciudades frente al turismo post pandemia . Vancouver, Columbia Británica, Canadá.
- Jaramillo Bernat, E. F. (10 de Marzo de 2021). La cronología de la COVID-19 a un año de su declaración como pandemia . AA.
- Lellis, L. A. (2020). Los viajes y el turismo en los tiempos de la pandemia. *Revista Escenarios*, 1-4.
- Leon-Leon, E. A. (2020). Distanciamiento social una problemática en tiempos de COVID-19. *593 Digital Publisher*, 206-209.
- Lopez, J. (2020). La importancia y necesidad de las certificaciones en el proceso de innovación. *Forbes*.
- Nieto, E. N. (2018). TIPOS DE INVESTIGACIÓN . 2.
- Palomino, K. D., & Palomino, K. M. (Junio de 2020). Campaña de comunicación integral para incentivar los viajes a través de las agencias de APAVIT. Lima, Peru : Universidad de Lima .
- Petrizzo Paez, M. (2020). El impacto de la COVID-19 en el sector turismo. Apuntes para su esbozo. *ACADEMIA, accelerating the world's research* , 3-5.
- Ramon Campoverde, D. I. (12 de enero de 2018). El método deductivo para la recolección de datos confiables en el estudio de la población afrodescendiente . Machala , El Oro , Ecuador : Universidad Técnica de Machala .
- Reidl-Martínez, L. M. (2012). Marco conceptual en el proceso de investigación . *Investigacion educ. médica*.
- Rivas Garcia , J., & Magadan Diaz, M. (2007). Los Indicadores de Sostenibilidad en el Turismo . *RESTMA*, 28,29.
- Sandín, B., Valiente, R., García-Escalera, J., & Chorot, P. (2020). Impacto psicológico de la pandemia COVID-19: Efectos negativos y positivos en población española

asociados al periodo de confinamiento nacional. *Revista de Psicopatología y Psicología Clínica*, 12-16.

Serrano Sanchez, N. F., & Vera Ruiz, G. L. (11 de marzo de 2021). Plan de reactivación comercial para el segmento corporativo del Hotel Wyndham Guayaquil . Guayaquil , Guayas, Ecuador : Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil .

Sociedad Internacional de Ecoturismo . (Agosto de 2004). Una Guía Simple de Certificación de Turismo Sostenible y Ecoturismo . Estados Unidos.

Tapia Kwiecien, Martín, Bolatti, Leandro G. (2017). Ecología y turismo alternativo y sustentable. En M. T.-A. Ávalos, *Los discursos sobre la ecología y el medioambiente en sus intersticios lingüísticos semióticos y educativos* (pág. 183).

Valerio, N. J., Velez, M. F., Duran, A. A., & Torres, M. (2020). Afrontamiento del Covid-19: estrés, miedo, ansiedad y depresión? *Enfermería Investiga* , 1-8.

Vargas, F. (2019). Efectos de la Certificación NTS TS 002 en los ingresos y gastos de los establecimientos de alojamiento y hospedaje. *Revista de Turismo, Patrimonio y Desarrollo*, 4-5.

Yugcha, G. M. (marzo de 2020). La bioseguridad en la oferta hotelera del cantón Latacunga . Ambato, Tungurahua , Ecuador: Universidad Tecnica de Ambato.



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Garrido Rodríguez, Talía Beatriz**, con C.C: # 1752153526 y autor/a/es del trabajo de titulación: **Plan de acción para certificación del Hotel Royal Palm, Galápagos como establecimiento seguro** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 16 del mes de septiembre del año 2021

Nombre: **Garrido Rodríguez, Talía Beatriz**

C.C: **17521535226**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Plan de acción para certificación del Hotel Royal Palm, Galápagos como establecimiento seguro		
AUTOR(ES)	Talia Beatriz, Garrido Rodríguez		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lic. Aline Gutierrez Northia, Msg.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	16 de septiembre del 2021	No. DE PÁGINAS:	84
ÁREAS TEMÁTICAS:	Turismo consciente y sostenible, Tendencias actuales del mercado turístico, Gestión de productos y servicios complementarios para el turismo		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Turismo, pandemia, protocolos, seguridad, certificación, higiene		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>El presente trabajo se plantea en base a la situación actual por la que atraviesa el turismo, no solo en Ecuador sino a nivel mundial. A causa de la pandemia del virus COVID-19, se paralizó la industria, dejando así un vacío en la economía y poniendo en riesgo a las empresas que viven del turismo. Por lo que el World Travel Tourism Council, la Organización Mundial de la Salud y los Centros de Control y Prevención de las enfermedades, elaboraron protocolos globales, para que los viajes puedan reanudarse de manera segura y eficaz. Esta investigación pretende indagar en las nuevas necesidades de los turistas con el objetivo de brindar la mayor seguridad y organización al momento de viajar a un destino turístico de mayor demanda como lo es Galápagos. Siguiendo la línea de investigación de turismo consciente y sostenible, se busca desarrollar la obtención del sello Safe Travels, para destinos seguros. Una vez evaluado el funcionamiento del hotel Royal Palm con relación a los protocolos impuestos por el Sello, se procederá a realizar un plan de acción que garantice el cumplimiento de las normas y se pueda obtener la certificación de establecimiento seguro.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-995046732	E-mail: talia.garrido.r@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Salazar Raymond María Belén		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			