



**UNAP**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

**“EI COVID-19 Y EL IMPACTO EN LOS INGRESOS DE LA EMPRESA  
RIVERS & FOREST EXPEDITIONS SAC PERIODO 2019-2022”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR:**

**NATALY EVELIN SANCHEZ SALAZAR  
MICHAEL JAVIER URI VASQUEZ GONZALES**

**ASESOR:**

**Lic. Adm. VÍCTOR ARTURO JESÚS CASTILLO CANANI, Dr.**

**IQUITOS, PERÚ**

**2024**

# ACTA DE SUSTENTACIÓN



**UNAP**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS  
FACEN

"COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS"



## ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS VIRTUAL N°176-CCGyT-FACEN-UNAP-2024

En la ciudad de Iquitos, a los **03** días del mes de **setiembre** del año 2024, a horas **05:00 p.m.** se dio inicio haciendo uso de la **Plataforma Zoom**, la sustentación pública de la Tesis titulada: "**EL COVID-19 Y EL IMPACTO EN LOS INGRESOS DE LA EMPRESA RIVERS & FOREST EXPEDITIONS SAC, PERIODO 2019 - 2022**", autorizado mediante **Resolución Decanal N°1711-2024-FACEN-UNAP** presentado por los Bachilleres en Ciencias Administrativas **NATALY EVELIN SANCHEZ SALAZAR** y **MICHAEL JAVIER URI VASQUEZ GONZALES** para optar el Título Profesional de **LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACIÓN** que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:

Lic. Adm. <b>BENY PASQUEL FLORES, Dr.</b>	(Presidente)
Lic. Adm. <b>ISIS JANETH ROJAS SALAZAR, Mag.</b>	(Miembro)
Lic. Adm. <b>EDUARDO GABRIEL ROJAS PANDURO, Mag.</b>	(Miembro)

Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: Satisfactoriamente.

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones:

La Sustentación Pública y la Tesis han sido: **Aprobada** con la calificación Muy buena ( 17 ).

Estando los Bachilleres aptos para obtener el Título Profesional de Licenciado (a) en Administración.

Siendo las 06:15 p.m. del **03** de **setiembre** del **2024**, se dio por concluido el acto académico.

Lic. Adm. **BENY PASQUEL FLORES, Dr.**  
Presidente

Lic. Adm. **ISIS JANETH ROJAS SALAZAR, Mag.**  
Miembro

Lic. Adm. **EDUARDO GABRIEL ROJAS PANDURO, Mag.**  
Miembro

Lic. Adm. **VICTOR ARTURO JESÚS CASTILLO CANANI, Dr.**  
Asesor

*Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación*

Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto  
<http://www.unapiguitos.edu.pe> - e-mail: [facen@unapiguitos.edu.pe](mailto:facen@unapiguitos.edu.pe)  
Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



## JURADO Y ASESOR



**Lic. Adm. BENY PASQUEL FLORES, Dr.**  
Presidente  
CLAD-01958



**Lic. Adm. ISIS JANETH ROJAS SALAZAR, Mag.**  
Miembro  
CLAD - 16735



**Lic. Adm. EDUARDO GABRIEL ROJAS PANDURO, Mag.**  
Miembro  
CLAD - 17216



**Lic. Adm. VICTOR ARTURO JESÚS CASTILLO CANANI, Dr.**  
Asesor  
CLAD-17744

# RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**FACEN\_TESIS\_SANCHEZ SALAZAR\_VASQUEZ GONZALES (2da rev).pdf**

AUTOR

**SANCHEZ SALAZAR / VASQUEZ GONZALES**

RECuento de palabras

**10773 Words**

RECuento de caracteres

**55815 Characters**

RECuento de páginas

**61 Pages**

Tamaño del archivo

**407.0KB**

Fecha de entrega

**Jun 14, 2024 12:36 PM GMT-5**

Fecha del informe

**Jun 14, 2024 12:37 PM GMT-5**

## ● 19% de similitud general

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

- 18% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 12% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

## ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

Resumen

## **DEDICATORIA**

A nuestros padres y abuelos por brindarnos su apoyo incondicional durante todo nuestro proceso de formación profesional. A nuestro amigo y colega Johan David Cabrera Soregui, pues sus conocimientos en metodología de la investigación nos permitieron desarrollar la presente tesis.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, agradecemos a Dios por brindarnos la sabiduría, la paciencia y resiliencia para seguir adelante en cada proceso de nuestra formación profesional, haciendo posible la culminación de esta investigación.

Agradecemos a nuestro querido asesor Lic. Adm. Víctor Arturo Jesús Castillo Canani, Dr. por su esfuerzo y dedicación, pues ha sido fundamental para nuestra formación profesional y para el desarrollo de esta tesis. Con su paciencia y persistencia nos ha inculcado un sentido de responsabilidad y rigor científico sin los cuales esta investigación no estaría completa.

Agradecemos a nuestra universidad y docentes por su calidad de enseñanza, quienes se esforzaron y dedicaron su tiempo para que nosotros nos desarrolláremos como profesionales.

Finalmente, agradecemos a la empresa **RIVERS & FOREST EXPEDITIONS SAC** por su cooperación en la elaboración de esta tesis.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	6
1.1. Antecedentes	6
1.2. Bases teóricas	10
1.3. Definición de términos básicos	15
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	17
2.1. Formulación de la hipótesis	17
2.2. Variables y su operacionalización	17
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	19
3.1. Diseño metodológico	19
3.2. Diseño muestral	20

3.3. Procedimiento de recolección de datos	21
3.4. Procesamiento y análisis de datos	23
3.5. Aspectos éticos	24
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	25
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	50
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	55
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES	57
CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN	60
ANEXOS	
01. MATRIZ DE CONSISTENCIA INTERNA	
02. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	
03. CONSENTIMIENTO INFORMADO	



## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla N°1. Nivel del cumplimiento de acciones según el D.S. N.º 044-2020-PCM	25
Tabla N°2. Cumplimiento de acciones según el D.S. N°044-2020-PCM	26
Tabla N°3. Cumplimiento de acciones según D.S. N°044-2020-PCM	27
Tabla N°4. Medidas para reanudación de actividades económicas según D.S. N°080-2020-PCM	28
Tabla N°5. Cumplimiento de acciones según D.S. N°080-2020-PCM	29
Tabla N°6. Repercusiones debido a la suspensión perfecta según D.U. N°038-2020	30
Tabla N°7. Gestión del costo operativo	31
Tabla N°8. Estrategias de contingencia	32
Tabla N°9. Percepción de las ventas en los periodos 2019-2022	33
Tabla N°10. Cambios en el producto	34
Tabla N°11. Cambios en el precio	35
Tabla N°12. Cambios en la plaza	36
Tabla N°13. Cambios en la promoción y publicidad	37
Tabla N°14. Cumplimiento de metas y objetivos trazados periodo 2019	38
Tabla N°15. Cumplimiento las metas y objetivos trazados periodo 2020	39
Tabla N°16. Cumplimiento de metas y objetivos trazados periodo 2021	39
Tabla N°17. Cumplimiento de metas y objetivos trazados periodo 2022	40
Tabla N°18. Cumplimiento de las reservas pagadas por adelantado	41
Tabla N°19. Cumplimiento de la devolución del dinero a las reservas canceladas	42

Tabla N°20. Cumplimiento de las nuevas exigencias según los operadores turísticos nacionales	43
Tabla N°21. Cumplimiento de las nuevas exigencias según los operadores turísticos internacionales	44
Tabla N°22. Cumplimiento de la captación de la demanda del nuevo target	45
Tabla N°23. Modelo de coeficiente de determinación ( $R^2$ )	47
Tabla N°24. Análisis de varianza (ANOVA)	48
Tabla N°25. Prueba de normalidad	49

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura N°1. Nivel del cumplimiento de acciones según el D.S. N.º 044-2020-PCM	25
Figura N°2. Cumplimiento de acciones según el D.S. N°044-2020-PCM	26
Figura N°3. Cumplimiento de acciones según D.S. N°044-2020-PCM	27
Figura N°4. Medidas para reanudación de actividades económicas según D.S. N°080-2020-PCM	28
Figura N°5. Cumplimiento de acciones según D.S. N°080-2020-PCM	29
Figura N°6. Repercusiones debido a la suspensión perfecta según D.U. N°038-2020	30
Figura N°7. Gestión del costo operativo	31
Figura N°8. Estrategias de contingencia	32
Figura N°9. Percepción de las ventas en los periodos 2019-2022	33
Figura N°10. Cambios en el producto	34
Figura N°11. Cambios en el precio	35
Figura N°12. Cambios en la plaza	36
Figura N°13. Cambios en la promoción y publicidad	37
Figura N°14. Cumplimiento de metas y objetivos trazados periodo 2019	38
Figura N°15. Cumplimiento de las metas y objetivos trazados periodo 2020	39
Figura N°16. Cumplimiento de metas y objetivos trazados período 2021	40
Figura N°17. Cumplimiento de las metas y objetivos trazados período 2022	41
Figura N°18. Cumplimiento de reservas pagadas por adelantado	42
Figura N°19. Cumplimiento de la devolución del dinero a las reservas	

canceladas	43
Figura N°20. Cumplimiento de las nuevas exigencias según los operadores turísticos nacionales	44
Figura N°21. Cumplimiento de las nuevas exigencias según los operadores turísticos internacionales	45
Figura N°22. Cumplimiento de la captación de la demanda del nuevo target	46
Figura N°23. Regresión Residuo estandarizado	48
Figura N°24. Gráfico Q-Q normal de Standardized Residual	49

## RESUMEN

Para esta investigación se desarrolló un análisis descriptivo e inferencial con el objetivo de conocer el impacto del COVID-19 en las ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. en el periodo 2019-2022, para ello se utilizó una metodología de tipo básica, diseño no experimental, nivel descriptivo-causal y de enfoque cuantitativo. Se empleó como instrumento para medir las variables dos cuestionarios que se realizaron a una muestra de 10 funcionarios de las áreas de Gerencia, Administración, Operación es, Comercial y Financiera-Contable que son parte de la empresa en estudio. En base a los datos obtenidos, el 100% de encuestados muestra que el cumplimiento de las acciones según el D.S. N.º 044-2020-PCM por parte de la empresa se realizaron a un nivel regular, mientras que, la percepción de las ventas en el periodo 2019-2022 resultaron en valor del 90% bueno y el 10% en regular, asimismo, de acuerdo coeficiente de determinación ( $R^2$ ) 0.427 se aceptó la Hipótesis alterna, lo que significa que existe una conexión de causalidad positiva media entre las variables, mientras que, la significancia de ANOVA resultó en  $0.041 < 0.05$ , por lo tanto, se llegó a concluir que el COVID-19 impacto de forma significativa en las ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. en el periodo 2019-2022.

Palabras clave: COVID-19, Ventas, Estrategias, Mix de Marketing.

## ABSTRACT

For this research, a descriptive and inferential analysis was developed with the objective of knowing the impact of COVID-19 on the sales of the company Rivers & Forest Expeditions S.A.C. In the period 2019-2022, a basic methodology, non-experimental design, descriptive-causal level and quantitative approach was used. Two questionnaires were used as an instrument to measure the variables that were administered to a sample of 10 officials from the areas of Management, Administration, Operations, Commercial and Financial-Accounting that are part of the company under study. Based on the data obtained, 100% of respondents show that compliance with the actions according to the D.S. No. 044-2020-PCM by the company were carried out at a regular level, while the perception of sales in the period 2019-2022 resulted in a value of 90% good and 10% fair, likewise, in agreement coefficient of determination ( $R^2$ ) 0.427 the alternative hypothesis was accepted, which means that there is a medium positive causality connection between the variables, while the significance of ANOVA resulted in  $0.041 < 0.05$ , therefore, it was reached conclude that COVID-19 significantly impacted the sales of the company Rivers & Forest Expeditions S.A.C. in the period 2019-2022.

Keywords: COVID-19, Sales, Strategies, Marketing Mix.

## INTRODUCCIÓN

El comportamiento humano y organizacional ha cambiado mucho en los últimos tres años, lo que hace que los escenarios de interacción social tengan más motivos para planificar sus acciones en función de la realidad local. Como resultado de la pandemia mundial de COVID-19, la globalización de las empresas y la parálisis del consumo están teniendo un impacto que afecta a la economía, junto con la incertidumbre sobre el futuro funcionamiento de la sociedad (García y Pinedo, 2021). Efecto de dicha alerta sanitaria ha hecho que el sector turístico haya sufrido un importante freno siendo el más afectado de todos los sectores económicos, y su principal impacto es una reducción de los ingresos en relación con el crecimiento esperado de las empresas como resultado de las perturbaciones en la producción y venta de bienes y servicios, lo que provoca pérdidas empresariales, un aumento del desempleo y dificultades para hacer frente a las necesidades de las empresas afectadas (Fernández et al., 2022).

Asimismo, Después de que el COVID-19 llegó al Perú, el presidente Martín Vizcarra tuvo que tomar decisiones drásticas al aprobar el decreto supremo N° 044- 2020-PCM, el cual declara el país en Estado de Emergencia Nacional y establece el aislamiento social obligatorio debido a las graves consecuencias que tiene para la vida del país al evitar su propagación. Se restringieron también las actividades comerciales, culturales, negocios, actividades recreativas, hoteles y restaurantes (Jeremias y Montero, 2021). La respuesta del gobierno a la propagación del virus, que incluyó el cierre de fronteras y la restricción de actividades no esenciales, comenzó en marzo de 2020 y resultó en una disminución de los servicios prestados por las empresas

de la industria hotelera y de turismo, así como la suspensión de sus operaciones. En última instancia, esto redujo la rentabilidad de las empresas.

Ante esta situación, las empresas especializadas en el sector turístico, como hoteles, restaurantes, empresas que ofrecen paquetes turísticos, operadores de transporte y otros servicios en relación a este rubro, se ven obligadas a cumplir con las normas establecidas por el gobierno. Como resultado, muchas empresas optaron por disolverse y otras se vieron obligadas a reestructurarse, ocasionando la escasez de empleos y la falta de empresas que generen ganancias rentables y proyectadas. Con respecto al turismo internacional, según la revista Forbes Perú (2023), en el último trimestre del año 2022 el nivel de turismo fue del 75 % de lo que era antes de la pandemia.

Asimismo, muy poco sea hablado sobre el tema del rubro de cruceros en el Perú y el impacto que generó la pandemia en la economía específicamente de este sector, causando importantes pérdidas de recursos y graves pérdidas económicas, esto se reflejó en el cierre definitivo de algunas empresas dedicadas a este rubro mientras que otros tuvieron que cambiar de sector para ofrecer y brindar otros servicios para poder subsistir con el tiempo hasta poder retomar sus actividades turísticas. A todo esto, MINCETUR (2022) indicó que entre el año 2016 y 2019, la cantidad de cruceros que viajan por el Perú aumentó de manera sostenida, por lo que para el 2019 se reportó la llegada de 65.873 visitantes internacionales al Perú a través de los cruceros. Sin embargo, debido a la pandemia de COVID-19, solo se reportaron 28 recaladas de cruceros internacionales a puertos peruanos en 2020, una



disminución del 68,5% con respecto al mismo período del año anterior.

Por otro lado, con respecto a los negocios turísticos dedicados al rubro de cruceros en Iquitos, de acuerdo al Diario Gestión (2021), la ocupabilidad de los cruceros de lujo en Iquitos tuvo un promedio de 70%, dado que el turismo en el país apenas se estuvo reactivando para el año 2021 y la mayoría de los cruceros estuvieron operando con las reservaciones que se realizaron en el 2020, quedando pocas reservaciones nuevas y reduciendo en algunos casos sus ganancias por menor número de salidas.

En relación a esta problemática, el gobierno Peruano desarrollo iniciativas que permitan disminuir el impacto de la pandemia en estas empresas pertenecientes al rubro turístico, que en el caso de nuestra investigación la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. principalmente se vio beneficiada por una de estas iniciativas en específico, el programa REACTIVA PERÚ; que de acuerdo al Ministerio de Economía y Finanzas (2022), el propósito del Programa Reactiva Perú es asegurar el financiamiento de la reserva de capital laboral para atender pagos a trabajadores y proveedores, lo que garantiza la continuidad de la cadena de pagos, por tanto, dentro población objetivo se clasifican las entidades que operan en todos los segmentos del mercado y que tienen que lidiar con pagos y obligaciones a corto plazo con sus trabajadores y proveedores de bienes y servicios. Mas adelante el MEF crea el Fondo de Apoyo Empresarial a las MYPE del Sector Turismo (FAE-Turismo), con el objetivo de financiar solamente al sector turismo a través de créditos para capital de trabajo y que puedan afrontar los efectos económicos de la COVID-19 a corto plazo.

Sin embargo, actualmente la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. aún atraviesa problemas económicos acarreados por la mencionada pandemia, de acuerdo a lo expuesto, el presente estudio pretende analizar el impacto del COVID 19 en las ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. en el periodo 2019 y 2022, en relación a las acciones tomadas por la empresa de acuerdo a las iniciativas desarrolladas por el estado para frenar el efecto negativo de la pandemia. Es así que, de acuerdo a todo lo anterior mencionado, se plantea el problema de para someterlo a un estudio.

El presente estudio se justifica en el ámbito teórico, porque se realizará una revisión bibliográfica de los trabajos previos similares con la finalidad de aportar conocimiento a los investigadores, donde se busca entender aspectos importantes relacionados a la problemática económica generada por la pandemia en empresas pertenecientes al mismo rubro que la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C., la información recopilada servirá como sustento a futuras investigaciones.

Asimismo, se justifica en el ámbito práctico porque se desarrolla a partir de la variable Impacto en los ingresos de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. que debido a la pandemia tuvo una crisis económica que repercute hasta la fecha, debido a eso se puso en marcha medidas de prevención y optimización para adaptar la empresa a los cambios de la pandemia, por lo que este trabajo ayuda analizar y evaluar los registros de ventas de los periodos 2019-2021, lo que vendría a ser un aporte para el gerente general permitiéndole tomar decisiones acertadas para futuras

situaciones similares.

Finalmente, este estudio tiene justificación en el ámbito metodológico, pues se desarrollará considerando aspectos fundamentales de una investigación cuantitativa para poder medir el impacto del COVID-19 en la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C.

Hoy por hoy los estragos que ha dejado el COVID-19 en la economía mundial aún se dejan sentir, por lo tanto, es importante analizar los factores afectados para que puedan servir como parte de estrategias de gestión de riesgo en otras empresas o para el país. También, es importante el desarrollo de este estudio, pues durante la época de la pandemia la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. vio sus actividades económicas paralizadas y en consecuencia afecto el nivel de ventas, donde hasta ahora, están utilizando los mecanismos económicos y los planos estratégicos que tienen para reactivar la economía, si pueden recuperar lo perdido a causa del COVID19 durante este tiempo. En relación con esto esta investigación servirá como base para el desarrollo de otras investigaciones relacionadas o como un estudio que sirva como base histórica para el desarrollo de planes estratégicos de la empresa.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1. Antecedentes**

#### **Antecedentes Internacionales**

En el 2021, se realizó una tesis de tipo básico, nivel descriptivo, de diseño no experimental con un enfoque cuantitativo, que tuvo como objetivo examinar el impacto que el COVID 19 causó en la posterior crisis económica de España, específicamente en el sector hotelero, uno de las principales fuerzas económicas de ese país. Donde la población objetivo se constituyó por Melia Hotels International. Por lo que sus hallazgos dedujeron que las autoridades, para hacerle frente al impacto económico y social, inyectaron dinero para ayudar asistir al sector turístico y comercial de esta manera reducir los precios que las empresas tuvieron que pagar para compensar la caída de ingresos provocada por la pandemia, en un esfuerzo por aumentar su liquidez. Con respecto al hotel en estudio, tuvo pérdidas grandes en sus estados contables, empezando por que tuvieron que cambiar la manera en cómo operaban, invirtiendo para adaptar sus instalaciones en tiempo récord para cumplir con la normativa sanitaria, finalmente a pesar de tanto esfuerzo, actualmente aún tienen incapacidad para hacerle frente a los gastos con los ingresos obtenidos durante la realización de este estudio, por lo que le vienen haciendo frente al deterioro de la liquidez e incremento de los costes, de esa manera se pueda facilitar la adquisición de financiación, permitiendo la colocación y la reducción de los principales gastos (Martínez, 2021).

Para el 2021, se realizó una tesis de tipo aplicada, nivel descriptivo, de diseño no experimental con un enfoque cuantitativo, que tuvo como objetivo determinar de manera exhaustiva el impacto que el COVID 19 ha desatado en el sector turístico del país ecuatoriano y en el desarrollo financiero que tuvieron las empresas relacionadas. Se llegó a la conclusión que el impacto generado por la pandemia causó disminución en su contribución del sector turístico a la economía del país, por el decrecimiento en sus volúmenes de ventas, causando descenso de los ingresos económicos, causando un desequilibrio que provocó una caída excesiva en las ventas y la continuación de los costos fijos relacionados con el turismo, lo que creó una brecha en relación con los préstamos económicos. Se señala que para llevar a cabo una reestructuración estratégica en la gestión de las empresas que consideran el apoyo del gobierno a través de programas de acción implementados, se debe aprovechar la resiliencia, y adaptarse a nuevos cambios para poder mantenerse funcional en el sector, esto indica que se debe reestructurar o crear proyectos turísticos para los consumidores postcovid, los cuales incluyen nuevas medidas económicas y sanitarias enfocadas al turismo interno y, finalmente, garantizar las condiciones mínimas en la liquidez de las empresas que requieren para subsistir (Becerra y Vega, 2021).

### **Antecedentes Nacionales**

En el 2022, se realizó una tesis de tipo aplicada, nivel descriptivo, de diseño no experimental con un enfoque cuantitativo, que

tuvo como objetivo determinar el efecto que causó la pandemia del COVID-19 en la rentabilidad económica y financiera de las empresas del Sector Hotelero. Donde la muestra se estableció por tres empresas del sector hotelero, Inversiones Nacionales de Turismo S.A, Nessus Hoteles Perú S.A e Inversiones en Turismo S.A. Con respecto a las empresas en estudio, se determinó que en sus ventas disminuyeron drásticamente en el transcurso del año 2020 dando lugar a una baja utilidad y provocando directamente una disminución de los ratios de rentabilidad; todo esto, a pesar de que los negocios recibieron apoyo de organismos como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo para generar ventas en ese momento, se presentaron disminuciones considerables en la Utilidad Neta, manifestado principalmente por los efectos del distanciamiento social y el cierre de aeropuertos debido a la pandemia como resultado de las regulaciones, asimismo, se tiene el caso de la empresa Inversiones Nacionales de Turismo S.A donde el estado realizó un contrato mediante una de los decretos de urgencia para que esta ofreciera servicios de alojamiento temporal durante cuarentena obligatoria y la alimentación diaria de los ciudadanos que retornaron del exterior en un cierto periodo de tiempo, por lo que esto le permitió tener ingreso para abastecerse financieramente durante el tiempo que duró el contrato. Es así como se concluye que en general las 3 empresas en estudio tuvieron apoyo del estado para poder realizar sus actividades durante el tiempo de la pandemia, pero aun así tuvieron muchas dificultades financieras que los limitaban a seguir operando de la misma manera que años anteriores, empezando por la

gestión de los estados financieros, presentando deudas, recorte del personal, disminución de sueldos, reducción de gastos y suspensión de algunas actividades. A consecuencia de eso, dos empresas se acogieron al apoyo del programa Reactiva Perú para cubrir sus gastos, lo que resultó en un aumento de su ratio de endeudamiento, incrementando su deuda financiera (García y Pinedo, 2021).

En 2023, se desarrolló una investigación de tipo básico y diseño no experimental de nivel exploratorio que incluyó como población al balneario de San Lucas de Colán, donde su propósito era conocer el impacto de la COVID – 19 en el turismo de sol y playa en el Balneario de San Lucas de Colán – Piura, 2022. Según los hallazgos del estudio, la industria del turismo de sol y playa aún no ha sido capaz de superar los desafíos dejados por la pandemia, encontrando debilidades en la gestión del gobierno local como resultado de la falta de interés en promover proyectos turísticos de gran escala que posicionen a Balneario como un destino con una infraestructura turística segura y agradable que lo ayude a alcanzar su máximo potencial como destino. Concluyendo que, a raíz de la pandemia, el balneario se vio gravemente perjudicado, ya que se suspendieron todas las actividades relacionadas con el turismo, que son una importante fuente de ingresos económicos para estas regiones con sus peculiares características de territorio. Por tanto, el COVID-19 tuvo un impacto negativo en el balneario turístico de San Lucas de Colán (León, 2023).

## **1.2. Bases teóricas**

### **Teorías sobre COVID-19**

Según la Organización Mundial de la Salud (2021), el COVID-19 es la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2. La OMS tuvo noticia por primera vez de la existencia de este nuevo virus el 31 de diciembre de 2019, al ser informada de un grupo de casos de «neumonía vírica» que se habían declarado en Wuhan (República Popular China).

La presencia del virus SARS-COV-2, causante del COVID-19, fue anunciada oficialmente en Perú el 6 de marzo de 2020. El mismo mes, el país declaró una "situación grave que afecta la vida de las personas a consecuencia del COVID-19." Esto llevó a la promulgación del Decreto Supremo N°094-2020-PCM, que establece "Medidas de aislamiento social y prórroga del estado de emergencia nacional encaminadas a una nueva convivencia social". Así como la manera en cómo la industria y la sociedad están respondiendo a la pandemia, estas medidas han logrado aliviar graves deficiencias en el sistema de salud (Maguiña, 2020).

Asimismo, esto condujo a que, el Producto Bruto Interno (PBI) disminuyera en -1,7% en el cuarto trimestre del año 2020 en comparación con el similar trimestre del año pasado, lo que se debe a la disminución del consumo de las familias (-1,5%) y al comportamiento negativo de las exportaciones de bienes y servicios (-12,4%); de otra manera, aumentó la inversión bruta de capital fijo (11,3%) y el gasto de



consumo final del gobierno (22,8%). (Instituto Nacional de Estadística e informática, 2021).

La industria turística en nuestro país ha experimentado una gran devastación debido al colapso que causó el COVID-19. en relación con su producción nacional en comparación al 2019, registrando pérdidas sin precedentes; la tasa de caída global en el sector de alojamiento y restaurantes fue del 90,58%, en relación a los servicios turísticos, como agencias de viajes y operadores turísticos, tuvieron una caída del 97,16%, mientras que finalmente se registró un decrecimiento de 93,16% en el sector del transporte aéreo. Este último tuvo el peor desempeño en la lista de actividades económicas (Instituto Nacional de Estadística e informática, 2020).

### **Dimensiones de la variable COVID-19**

Para efectos de la medición de la variable del Covid-19 y su impacto en la empresa RIVERS & FOREST EXPEDITIONS SAC, se considerarán las disposiciones legales emitidas por el gobierno que se relacionen directamente entre las empresas del rubro turístico y sus actividades durante y después de la pandemia.

### **D.S. N.º 044-2020-PCM**

Se trata de una ley que surgió durante la pandemia de COVID-19 y dispone la declaración del estado de emergencia y el aislamiento social obligatorio durante quince días naturales por situaciones que afecten la vida de los ciudadanos. Durante el estado de emergencia se

ordenan cierres totales de fronteras y se suspende el transporte internacional de pasajeros por tierra, aire, mar y río.

### **D.S. N.º 080-2020-PCM**

La siguiente ley consta de cuatro fases de implementación, con el objetivo encaminado a aprobar la “reanudación de actividades” según la estrategia desarrollada por el grupo de trabajo multisectorial conformado por la Resolución Ministerial N° 144-2020-EF/15. La implementación será evaluada permanentemente de acuerdo con las recomendaciones de las autoridades sanitarias nacionales. En esta medida, se retomarán las actividades relacionadas con la fase 1 y, en lo que respecta al sector hotelero, sólo podrán seguir funcionando los negocios denominados "hoteles clasificados". Esta norma entró en vigor el 3 de mayo de 2020.

### **Decreto Urgencia N°038-2020**

Decreto de urgencia promulgado el 14 de abril del 2020, suspensión perfecta de labores. Medida excepcional a la que se acogieron diversas empresas durante la pandemia del Covid – 19, el cual permite la suspensión temporal implica el cese temporal de la obligación del trabajador de prestar el servicio y la del empleador de pagar la remuneración respectiva, sin extinción del vínculo laboral.

### **Decreto de Urgencia N°076-2020**

Fondo de apoyo estatal creado para apoyar a las empresas

MYPE del sector turismo (FAE-TURISMO), que se dedican a operaciones de establecimientos de hospedaje, transporte terrestre interprovincial de pasajeros, turismo, agencias de viajes, establecimientos de comidas, actividades de exploración espacial, organización de congresos, planificación de convenciones y eventos, servicios de guías turísticos y creación y venta de productos artesanales.

### **Teorías sobre Ventas**

Según De la Parra (2003), la definición de ventas varía de profesión a profesión, por lo que resulta dificultoso hallar una definición que no esté influenciada por su propia labor y guía; para la cual nos dice que ventas es una ciencia encargada del intercambio de un equivalente en una unidad monetaria por un bien o servicio previamente pactado, buscando satisfacer los requerimientos y necesidades del comprador, a su vez que ayuda en el crecimiento y la madurez de una organización y una nación.

Para lograrlo, se apoya en habilidades de comunicación, psicología y conocimientos técnicos para comunicar sobre las ventajas y el acuerdo mutuo del intercambio en ambas partes.

Algunos autores como Falvey (s.f. citado en Mark y Greg, 2009), se refieren a las ventas más hacia una habilidad, que un intercambio. Asimismo, se refieren a las ventas como una competencia que se adquiere mediante la interacción con los clientes y el conocimiento de

cómo se desarrollan los negocios tanto para el vendedor como para el comprador. No es posible separarla en un sistema estándar que luego se integre de manera general en su empresa.

### **Dimensiones de la variable Ventas**

Las empresas, sea industrial o de servicios, necesita de las ventas para su éxito empresarial, es el corazón por donde obtienen los ingresos; pero también representan al cliente dentro de la empresa. Venta comúnmente se la asocia con el traspaso de la pertenencia de alguien a otra persona tras el pago de un precio acordado. Por ende, en la investigación de Rojas (2017), se refiere a la venta como un contrato por el cual se trasfiere algo propio a posesión de otro por un precio acordado; este puede ser potencial (que está a la venta, pero no lo han comprado aun) o una operación concretada. Esta operación se conoce como compra-venta porque hay un vendedor que entrega algo, y un comprador que paga un precio, generalmente con dinero para que se diferencie del trueque.

Para García (2011), La venta es un proceso, también una serie de pasos lógicos y ordenados para procurar conseguir el objetivo final de ambas partes, tanto el vendedor como el comprador. Estos pasos no aseguran la venta, sirven como recomendaciones para que adecuen los objetivos del vendedor con el proceso de compra del comprador (que es quien manda).

Por otro lado, Fischer & Espejo (2011), la catalogan como una

función del proceso tecnológico del mercado, por lo que lo definen como cualquier actividad que surge en los clientes, los impulsa hacia el intercambio, determina las necesidades y deseos con el fin de que la persona se sienta motivada a tomar decisiones sobre el producto, el precio y el volumen de venta.

Respecto a esto, Jarez (2012), lo conceptualiza las ventas como una forma de acceder al mercado para vender lo que tienen producido, su objetivo por tanto no es producir lo que el mercado desea, sino vender lo que producen. Este concepto se aplica en caso de bienes no buscados como los seguros (usualmente practicada en su forma más agresiva), como en organizaciones sin fines de lucro. En este concepto de venta, el trasfondo filosófico que dirige este concepto es el de vender lo que se produce, ya sea producto o servicio, Al participar en actividades que les permitan estimular a sus prospectos a tomar una decisión positiva (como realizar una compra, hacer una donación, unirse a un partido político, etc.).

### **1.3. Definición de términos básicos**

- Covid – 19: Se trata de una enfermedad causada por un coronavirus conocido como SARS-CoV-2, que causaba problemas respiratorios graves, y que llevó al confinamiento a la población global en los años 2020 y 2021 y que paralizó la economía mundial (Organización Mundial de la Salud, 2021).
- Decreto Supremo: Norma general que rige las leyes o la actividad funcional sectorial o multisectorial a nivel nacional

(MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS, s. f.)

- Demanda turística: Bienes y servicios relacionados con el consumo realizados por diversos tipos de turistas que afecta la oferta interior y exterior de bienes y servicios (Novás, 2010)
- Decreto Legislativo: Responsable de regular con rango y fuerza de ley que surge de la autorización expresa y facultad delegada por el Congreso, aplicable a una determinada materia, y que debe ser promulgada dentro del plazo fijado por una ley autoritativa (MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS, s. f.)
- Oferta turística: Conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores de la industria están dispuestos a ofrecer a precios específicos (Novás, 2010)
- Registro de ventas: Es un documento que proporciona información detallada sobre las actividades y los resultados de ventas de una organización durante un período de tiempo específico. (SUNAT, s. f.).
- Volumen de ventas: Es una cantidad mensurable que suma todos los ingresos que una empresa u organización sin fines de lucro ha generado a partir de sus operaciones regulares durante un período de tiempo predeterminado (Moya y Moya, 2019)
- Ventas: Hace referencia a un valor representando el intercambio de un equivalente en una unidad monetaria por un bien o servicio previamente pactado. (De la Parra, 2003).

## **CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.1. Formulación de la hipótesis**

#### **Hipótesis general**

Hi: El COVID-19 impactó significativamente en las ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. en el período 2019-2022.

#### **Hipótesis específicas**

Hi1: Las acciones Covid-19 tomadas por la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. fueron drásticas para afrontar la pandemia del COVID-19 en el período 2019-2022.

Hi2: Las estrategias de venta de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. fueron agresivas para su reactivación económica en el período 2019-2022.

Hi3: Las ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. tuvieron un comportamiento errático en el período 2019-2022.

### **2.2. Variables y su operacionalización**

**Variable Independiente:** COVID – 19

**Variable Dependiente:** Ventas

Variable	Definición	Tipo por su naturaleza	Indicadores	Escala de medición	Categorías	Valores de las categorías	Medio de verificación
			<b><u>DIMENSIÓN 1:</u></b> <b>Acciones Covid-19</b>				
COVID-19	La Organización Mundial de la Salud describe al COVID-19 como una enfermedad causada por un coronavirus conocido como SARS-COV-2, que causa problemas respiratorios graves, y que llevó al confinamiento a la población global en los años 2020 y 2021 (OMS, 2021)	Cualitativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acciones para los trabajadores frente a la disposición del estado de emergencia (D.S, N°044-2020-PCM)</li> <li>• Medidas respecto a los trabajadores durante la reanudación de actividades económicas (D.S. N°080-2020-PCM)</li> <li>• Acciones durante la reanudación de actividades económicas (D.S. N°080-2020-PCM)</li> <li>• Repercusión en la empresa sobre la suspensión perfecta (D.U. N°038-2020)</li> <li>• Impacto del REACTIVA-PERÚ en las operaciones de la empresa</li> <li>• Estrategias desarrolladas con respecto al REACTIVA-Perú</li> </ul>	Ordinal	Ninguna Algunas Todas	1-2-3	Cuestionario
			<b><u>DIMENSIÓN 2:</u></b> <b>Estrategias de Venta</b>				
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mix de Marketing</li> </ul>				
			<b><u>DIMENSIÓN 3:</u></b> <b>Comportamiento de las Ventas 2019-2022</b>				
Ventas	La American Marketing Asociation, define como el proceso, ya sea personal o impersonal, mediante el cual el vendedor evalúa, cumple y satisface las necesidades del comprador para el beneficio mutuo y continuo de ambas partes (Thompson, 2005)	Cualitativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportamiento de las ventas en el 2019-2022</li> <li>• Reservas pagadas por adelantado</li> <li>• Reservas canceladas con devolución de pago</li> <li>• Comportamiento de los operadores turísticos nacionales</li> <li>• Comportamiento de los operadores turísticos Internacionales</li> <li>• Comportamiento del target</li> </ul>	Ordinal	Ninguna Algunas Todas	1-2-3	Cuestionario



## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1. Diseño metodológico**

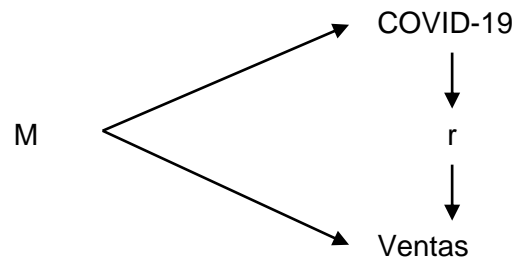
#### **Tipo de investigación**

Esta investigación planteada es básica, de enfoque cuantitativo por su naturaleza analítica y uso de herramientas estadísticas para obtener los resultados; asimismo, su nivel de estudio es descriptivo-causal, dado que pretende describir la realidad y la relación causa-efecto entre las variables en base a su nivel de explicación, ya que tiene como objetivo determinar el impacto de la variable independiente COVID-19 en la variable dependiente Ventas en el período 2019 - 2022.

#### **Diseño de la investigación**

El diseño de este estudio será de tipo no experimental de corte longitudinal pues se medirá el efecto del COVID-19 sobre las ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. en un periodo en específico de 4 años. De acuerdo con Hernández et al. (2018), los estudios que se realizan sin manipulación intencionada de variables se consideran no experimentales. Fundamentalmente, se basa en ver los fenómenos tal como ocurren en sus entornos naturales y luego analizarlos, asimismo, los estudios longitudinales son aquellos donde se investiga al mismo grupo de personas o sujetos de manera repetida durante un período de años.

Responde al siguiente esquema.



Dónde:

M = Muestra de la investigación (en este caso es igual a la Población).

Variable independiente = COVID-19

r = Relación

Variable dependiente = Ventas

### 3.2. Diseño muestral

#### **Población de estudio**

La investigación tiene como población de estudio a 10 funcionarios que pertenecen a las áreas de Gerencia, Administración, Operaciones, Comercial y Financiera-Contable de la empresa RIVERS & FOREST EXPEDITIONS SAC.

#### **Tamaño de la población de estudio:**

En este caso, la muestra será igual a la población, 10 funcionarios, de la empresa RIVERS & FOREST EXPEDITIONS SAC.

#### **Muestreo o selección de muestra**

El muestro de este estudio será de tipo censal, población igual a muestra.

### **Criterios de selección**

Criterios de inclusión: participarán en la muestra solo 01funcionario de la Gerencia, 02 funcionarios del área de Administración, 01 funcionario del área de Operaciones, 04 funcionarios del área Comercial y 02 funcionarios del área Financiera-Contable.

Criterios de exclusión: no formarán parte de la muestra todo trabajador que no tenga nivel de funcionario y que no pertenezca a las áreas determinadas.

### **3.3. Procedimiento de recolección de datos**

El procedimiento de recolección de datos se llevará a cabo de la siguiente forma:

- Se solicitará una reunión al Gerente de Operaciones de la empresa Rivers & Forest Expedition S.A.C, para socializar el cuestionario y obtener su aprobación.
- Se coordinará con el Gerente de Operaciones para determinar fecha, hora y modalidad para realizar las encuestas.
- En la fecha y hora determinada se procederá primero a dar las instrucciones e indicaciones para el llenado del cuestionario.
- Luego de dar las instrucciones se solicitará iniciar con el proceso de respuesta al cuestionario.

- Una vez terminada la entrevista, se procederá a recoger los cuestionarios físicos y a recolectar del sistema los cuestionarios virtuales.

### **Técnica**

La técnica a utilizar es la entrevista, según Córdova (2020) es el procedimiento sistemático y organizado para obtener datos que permite medir una o más variables,

### **Instrumento**

El instrumento que se utilizará será el cuestionario, el cual permitirá medir las dos variables, las tres dimensiones, los 13 indicadores y 20 items, utilizando como herramienta la escala de Likert con tres categorías, para determinar si el COVID-19 ha tenido un impacto en las ventas de la empresa RIVERS & FOREST EXPEDITIONS SAC en el período 2019-2022

### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,786	20

Con un coeficiente alfa de Cronbach obtenido de 0.786, podemos afirmar que los datos recopilados a través de nuestra encuesta exhiben una aceptable consistencia interna. Este resultado sugiere que las preguntas formuladas en nuestro instrumento de recolección de datos están relacionadas de manera coherente,

respaldando así la fiabilidad de las respuestas proporcionadas por los participantes.

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

Se utilizarán los softwares de procesamiento de datos: Microsoft Word 2010, Microsoft Excel 2010 y el SPSS versión 26.

- Luego de conseguir la información de acuerdo con el procedimiento descrito líneas arriba, se procederá a construir la base de datos para esta investigación.
- Se utilizará la estadística descriptiva, donde el uso de frecuencias simples, porcentajes relativos, porcentajes acumulados y variaciones porcentuales.
- Después, se confeccionará las tablas con los resultados de las variable independiente y variable dependiente en el periodo 2019- 2022.
- Las tablas y figuras se confeccionarán teniendo en cuenta los objetivos y las hipótesis de la investigación.
- Se llevará a cabo un análisis del comportamiento de las ventas y las acciones tomadas y repercusiones del COVID-19 durante el período 2019-2022.
- Se aplicará un test estadístico conformado por el Coeficiente de Correlación ( $r$ ) y el Coeficiente de Determinación ( $R^2$ ).
- El Coeficiente de Correlación ( $r$ ) se usará para demostrar si existe relación entre COVID-19 y las ventas en el período 2019-2022.

- El Coeficiente de Determinación ( $R^2$ ) demuestra si la variable independiente (COVID-19) determina el comportamiento de la variable dependiente (ventas) en el período 2019-2022.

### **3.5. Aspectos éticos**

Con el propósito de cumplir con los requisitos éticos y deontológicos, se llevaron a cabo las reuniones y coordinaciones necesarias con el gerente de operaciones de RIVERS & FOREST EXPEDITIONS SAC; esto permitirá que el trabajo se realice sin problemas y de manera adecuada, respetando los valores éticos de beneficencia y no maleficencia, así como la autoría de la información recopilada. Es importante destacar que la información que se obtendrá a través de los datos recolectados en los cuestionarios aplicados, solo se utilizará para fines exclusivos de esta investigación.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

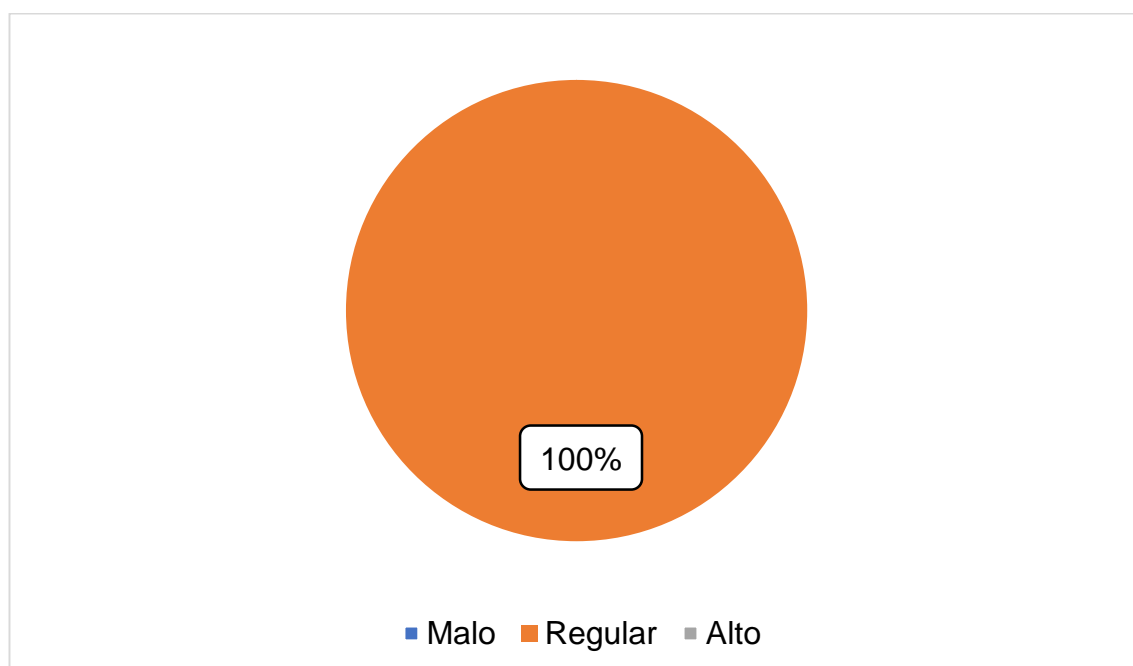
### Análisis descriptivos de la variable independiente COVID-19

**Tabla N°1.** Nivel del cumplimiento de acciones según el D.S. N.º 044-2020-PCM

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	10	100,0	100,0	100,0

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°1.** Nivel del cumplimiento de acciones según el D.S. N.º 044-2020-PCM



Fuente: Tabla N°1

Conforme a la tabla y figura 1, que trata sobre el nivel de cumplimiento de acciones según el D.S. N.º 044-2020-PCM por parte de la empresa Rivers

& Forest Expeditions S.A.C., se evidencia que esta en un nivel regular según el 100% de los encuestados.

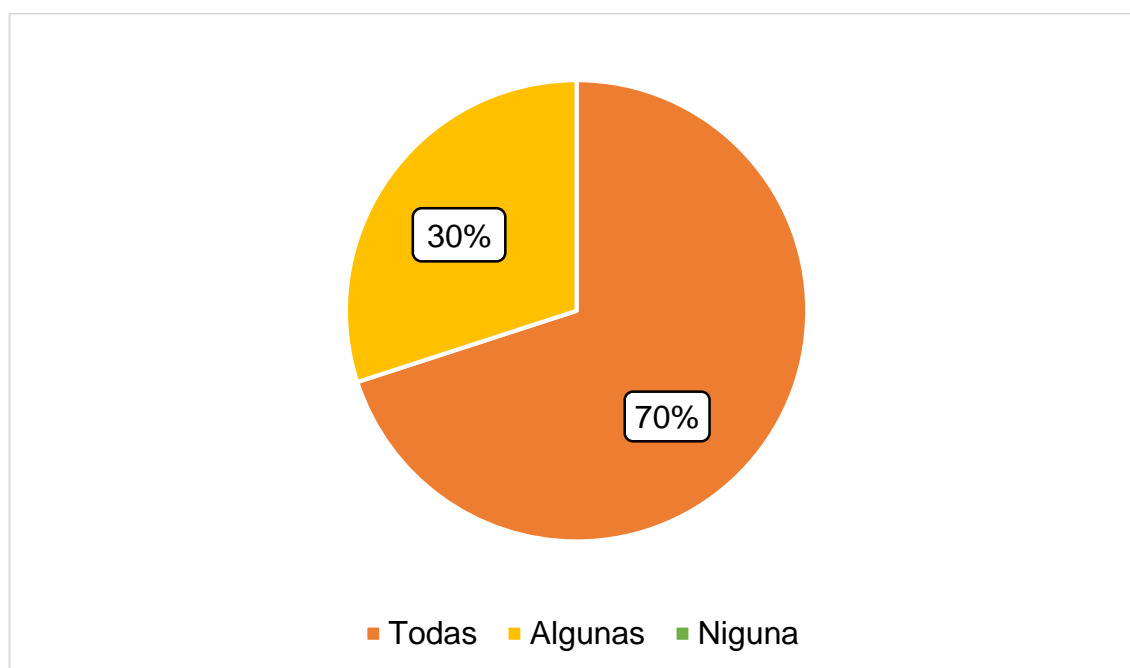
**Resultados descriptivos de la variable independiente COVID-19 respecto a su dimensión Acciones ante el Covid-19**

**Tabla N°2.** Cumplimiento de acciones según el D.S. N°044-2020-PCM

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Todas	7	70,0	70,0	70,0
Algunas	3	30,0	30,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°2.** Cumplimiento de acciones según el D.S. N°044-2020-PCM



Fuente: Tabla N°2

Respecto a la tabla y figura 2, que indica el cumplimiento del D.S. N.º 044-2020-PCM ante el COVID-19, el 70% de los colaboradores señalan que



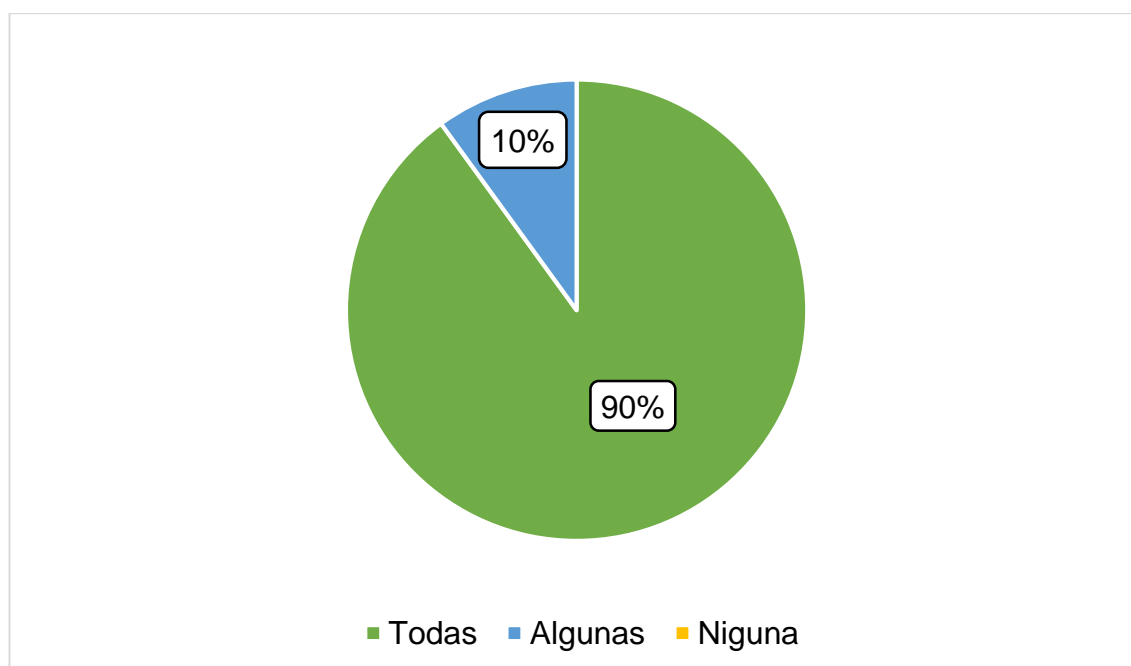
todas las acciones fueron cumplidas por la empresa, mientras que un 30% menciona que solo fueron algunas acciones.

**Tabla N°3.** Cumplimiento de acciones según D.S. N°044-2020-PCM

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Todas	9	90,0	90,0	90,0
Válido Algunas	1	10,0	10,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°3.** Cumplimiento de acciones según D.S. N°044-2020-PCM



Fuente: Tabla N°3

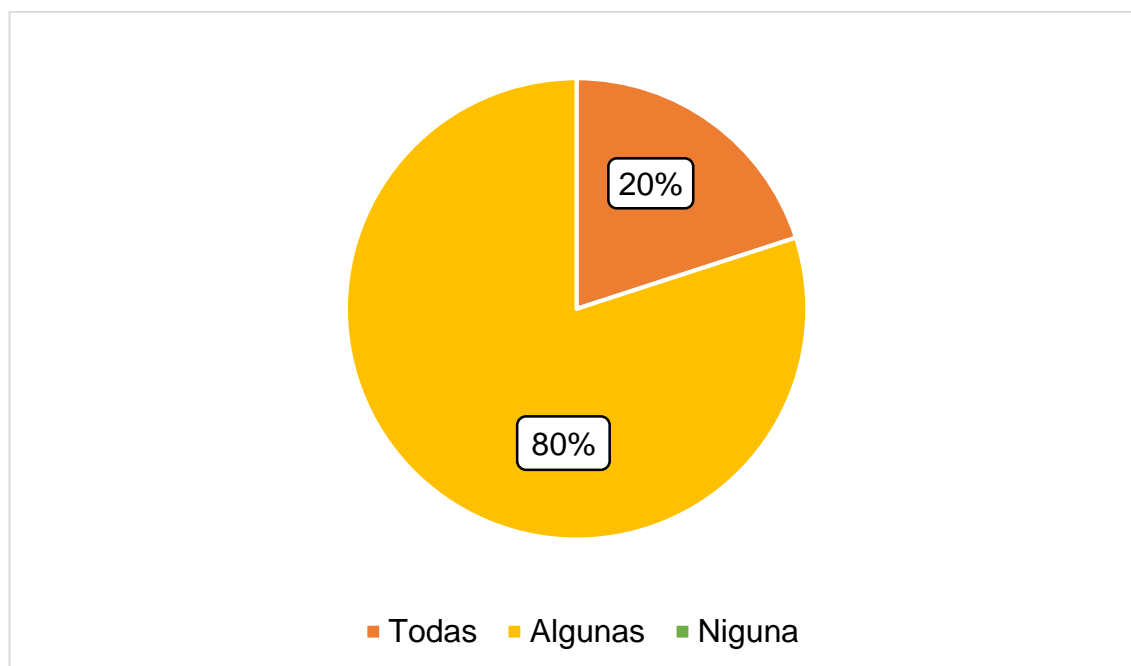
Respecto a la tabla y figura 3, se observa que el 90% de colaboradores indicaron que se cumplieron todas las acciones para cuidar la salud de los trabajadores según el D.S. N.º 044-2020-PCM, por otro lado, un 10% menciona que solo se cumplieron algunas de estas acciones.

**Tabla N°4.** Medidas para reanudación de actividades económicas según D.S. N°080-2020-PCM

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas	8	80,0	80,0
	Todas	2	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°4.** Medidas para reanudación de actividades económicas según D.S. N°080-2020-PCM



Fuente: Tabla N°4

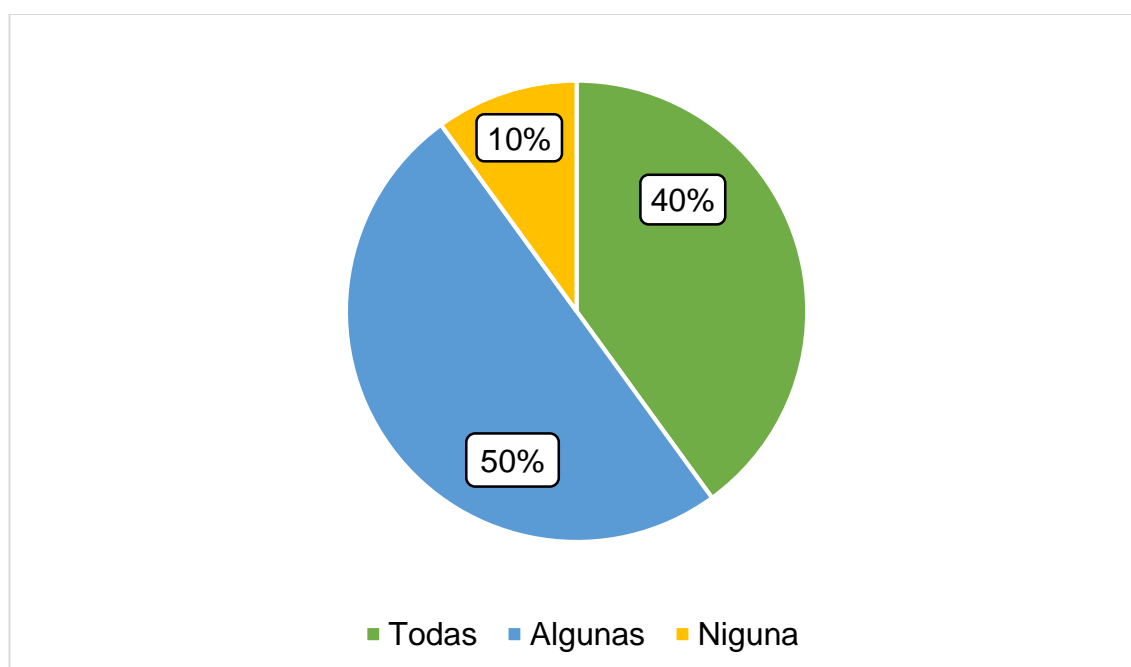
Respecto a la tabla y figura 4 sobre la reanudación de actividades económicas de acuerdo con el D.S. N.º 080-2020-PCM, el 80% de los trabajadores mencionaron que se cumplieron con todas las acciones establecidas para reactivar las actividades de los trabajadores.

**Tabla N°5.** Cumplimiento de acciones según D.S. N°080-2020-PCM

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas	5	50,0	50,0
	Todas	4	40,0	90,0
	Ninguna	1	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°5.** Cumplimiento de acciones según D.S. N°080-2020-PCM



Fuente: Tabla N°5

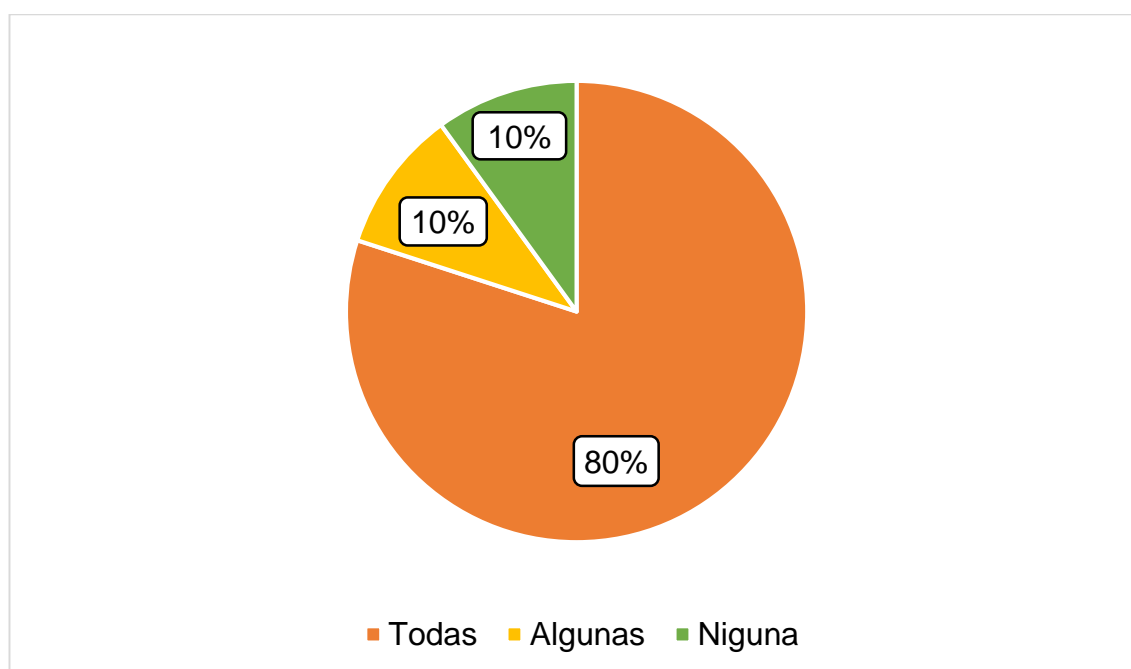
Respecto a la tabla y figura 5, sobre la reanudación de actividades económicas de acuerdo con el D.S. N.º 080-2020-PCM, la mayoría de los trabajadores encuestados mencionaron que en un 50% solo se cumplieron algunas de las acciones establecidas para reactivar las actividades de la empresa.

**Tabla N°6.** Repercusiones debido a la suspensión perfecta según D.U. N°038-2020

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Todas	8	80,0	80,0
	Ninguna	1	10,0	90,0
	Algunas	1	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°6.** Repercusiones debido a la suspensión perfecta según D.U. N°038-2020



Fuente: Tabla N°6

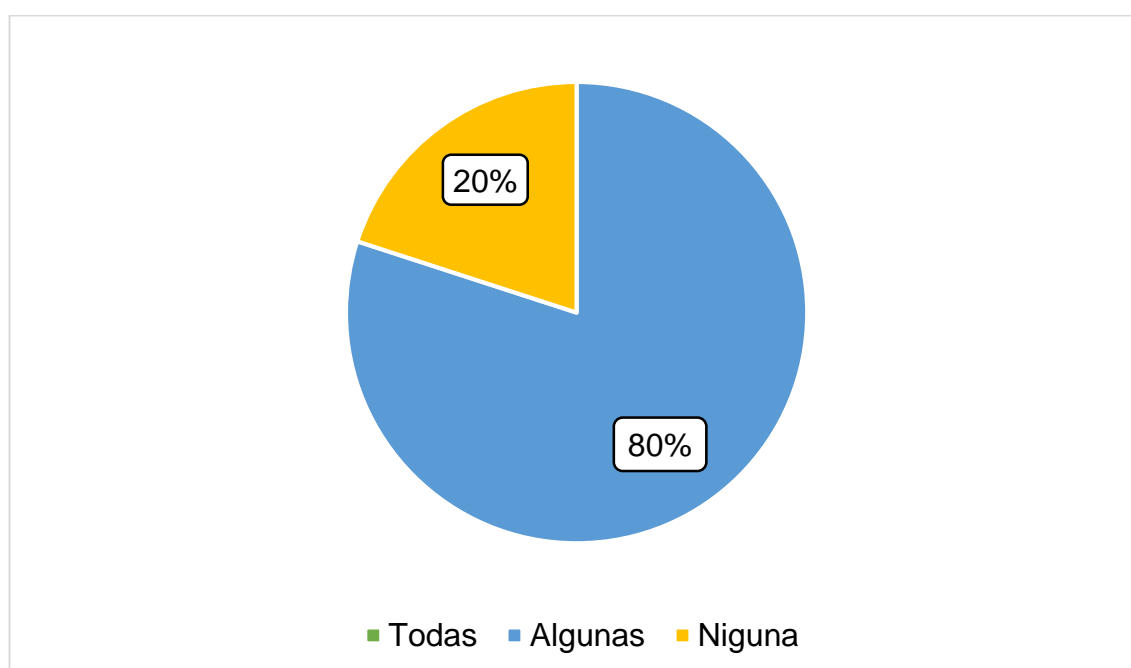
En la tabla y figura 6 se observa que, el 90% de los trabajadores encuestados señalan que hubo repercusiones para la empresa debido a la suspensión perfecta del D.U. N°038-2020 ya sea en su totalidad o parcialmente.

**Tabla N°7.** Gestión del costo operativo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas	8	80,0	80,0	80,0
Válido Ninguna	2	20,0	20,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°7.** Gestión del costo operativo



Fuente: Tabla N°7

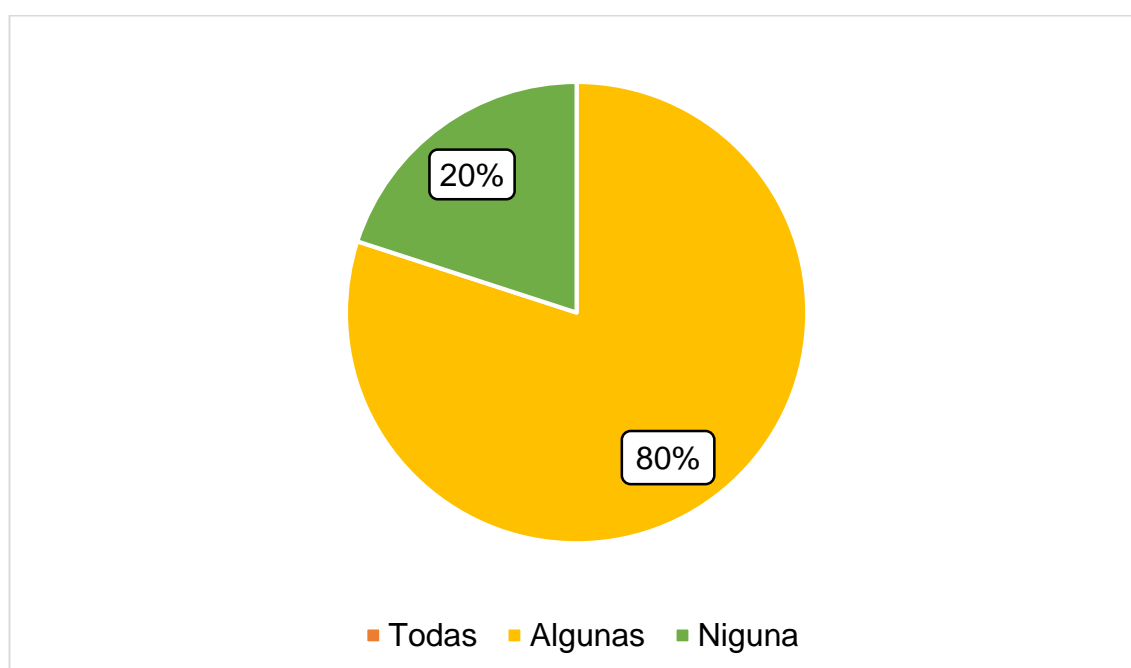
En la tabla y figura 7, según el 80% de la población encuestada, el programa REACTIVA PERÚ ayudó en solucionar algunos costos operativos de la empresa durante la pandemia.

**Tabla N°8.** Estrategias de contingencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas	8	80,0	80,0	80,0
Válido Ninguna	2	20,0	20,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°8.** Estrategias de contingencia



Fuente: Tabla N°8

Se visualiza en la tabla y figura 8, que el programa REACTIVA PERÚ, facilitó en un 80% la elaboración de estrategias de contingencias por parte de la empresa para hacer frente a la paralización económica a causa del COVID - 19.

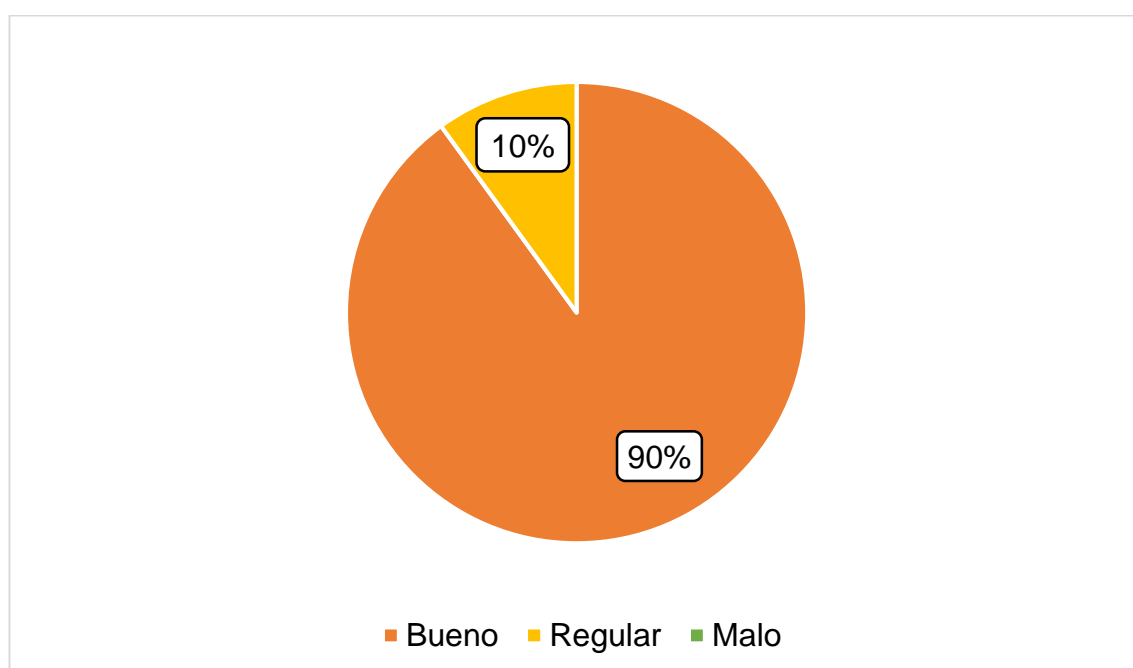
### **Análisis descriptivos de la variable independiente COVID-19**

**Tabla N°9.** Percepción de las ventas en los periodos 2019-2022

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	1	10,0	10,0	10,0
Válido Bueno	9	90,0	90,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°9.** Percepción de las ventas en los periodos 2019-2022



Fuente: Tabla N°9

De acuerdo a la tabla y figura 9, sobre conocer la percepción de las ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. desde el año 2019 al 2022, donde el 90% de los encuestados indican que fue bueno, por otro lado, un 10% mencionaron que fue regular.

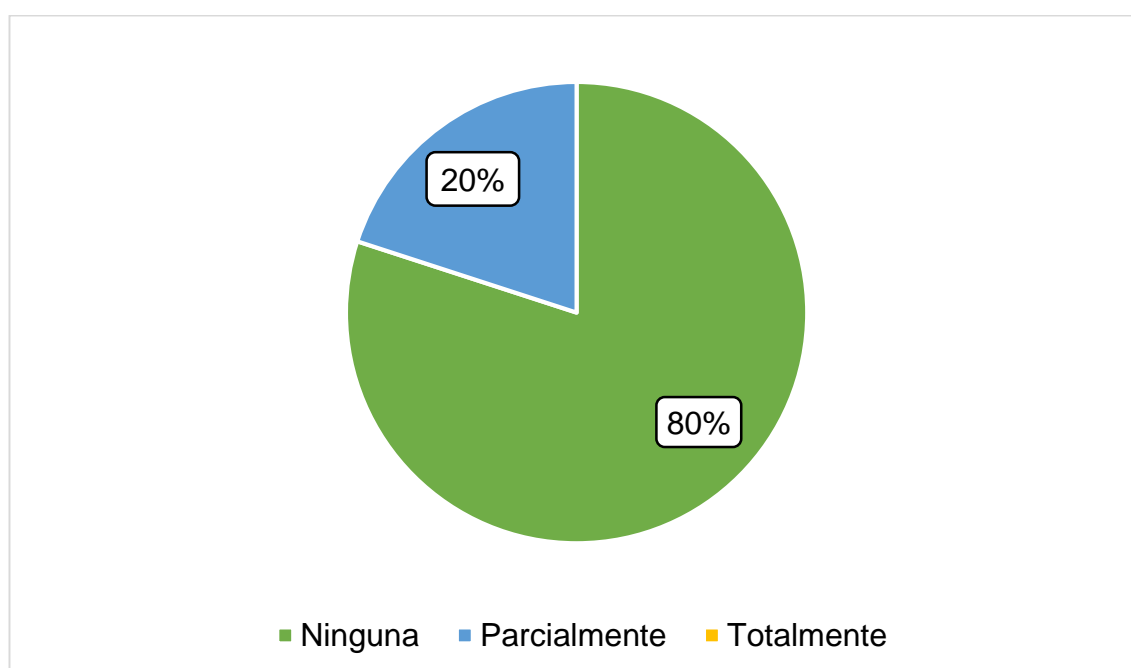
**Análisis descriptivo de la variable dependiente ventas respecto a su primera dimensión Mix de marketing**

**Tabla N°10.** Cambios en el producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguna	8	80,0	80,0	80,0
	Parcialmente	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°10.** Cambios en el producto



Fuente: Tabla N°10

En la tabla y figura 10, observamos que no se llevó a cabo ningún cambio en el producto para buscar nuevos segmentos o nichos de mercado según el 80% de los colaboradores, en cambio el 20% indica que se realizó cambios parciales.

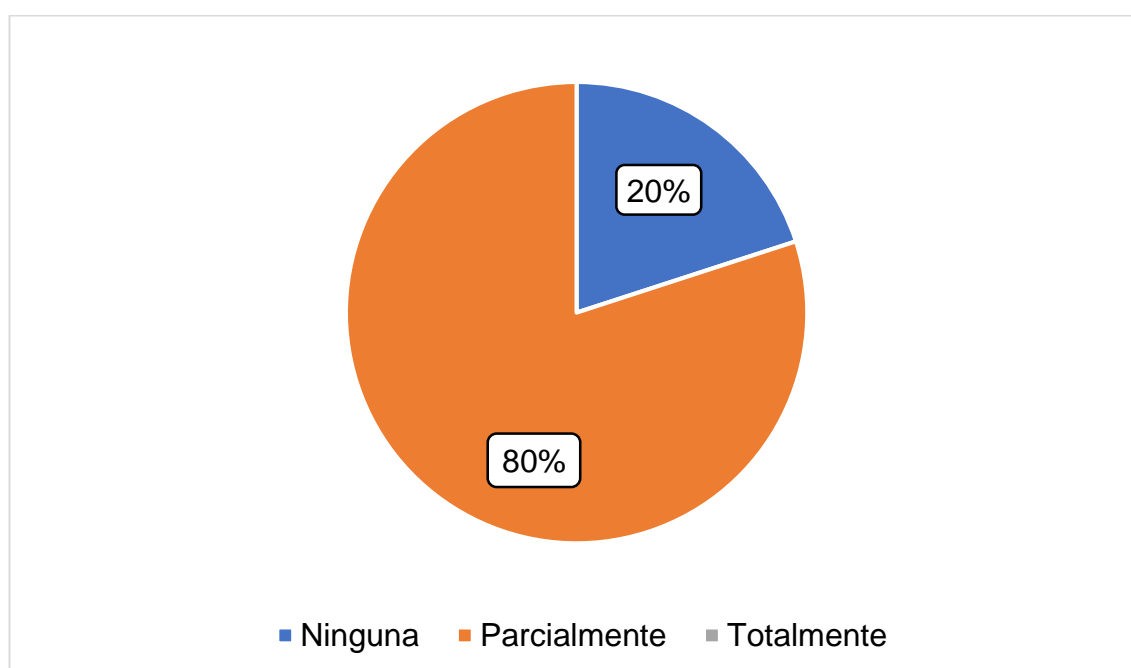


**Tabla N°11.** Cambios en el precio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente	8	80,0	80,0	80,0
	Ninguna	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°11.** Cambios en el precio



Fuente: Tabla N°11

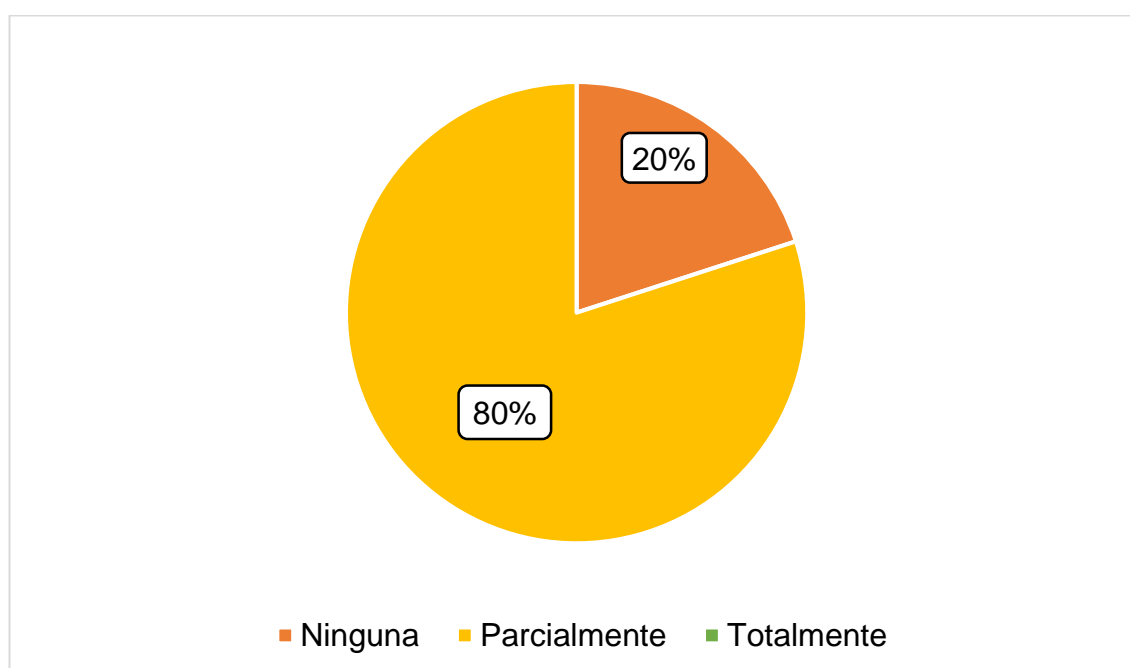
De acuerdo a la tabla y figura 11, se puede visualizar que según el 80% de los encuestados indicaron que hubo cambios en el precio, pero que estos no fueron particularmente significativos para buscar nuevos segmentos o nichos de mercado.

**Tabla N°12.** Cambios en la plaza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Parcialmente	8	80,0	80,0	80,0
Válido Ninguna	2	20,0	20,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°12.** Cambios en la plaza



Fuente: Tabla N°12

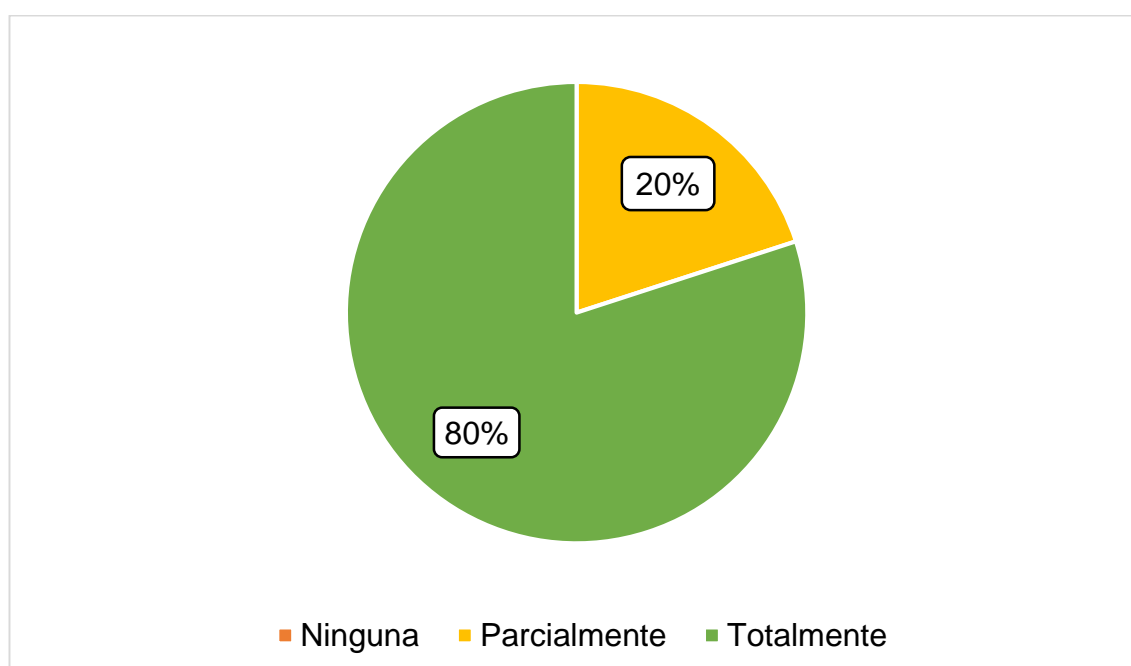
En la tabla y figura 12, se muestra que un 80% de los trabajadores indica que hubo cambios para conseguir una nueva plaza donde ofrecer los servicios que brinda la empresa, solo que estos fueron parciales.

**Tabla N°13.** Cambios en la promoción y publicidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente	8	80,0	80,0	80,0
Válido Parcialmente	2	20,0	20,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°13.** Cambios en la promoción y publicidad



Fuente: Tabla N°13

De acuerdo con la tabla y figura 13, el 80% de los trabajadores encuestados demuestran que se llevaron a cabo cambios significativos en la empresa respecto a la promoción y publicidad con la idea de llegar a segmentos nuevos o expandir el nicho de mercado.

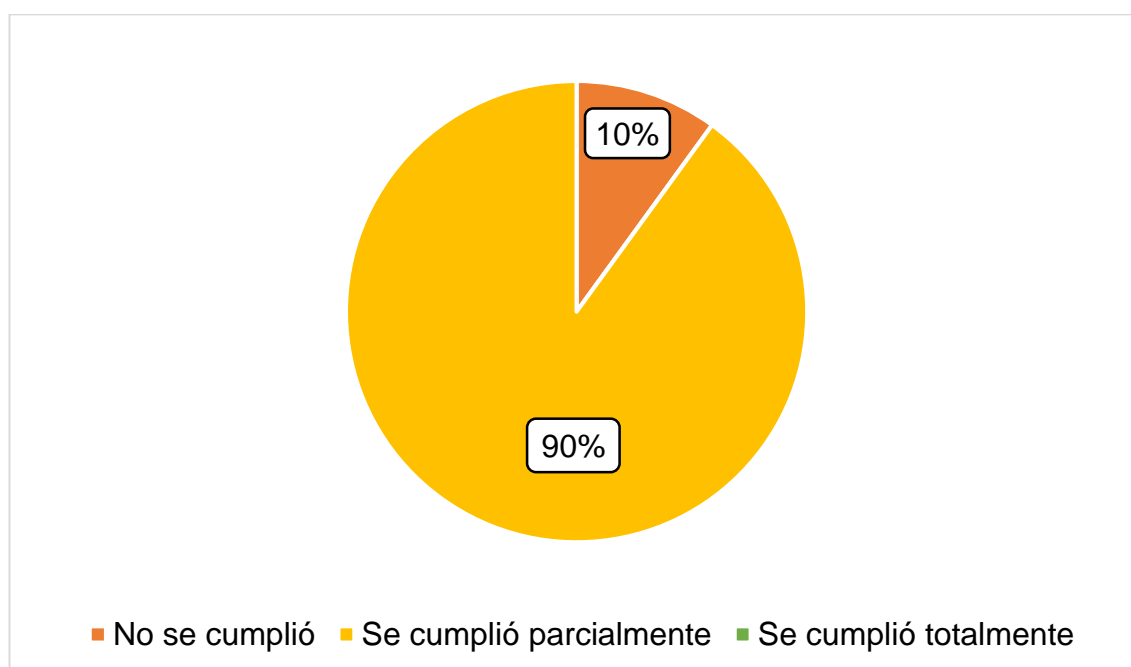
**Análisis descriptivo de la variable dependiente ventas respecto a su segunda dimensión Comportamiento de las ventas 2019-2022**

**Tabla N°14.** Cumplimiento de metas y objetivos trazados periodo 2019

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Se cumplió parcialmente	9	90,0	90,0	90,0
Válido No se cumplió	1	10,0	10,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°14.** Cumplimiento de metas y objetivos trazados periodo 2019



Fuente: Tabla N°14

En la tabla y figura 14, los resultados arrojados en el periodo 2019 muestran que se llegó parcialmente a cumplir los objetivos y metas trazadas, según el 90% de la muestra de estudio.

**Tabla N°15.** Cumplimiento las metas y objetivos trazados periodo 2020

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se cumplió	10	100,0	100,0	100,0

**Figura N°15.** Cumplimiento de las metas y objetivos trazados periodo 2020



Fuente: Tabla N°15

Para el periodo 2020, los resultados de la tabla y figura 15, muestran que no se llegó a cumplir ninguna meta u objetivo trazado por la empresa.

**Tabla N°16.** Cumplimiento de metas y objetivos trazados periodo 2021

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se cumplió	10	100,0	100,0	100,0

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°16.** Cumplimiento de metas y objetivos trazados período 2021



Fuente: Tabla N°16

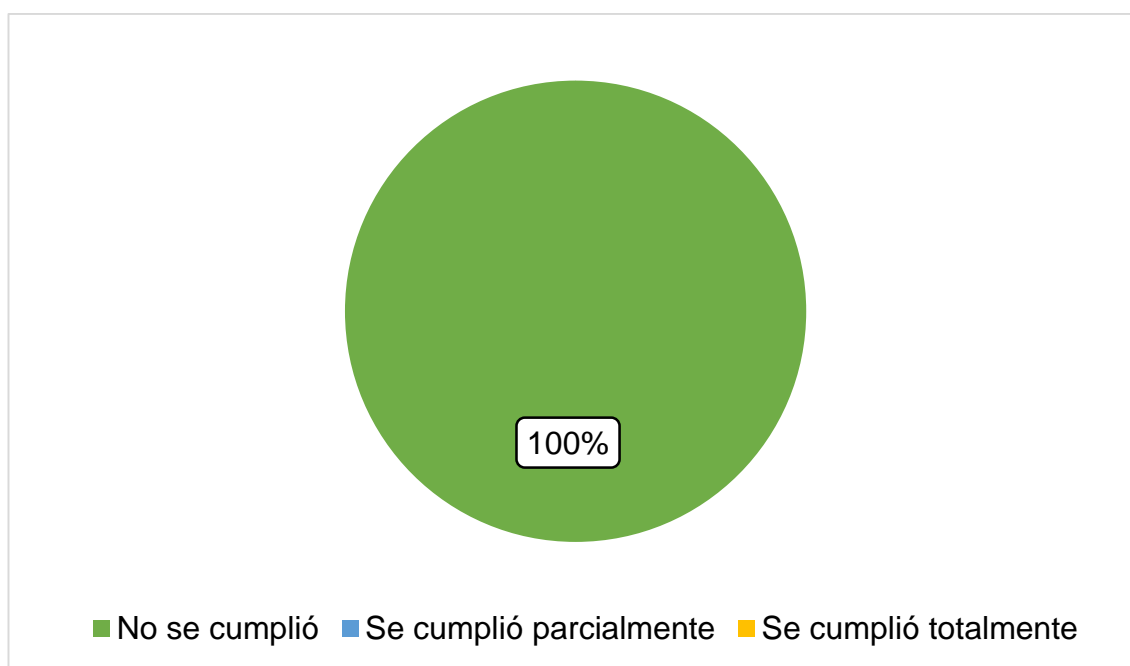
Se observa que en la tabla y figura 16, que al igual que el periodo 2020, los resultados indican que para el año 2021 tampoco se cumplieron los objetivos y metas establecidos en la empresa.

**Tabla N°17.** Cumplimiento de metas y objetivos trazados periodo 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se cumplió	10	100,0	100,0	100,0

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°17.** Cumplimiento de las metas y objetivos trazados período 2022



Fuente: Tabla N°17

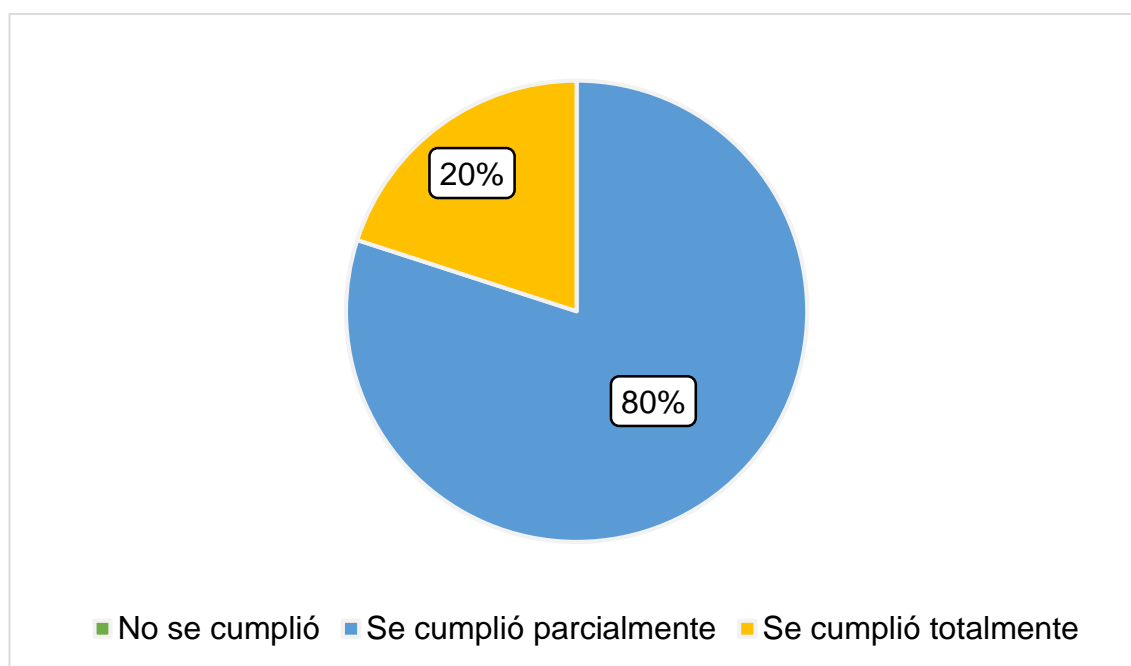
Con respecto al período 2022, la tabla y figura 17 evidencia que en un 100% no se cumplieron las metas y objetivos que trazo la empresa en ese año.

**Tabla N°18.** Cumplimiento de las reservas pagadas por adelantado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Se cumplió parcialmente	8	80,0	80,0	80,0
No se cumplió	2	20,0	20,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°18.** Cumplimiento de reservas pagadas por adelantado



Fuente: Tabla N°18

Según tabla y figura 18, en el periodo 2019-2020, el 80% de los encuestados mencionan que se llegó a atender casi en su totalidad las reservas pagadas por adelantado.

**Tabla N°19.** Cumplimiento de la devolución del dinero a las reservas canceladas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se cumplió parcialmente	10	100,0	100,0	100,0

Fuente: Instrumento de recolección de datos



**Figura N°19.** Cumplimiento de la devolución del dinero a las reservas canceladas



Fuente: Tabla N°19

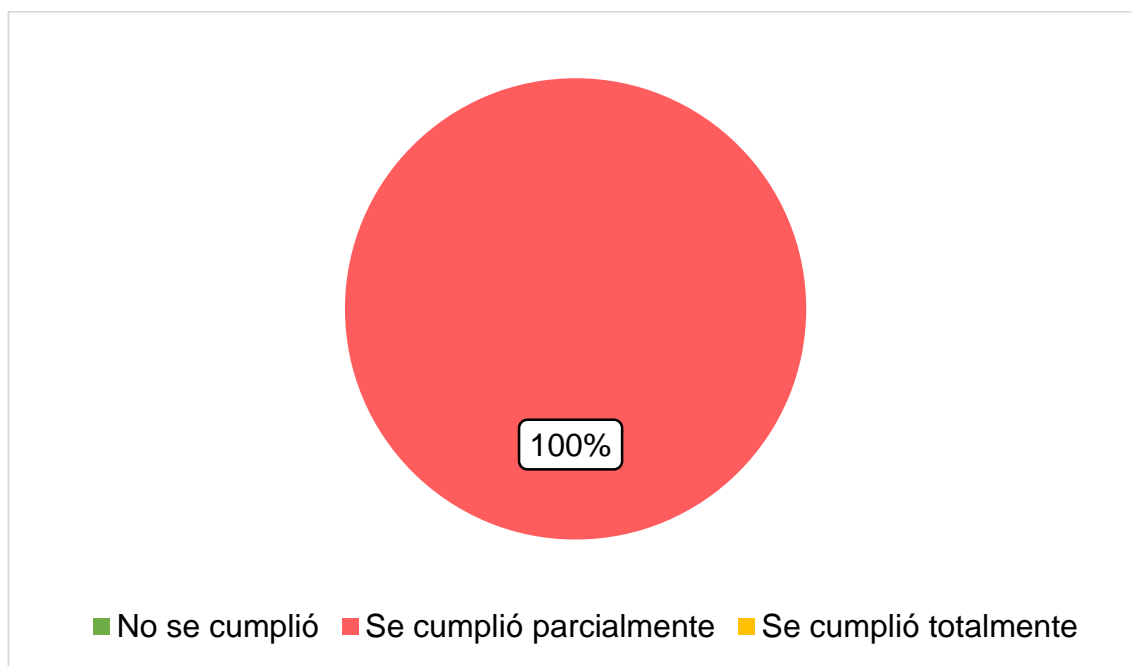
Para la tabla y figura 19, se puede observar que toda la muestra indica que se llegó a cumplir parcialmente con la devolución del dinero a las reservas canceladas debido a la pandemia del Covid-19.

**Tabla N°20.** Cumplimiento de las nuevas exigencias según los operadores turísticos nacionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se cumplió parcialmente	10	100,0	100,0	100,0

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°20.** Cumplimiento de las nuevas exigencias según los operadores turísticos nacionales



Fuente: Tabla N°20

Según la totalidad de encuestados, en el período 2020-2022 se llegó a cumplir parcialmente las nuevas exigencias solicitadas por los operadores turísticos nacionales durante la reanudación de las actividades económicas.

**Tabla N°21.** Cumplimiento de las nuevas exigencias según los operadores turísticos internacionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se cumplió parcialmente	10	100,0	100,0	100,0

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°21.** Cumplimiento de las nuevas exigencias según los operadores turísticos internacionales



Fuente: Tabla N°21

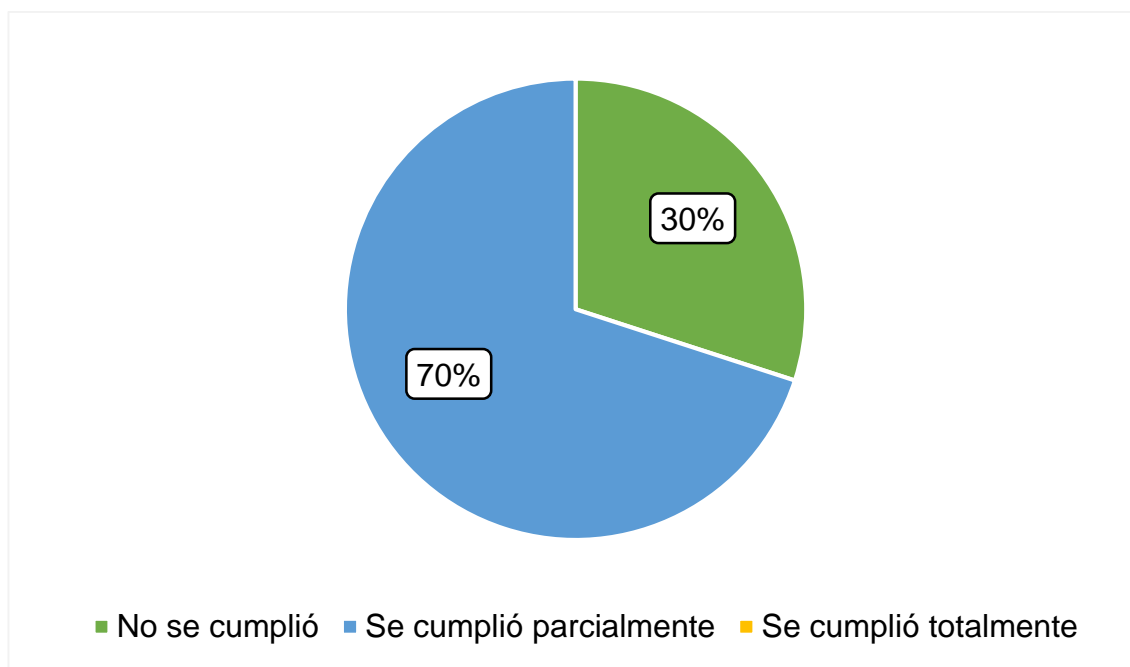
En la tabla y figura 21, se observó que en el periodo 2020-2022, se cumplió de manera parcial con el cumplimiento de las nuevas demandas solicitadas por los operadores turísticos internacionales en el transcurso de la reanudación de las actividades económicas según el 100% de los colaboradores encuestados.

**Tabla N°22.** Cumplimiento de la captación de la demanda del nuevo target

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Se cumplió parcialmente	7	70,0	70,0	70,0
No se cumplió	3	30,0	30,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

**Figura N°22.** Cumplimiento de la captación de la demanda del nuevo target



Fuente: Tabla N°22

Se visualizó en la tabla y figura 22, que los resultados obtenidos por los encuestados en el marco del período 2019-2022, un 70% indicó que se pudo realizar parcialmente con captación de la demanda del nuevo target, en cuanto al 30% mencionaron que no se cumplió con la captación.

### **Resultados del análisis estadístico inferencial**

**Hi:** El COVID-19 impactó significativamente en las ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. en el período 2019-2022.

**Ho:** El COVID-19 no tuvo un impacto significativo en las ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. en el período 2019-2022.

### **Regresión lineal simple**

Es una correlación de causalidad donde muestra una medida estadística que expresa hasta qué punto dos variables están relacionadas linealmente, determinando como cambian conjuntamente a una tasa constante.

**Tabla N°23.** Modelo de coeficiente de determinación ( $R^2$ )

Modelo	R	$R^2$	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0,653 <sup>a</sup>	0,427	0,355	1,561

a. Predictores: (Constante o independiente), COVID19

b. Variable dependiente: VENTAS

Fuente: Instrumento de recolección de datos

El  $R^2$  arroja un resultado de 0.427, lo que indica la existencia de una correlación de causalidad positiva media entre la variable independiente o predictora Covid-19 y la variable dependiente Ventas, esto significa que a medida que una variable aumenta, la otra también tiende a aumentar; asimismo el  $R^2$  determina que el 42.70% de la variabilidad de la variable dependiente ventas se debe a la variable independiente Covid-19 y el complemento 57.30% es consecuencia de otros factores.

## ANOVA

**Tabla N°24.** Análisis de varianza (ANOVA)

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	14,507	1	14,507	5,953	0,041 <sup>b</sup>
Residuo	19,493	8	2,437		
Total	34,000	9			

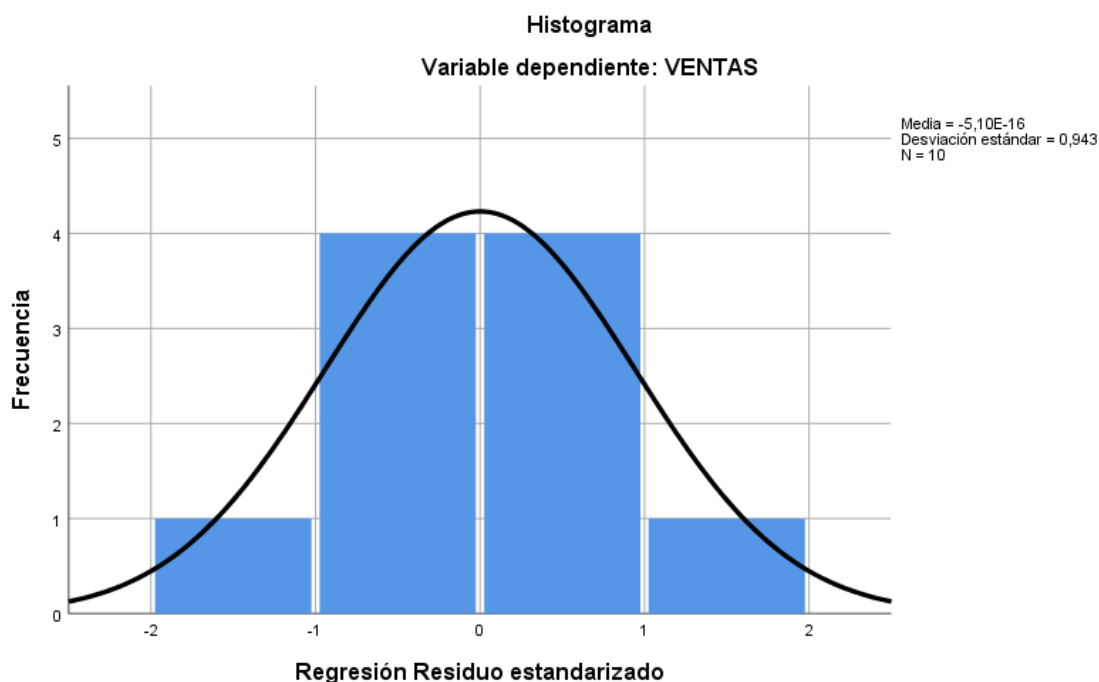
a. Variable dependiente: VENTAS

b. Predictores: (Constante o independiente), COVID19

Fuente: Instrumento de recolección de datos

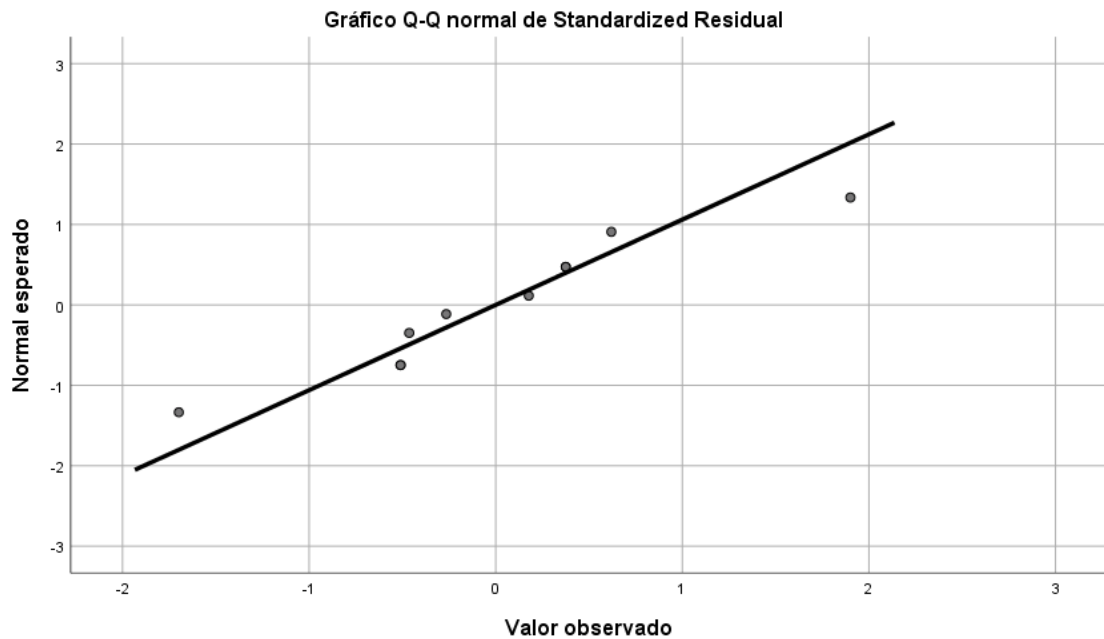
La relación de causalidad entre la variable independiente o predictora Covid-19 y la variable dependiente ventas registra un Sig. de  $0.041 < 0.05$ , por lo tanto, la relación es significativa.

**Figura N°23.** Regresión Residuo estandarizado



Fuente: Tabla N°24

**Figura N°24.** Gráfico Q-Q normal de Standardized Residual



Fuente: Tabla N°24

### Pruebas de normalidad

**Tabla N°25.** Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Standardized Residual	0,194	10	0,200*	0,943	10	0,590

Fuente: Instrumento de recolección de datos

En la prueba de normalidad de los residuos se escoge a Shapiro-Wilk, por ser una muestra  $<50$ , observando el resultado de  $0.590 > 0.05$  con lo cual se determina la normalidad residual, lo que también se puede observar en el histograma y gráfica lineal, por lo tanto, el modelo utilizado es el correcto.

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos por medio del análisis descriptivo sirvieron para analizar el caso de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. y comprender el impacto que sufrieron sus ventas durante los periodos 2019 – 2022 que se dio la pandemia del COVID – 19, de esa manera contrastar con los resultados de otros trabajos de investigación citados en este estudio.

De acuerdo con el objetivo específico N°1 que pretende mostrar acciones que tomó la empresa para poder afrontar la pandemia del COVID-19 en el período 2019-2022, la medida más importante que se tomó fue en torno al D.S. N°044-2020-PCM, que se puede visualizar en la tabla N°1 en la cual indica que para el 70% de la muestra, se cumplieron con todas las disposiciones decretadas por el estado de emergencia, también señala que para un 90% de los empleados indicaron que la empresa cumplió con acciones para salvaguardar sus vidas en su totalidad (tabla 2); Por otro lado, se demostró que para un 80% de los trabajadores (tabla 3) si se tomaron medidas para la reanudación de actividades económicas según el D.S. N°080-2020-PCM, asimismo para un 50% se cumplió con algunas de las acciones para la reanudación de actividades económicas de acuerdo al (tabla 4). Por lo tanto, estas restricciones que obedecen al D.U. N°038-2020 impuesto por el estado llevó a que la empresa tenga que hacer uso de la suspensión perfecta, los datos encontrados en la tabla 5 señalan que, para un 80% de los encuestados sí hubo repercusiones en la empresa en su todas sus áreas. Con relación a estos resultados, el estudio de García y Pinedo (2021) sobre 3 empresas del sector hotelero, muestran que aplicaron similares acciones para contrarrestar la restricción sanitaria, teniendo que recordar personal, disminuir



sueldos, reducción de gastos y suspensión de algunas actividades. En ambos casos se presentaron medidas similares debido a que se vieron afectadas por el D.S. N°044-2020-PCM, por ende, utilizando medidas como la suspensión perfecta según el D.U. N°038-2020 y el programa REACTIVA PERÚ para poder afrontar la pandemia.

Por otro lado, para el objetivo específico N° 2, se ha encontrado que para poder reaccionar frente a la situación de emergencia la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C ha implementado estrategias necesarias para poder hacerle frente. En este sentido, uno de los principales actores que ayudó a la empresa fue el gobierno peruano con el programa REACTIVA PERÚ; esto se evidencia en los resultados obtenidos, donde el 80% de los trabajadores encuestados mencionó que el apoyo proporcionado por este programa solucionó algunos aspectos del costo operativo (tabla 6). Asimismo, en la tabla 7, se muestra que este programa fue importante para desarrollar estrategias de contingencia en el tiempo que duró la paralización económica según los trabajadores encuestados. Además, para la situación en la que se encontraba la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C, tuvo que realizar algunos cambios en el marketing mix, con el afán para encontrar nuevos segmentos o nichos de mercado, por otro lado, con respecto al producto el 80% de la muestra menciona que no se realizó algún cambio (tabla 8); que a diferencia del precio el 80% indica que sufrió un cambio parcial (tabla 9), al igual que el lugar donde se ofrece el producto o también llamado plaza, donde el 80% también menciona que fue parcialmente cambiado (tabla 10), siendo el último punto, la promoción y publicidad necesaria para adaptarse a la emergencia, donde el 80% (tabla 11) percibieron que se cambió en su

totalidad en la forma de promocionar y publicitar la empresa. En este caso, se corrobora estos resultados en la investigación de Becerra y Vega (2021) donde concluye que el impacto del COVID 19 vino a provocar una disminución de las ventas y la permanencia de los costos fijos relacionados a la actividad turística, de lo cual los autores sugieren que el gobierno debe intervenir con programas de acción implementados, programas que la presente investigación apoyamos.

Con respecto al objetivo específico N°3, lo que nos viene a revelar los datos, es que antes del 2020, la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C llegó a cumplir los objetivos y metas trazados según los trabajadores encuestados (tabla 12), es a partir del 2020 donde empieza un descenso en las ventas, ocasionando que la empresa no llegue a cumplir con sus metas y objetivos planeados durante los años 2020, 2021 y 2022 (representados en la tabla 13, 14 y 15 respectivamente). Asimismo, lo que podemos evidenciar con respecto al comportamiento de las ventas en los periodos 2019 al 2022 por parte de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C, se muestra en la tabla 17 y 16 respectivamente, lo cual evidencia que se tuvieron que hacer devolución del dinero de las reservas canceladas pese a que no estaban contempladas en el contrato debido a que nadie sabía que el COVID – 19 iba a ocasionar cambios drástico en la vida de las personas, sobre el cuál el 100% de los trabajadores encuestados señalan que se cumplió parcialmente con esta devolución, por otro lado, sobre la atención que se hizo sobre las reservas pagadas por adelantado en el período 2019 – 2020, se muestra que el 80% son los que indican que se llegó a cumplir, pero de forma parcial. Finalmente, este nuevo escenario para las empresas turísticas originó nuevas exigencias

durante la reanudación de las actividades económicas en la forma de ofrecer el servicio, ya sea a los clientes nacionales, como internacionales; para el cuál la empresa llegó a cumplir parcialmente según la población encuestada (tabla 18 y 19). Además, la tabla 20 pone en evidencia que, se llegó a captar ese nuevo target identificado según el 70% de trabajadores, pero el otro 30% llegó a mencionar que no se cumplió. Respecto a este hallazgo, en su estudio León (2023) comparte sus resultados que asemejan bastante debido a la suspensión de todas las actividades, afectando especialmente al sector turístico, impactando de forma negativa el balneario.

Para finalizar, de acuerdo con el objetivo general, en base al análisis descriptivo se evidencia que el 100% de los encuestados indicó que las acciones para cumplir con el D.S. N.º 044-2020-PCM por parte de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. fue regular, por otro lado el 90% de los encuestados señaló que su percepción de las ventas fueron buenas en los periodos de 2019 a 2022, cabe destacar que a partir de 2020 las ventas tuvieron un cambio por los sucesos del COVID – 19 provocando un cambio de percepción. Asimismo, se contrastó la hipótesis general por medio de la regresión lineal simple lo cual comprueba la correlación de causalidad de la variable independiente COVID-19 con la variable dependiente ventas, donde el coeficiente de determinación ( $R^2$ ) resulto en 0.427, lo cual indicaría que su conexión causal es positiva media, empleando además técnicas estadísticas como el análisis de varianza mejor conocido como ANOVA, y la prueba de normalidad, para poner en evidencia la significancia y comprobar que los datos siguen una distribución normal, lo cual resultó que existe significancia en la relación del  $0.041 < 0.05$ , asimismo, para prueba de normalidad se

empleó el modelo de Shapiro-Wilk, lo cual resultó en  $0.590 > 0.05$ , comprobando de esta manera que se acepta la hipótesis alterna, lo que significa que el COVID-19 tuvo impacto significativo en las ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. durante los periodos 2019 – 2022. En ese contexto, la investigación de García y Pinedo (2021), el impacto de la pandemia de COVID-19 en la viabilidad financiera y económica de las empresas del sector hotelero, se determinó que en las 3 empresas analizadas en su estudio que las ventas disminuyeron drásticamente en el transcurso del año 2020, lo que a su vez resultó en una baja utilidad y una disminución directa en su índice de rentabilidad, a pesar del apoyo de organizaciones como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

## CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados descriptivos, se indica que el cumplimiento de las acciones según el D.S. N.º 044-2020-PCM por parte de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C., se realizaron a un nivel regular según el 100% de encuestados, asimismo, se demuestra que la percepción de las ventas en el periodo 2019-2022 fue bueno y regular, en un 90% y 10% respectivamente. Por otro lado, según lo evidenciado en los cuadros y figuras del análisis de regresión lineal respecto a la hipótesis general, se rechaza la Hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la Hipótesis alterna  $H_1$ , debido al resultado del coeficiente de determinación  $R^2$  de 0.427 indicando correlación de causalidad positiva media y la significancia de ANOVA de Sig. 0.041 < 0.05. Se deduce que el Covid-19 causo un impacto en las ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C.

Por lo tanto, se concluye lo siguiente sobre las hipótesis específicas:

1. De acuerdo a la identificación de las acciones tomadas para afrontar la pandemia del COVID – 19 por la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C., se comprobó que tales acciones fueron: cumplir con las restricciones decretadas en el D.S. N°044-2020-PCM y salvaguardar el bienestar de los trabajadores en un 70% y 90% respectivamente. Esto significa que se cumple con la hipótesis específica N°1, culminando que, las acciones tomadas por la empresa fueron drásticas, en el sentido que, a pesar del apoyo que brindó el gobierno para la reactivación económica y los programas como REACTIVA PERÚ no

fueron suficientes para que la empresa le haga frente al COVID-19 en los periodos 2019-2022.

2. Para poder cumplir con las necesidades de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. para su reactivación económica en el período 2019-2022 realizó algunos cambios en su estrategia de venta, los cuales se pudo distinguir que el 80% de los encuestados indicó que el precio y la plaza cambiaron de manera parcial, y en caso de la promoción y publicidad, el 80% indica que cambio en su totalidad para adaptarse a nuevos segmentos o nichos de mercado. Por consiguiente, se comprueba que la hipótesis específica N°2 no se cumple, porque las estrategias empleadas para la reactivación fueron cumplidas, pero no en su totalidad.
3. El comportamiento de las ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C., tuvieron un declive a partir del año 2020 por causa de la pandemia del COVID-19, desde entonces hasta el año 2022 no se cumplieron con los objetivos y metas trazadas. Teniendo incluso que devolver parte de las reservas pagadas por adelantado según el 80% de los encuestados. Comprobando de esta manera que la hipótesis específica N°3, se cumpla, pues las ventas desde el año 2019 hasta el 2022 tuvieron comportamientos erráticos.

## **CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES**

1. Durante el análisis de los resultados descriptivos e inferenciales de las variables COVID-19 y ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C., se observó que el 42.7% de la variabilidad corresponde a la influencia del COVID-19 en las ventas. Esto implica que el 57.3% restante se debe a otras causas, las cuales están asociadas con los problemas que ocurrieron en el Perú durante ese período, los cuales fueron renuncias de presidentes, huelgas y paralizaciones, que se dieron especialmente en zonas turísticas como Arequipa, Cusco y Puno, por lo que, estos eventos afectaron negativamente la imagen turística del país. En este contexto, la estrategia utilizada por la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C., hasta antes del COVID-19 había sido dirigirse a turistas de alta gama, específicamente adultos mayores. Sin embargo, este grupo demográfico tiende a evitar destinos con alto riesgo de seguridad. Por lo tanto, se recomienda que la empresa explore nuevos nichos de mercado para diversificar sus operaciones. Ejemplo de estos nichos podría ser apuntar hacia clubes, como de pesca deportiva o clubes de avistamiento de aves, entre otras posibilidades.
2. Las acciones tomadas por la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. para cumplir con las normativas durante la pandemia del COVID-19 llevaron a concluir que es necesario considerar una reestructuración en el tema del personal calificado. En este aspecto, se recomienda llevar a cabo una reorganización en la estructura organizacional, con el fin de volver a contar con un equipo estable y capacitado en todas las áreas y puestos de la empresa. Esta

reestructuración busca preparar a la empresa para hacer frente de manera oportuna a la demanda que pueda surgir en futuro próximo. La intención de este cambio es contar con un personal que esté adecuadamente capacitado y que pueda adaptarse rápidamente a las nuevas situaciones y desafíos que puedan surgir en el contexto de la pandemia u otras eventualidades para responder de manera eficiente y efectiva ante cualquier requerimiento que surja.

3. Según la conclusión N°3, la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. intentó realizar un cambio de mercado sin lograr el éxito esperado debido a la falta de precisión en las estrategias utilizadas. En este aspecto se recomienda realizar una investigación de mercado exhaustiva para identificar posibles demandas reales que pueda generar expectativas rentables para la organización incluyendo para el mercado nacional. Elaborando este estudio se podrá obtener información precisa sobre segmentos de mercado y sus intereses, la empresa estará en una posición más sólida para diseñar paquetes turísticos específicos que resulten atractivos para estos nuevos segmentos y así poder asegurar el éxito de la empresa en su intento por cambiar de mercado.
4. Las ventas de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. dependen en gran medida de un mix de marketing adecuado, sin embargo, la empresa no está utilizando esta técnica de manera efectiva. Por tanto, se recomienda que se trabaje en el tema del producto, lo cual implica establecer alianzas estratégicas con empresas de lunch de aventuras, botánica, avistamiento de aves, pesca, entre otros, que estarían



dirigidas tanto a segmentos nacionales como a nichos del mercado internacional. En cuanto al tema del precio, buscando siempre la máxima rentabilidad para la empresa se propone una diferenciación basada en el tipo de turista: nacional o receptivo. Por último, en relación con la promoción y publicidad, es esencial que se mantengan a la vanguardia como política de comunicación e incentivo, esto con el fin de captar el interés de los mercados objetivo, asimismo, vincular el producto con el apoyo social a las comunidades nativas, ya que, esta conexión puede ser un punto diferenciador y atractivo para los clientes, especialmente en la operación del crucero.

5. Finalmente, para mejorar la experiencia ofrecida en los paquetes turísticos, se recomienda incorporar un recorrido selectivo dentro de la ciudad, que incluya visitas a museos, restaurantes y casonas ubicadas en la zona monumental de Iquitos, lo cual proporcionaría a los turistas una visión integral y enriquecedora de la cultura amazónica.

## CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Becerra Astudillo, F. E., & Vega Ruiz, J. M. (2021). *Impacto financiero del covid-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación*. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16729>
- De La Parra, E. (2003). *Estrategias de ventas y negociación*. Panorama Editorial.  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=HGpXazBqgh0C&oi=fnd&pg=PA11&dq=qu%C3%A9s+es+la+venta&ots=72gyULpTZP&sig=6EWdpDkCwHcCxSpU2iYNWq6Wzj0#v=onepage&q=qu%C3%A9s%20es%20la%20venta&f=false>
- Diario Gestión. (2021, noviembre 13). Cruceros de lujo en Iquitos navegan con reservas del 2020 y menos salidas por poca ocupación | ECONOMIA. *Dimension Turistica Magazine*.  
<https://dimensionturistica.com/es/cruceros-de-lujo-en-iquitos-navegan-con-reservas-del-2020-y-menos-salidas-por-poca-ocupacion-economia/>
- Fernández Montalvo, L. M., Prada Silva, M. S., & Villena Sotomayor, J. A. (2022). *El covid-19 y su efecto en la rentabilidad de las empresas del sector hotelero*.  
<http://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/7322>
- Fischer de la Vega, L., & Espejo Callado, J. (2011). *Mercadotecnia*.  
[https://fliphtml5.com/balz/dkwn/Libro\\_Mercadotecnia\\_Laura\\_Fischer\\_y\\_Jorg/](https://fliphtml5.com/balz/dkwn/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorg/)
- Forbes Perú. (2023). El turismo se recuperará en Sudamérica durante 2023: Perú es la excepción. *Forbes Perú*. <https://forbes.pe/economia-y-finanzas/2023-01-31/suramerica-camina-hacia-la-normalizacion-del-sector-turistico-en-2023-salvo-en-peru/>
- García Bobadilla, L. M. (2011). *+ Ventas (4a ED.)*. ESIC Editorial.  
<https://books.google.com.ec/books?id=f5AhxAGEZPgC&printsec=cop>

yright#v=onepage&q&f=false

García Peña, S. M., & Pinedo Lopez, P. G. (2021). ESTUDIO DE CASO DEL IMPACTO ECONOMICO EN LAS EMPRESAS HOTELERAS A CAUSA DEL COVID-19 EN LA CIUDAD DE IQUITOS – PERIODO 2020—2021. *Universidad Científica del Perú*.  
<http://repositorio.ucp.edu.pe/handle/UCP/1435>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación* (Vol. 4). McGraw-Hill Interamericana México.

Instituto Nacional de Estadística e informática. (2020). *Informe Técnico Producción Nacional*.  
[https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/07-informe-tecnico-n07\\_produccion-nacional-may.%202020.pdf](https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/07-informe-tecnico-n07_produccion-nacional-may.%202020.pdf)

Instituto Nacional de Estadística e informática. (2021). *Informe técnico Comportamiento de la Economía Peruana*.  
<https://m.inei.gov.pe/prensa/noticias/producto-bruto-interno-disminuyo-17-en-el-cuarto-trimestre-del-ano-2020-12751/>

Jeremias Trujillo, M. J., & Montero Sanchez, Y. L. (2021). El COVID-19 y su impacto en la rentabilidad en la Empresa J & M Minería S.A.C., 2019-2020. *Universidad Continental*.  
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/10378>

Jerez Jiménez, G. S. (2012). El Proceso de ventas y su incidencia en la calidad del Servicio al Cliente de la empresa EQUIAGRO. [bachelorThesis].  
<https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/2935>

León Rentería, L. A. (2023). Impacto del Covid – 19 en el turismo de sol y playa en el balneario de San Lucas de Colán, 2022. *Universidad Nacional de Frontera*. <http://repositorio.unf.edu.pe//handle/UNF/227>

- Maguiña Vargas, C. (2020). Reflexiones sobre el COVID-19, el Colegio Médico del Perú y la Salud Pública. *Acta Médica Peruana*, 37(1), 8-10. <https://doi.org/10.35663/amp.2020.371.929>
- Mark W. Jhonston & Greg W. Marshall. (2009). *Administración de ventas* (Novena edición). Mc Graw Hill. <https://utecno.files.wordpress.com/2013/06/administrac3b3n-de-ventas.pdf>
- Martínez Alcántara, M. Á. (2021). *Contabilidad y COVID 19*. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/46795/TFG%20-%20Martinez%20Alcantara%2c%20Manuel%20Angel.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Mendez Alvarez, C. E. (2020). *Metodología de la investigación: Diseño y desarrollo del proceso de investigación en ciencias empresariales*. Alpha Editorial S.A. <https://isbn.camlibro.com.co/catalogo.php?mode=detalle&nt=358641>
- MINCETUR. (2022, junio 15). *Mincetur: Turismo de cruceros impulsará llegada de visitantes extranjeros al Perú*. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/621833-mincetur-turismo-de-cruceros-impulsara-llegada-de-visitantes-extranjeros-al-peru>
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS. (s. f.). Conceptos básicos sobre normatividad. *Normatividad*. [https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=categor&id=672&Itemid=100357&lang=es](https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=categor&id=672&Itemid=100357&lang=es)
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2022). *Poder Ejecutivo amplió hasta junio de 2023 la vigencia de las reprogramaciones de Reactiva Perú, FAE Turismo y FAE Texco*. [https://www.mef.gob.pe/es/?option=com\\_content&language=es-ES&Itemid=101108&view=article&catid=100&id=7620&lang=es-ES](https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101108&view=article&catid=100&id=7620&lang=es-ES)

- Moya Quedo, M., & Moya Quedo, F. (2019). El volumen de ventas y su relacion con los ingresos economicos de la empresa la casa de la pachamanca 2019. *Universidad Nacional Hermilio Valdizán*.  
<http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/5520>
- Novás, N. C. (2010). *Promoción Y Venta de Servicios Turísticos*. Ideaspropias Editorial S.L.
- Organización Mundial de la Salud. (2021). *Información básica sobre la COVID-19*. <https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-covid-19>
- Rojas Quijano, Z. G. (2017). La gestión de Ventas y la Rentabilidad. Repositorio Institucional - UIGV.  
<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2597>
- SUNAT. (s. f.). *Resolución de Superintendencia N° 123-2021—Reporte de Ventas*. <https://www.gob.pe/institucion/sunat/informes-publicaciones/2505302-reporte-de-ventas>.

**ANEXOS**

## 01. MATRIZ DE CONSISTENCIA INTERNA

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	TIPO DE DISEÑO DE ESTUDIO	POBLACIÓN DE ESTUDIO Y PROCESAMIENTO	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN
<p>El COVID – 19 Y EL IMPACTO EN LOS INGRESOS DE LA EMPRESA RIVERS &amp; FOREST EXPEDITIONS SAC, PERIODO 2019 - 2022</p>	<p><b>GENERAL</b> ¿Cuál fue el impacto del COVID-19 en las ventas de la empresa Rivers &amp; Forest Expeditions S.A.C. en el periodo 2019-2022?</p> <p><b>ESPECIFICOS</b> 1.- ¿Cuáles fueron las acciones Covid-19 tomadas por la empresa Rivers &amp; Forest Expeditions S.A.C. para afrontar la pandemia del COVID-19 en el periodo 2019-2022?</p> <p>2.- ¿Cuáles fueron las estrategias de venta de la empresa Rivers &amp; Forest Expeditions S.A.C. para su reactivación económica en el periodo 2019-2022?</p> <p>3.-¿Cómo se comportaron las ventas de la empresa Rivers &amp; Forest Expeditions S.A. en el periodo 2019-2022?</p>	<p><b>GENERAL</b> Analizar el impacto del COVID-19 en las ventas de la empresa Rivers &amp; Forest Expeditions S.A.C. en el periodo 2019-2022 en el periodo 2019-2022?</p> <p><b>ESPECIFICOS</b> 1.- Identificar las acciones Covid-19 tomadas por la empresa Rivers &amp; Forest Expeditions S.A.C. para afrontar la pandemia del COVID-19 en el periodo 2019-2022.</p> <p>2.- Identificar las estrategias de venta de la empresa Rivers &amp; Forest Expeditions S.A.C. para su reactivación económica en el periodo 2019-2022</p> <p>3.- Describir el comportamiento de las ventas de la empresa Rivers &amp; Forest Expeditions S.A. en el periodo 2019-2022.</p>	<p><b>GENERAL</b> Hi: El COVID-19 impactó significativamente en las ventas de la empresa Rivers &amp; Forest Expeditions S.A.C. en el periodo 2019-2022.</p> <p><b>ESPECIFICAS</b> Hi1: Las acciones Covid-19 tomadas por la empresa Rivers &amp; Forest Expeditions S.A.C. fueron drásticas para afrontar la pandemia del COVID-19 en el periodo 2019-2022</p> <p>Hi2: Las estrategias de venta de la empresa Rivers &amp; Forest Expeditions S.A.C. fueron agresivas para su reactivación económica en el periodo 2019-2022.</p> <p>Hi3: Las ventas de la empresa Rivers &amp; Forest Expeditions S.A.C. tuvieron un comportamiento errático en el periodo 2019-2022.</p>	<p>La investigación es cuantitativa, de tipo básica, longitudinal de diseño no experimental y nivel descriptivo-causal.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Población</b></p> <p>10 funcionarios que pertenecen a las áreas de Gerencia, Administración, Operaciones, Comercial y Financiera-Contable de la empresa RIVERS &amp; FOREST EXPEDITIONS SAC.</p> <p style="text-align: center;"><b>Procesamiento</b></p> <p>Se utilizarán los softwares de procesamiento de datos: Microsoft Word 2010, Microsoft Excel 2010 y el SPSS ver. 26.</p>	<p style="text-align: center;">Cuestionario</p>

## 02. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### CUESTIONARIO

Con el objetivo de conocer **EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA RIVERS & FOREST EXPEDITIOS S.A.C. PERÍODO 2019-2020**, se aplica el presente cuestionario, en donde se busca obtener información precisa y real respecto a lo ocurrido; Para ello, a continuación, se presenta una serie de ítems que debe calificar de acuerdo a su percepción (**marcar con una X**), teniendo en cuenta la siguiente escala de medición para la **VARIABLE INDEPENDIENTE (CAUSA) COVID-19**:

NINGUNA	ALGUNAS	TODAS
1	2	3

#### VARIABLE INDEPENDIENTE COVID-19

Nº	D1-V1 Acciones ante el Covid-19			
	Acciones, Medidas, repercusiones e impactos de los D.S. y D.U. decretados por el gobierno en la pandemia de Covid-19			
1	¿Se cumplió con las acciones dispuestas por el estado de emergencia decretado por el gobierno según D.S. N°44-2020-PCM)?	Ninguna 1	Algunas 2	Todas 3
2	¿Se cumplió con las acciones dispuestas por el estado de emergencia para salvaguardar la salud de los trabajadores según D.S. N°44-2020-PCM?	Ninguna 1	Algunas 2	Todas 3
3	¿Se tomaron las medidas respecto a los trabajadores para la reanudación de actividades económicas según D.S. N°080-2020-PCM?	Ninguna 1	Algunas 2	Todas 3
4	¿Se cumplió con las acciones para la reanudación de actividades económicas según D.S. N°080-2020-PCM?	Ninguna 1	Algunas 2	Todas 3
5	¿Hubo repercusiones en la empresa debido a la suspensión perfecta según D.U. N°038-2020?	Ninguna 1	Algunas 2	Todas 3
6	¿El apoyo de REACTIVA PERÚ solucionó la gestión del costo operativo de la empresa durante el período?	Ninguna 1	Algunas 2	Todas 3
7	¿REACTIVA PERÚ permitió desarrollar estrategias de contingencia efectivas para cubrir el tiempo de paralización económica?	Ninguna 1	Algunas 2	Todas 3

A continuación, se presenta una serie de ítems que debe calificar de acuerdo a su percepción (**marcar con una X**), teniendo en cuenta la siguiente escala de medición para la **VARIABLE DEPENDIENTE (EFECTO) VENTAS**:



**D1-V2**

NINGUNO	PARCIALMENTE	TOALMENTE
1	2	3

**D2-V2**

No se cumplió	Se cumplió parcialmente	Se cumplió totalmente
1	2	3

**VARIABLE DEPENDIENTE - VENTAS**

Nº	<b>D1-V2 ESTRATEGIAS DE VENTA</b>			
	<b>MIX DE MARKETING</b>			
8	¿Se realizó algún cambio en el producto para buscar nuevos segmentos o nichos de mercado?	NINGUNO 1	PARCIALMENTE 2	TOTALMENTE 3
9	¿Se realizó algún cambio en el precio para buscar nuevos segmentos o nichos de mercado?	NINGUNO 1	PARCIALMENTE 2	TOTALMENTE 3
10	¿Se realizó algún cambio en la plaza (lugar donde se ofertó el producto) para buscar nuevos segmentos o nichos de mercado?	NINGUNO 1	PARCIALMENTE 2	TOTALMENTE 3
11	¿Se realizó algún cambio en la promoción y publicidad para buscar nuevos segmentos o nichos de mercado?	NINGUNO 1	PARCIALMENTE 2	TOTALMENTE 3
<b>D2-V2 COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS 2019-2022</b>				
<b>VENTAS, RESERVAS, CANCELACIONES, VENDEDORES Y DEMANDA</b>				
12	¿En el año 2019 se cumplieron las metas y objetivos trazados por la empresa Rivers & Forest Expeditions SAC?	No se cumplió 1	Se cumplió parcialmente 2	Se cumplió totalmente 3
13	¿En el año 2020 se cumplieron las metas y objetivos trazados por la empresa Rivers & Forest Expeditions SAC?	No se cumplió 1	Se cumplió parcialmente 2	Se cumplió totalmente 3
14	¿En el año 2021 se cumplieron las metas y objetivos trazados por la empresa Rivers & Forest	No se cumplió 1	Se cumplió parcialmente 2	Se cumplió totalmente 3

	Expeditions SAC?			
15	¿En el año 2022 se cumplieron las metas y objetivos trazados por la empresa Rivers & Forest Expeditions SAC?	<b>No se cumplió</b> 1	<b>Se cumplió parcialmente</b> 2	<b>Se cumplió totalmente</b> 3
16	¿Se llegó a cumplir con la atención de las reservas pagadas por adelantado en el período 2019-2022?	<b>No se cumplió</b> 1	<b>Se cumplió parcialmente</b> 2	<b>Se cumplió totalmente</b> 3
17	¿Se llegó a cumplir con la devolución del dinero a las reservas canceladas en las nuevas condiciones no contempladas en los contratos debido a la pandemia del Covid-19?	<b>No se cumplió</b> 1	<b>Se cumplió parcialmente</b> 2	<b>Se cumplió totalmente</b> 3
18	¿Se llegó a cumplir con las nuevas exigencias solicitadas por los operadores turísticos nacionales durante la reanudación de las actividades económicas en el período 2020-2022?	<b>No se cumplió</b> 1	<b>Se cumplió parcialmente</b> 2	<b>Se cumplió totalmente</b> 3
19	¿Se llegó a cumplir con las nuevas exigencias solicitadas por los operadores turísticos internacionales durante la reanudación de las actividades económicas en el período 2020-2022?	<b>No se cumplió</b> 1	<b>Se cumplió parcialmente</b> 2	<b>Se cumplió totalmente</b> 3
20	¿Se logró cumplir con la captación de la demanda del nuevo target identificados durante el período 2019-2022?	<b>No se cumplió</b> 1	<b>Se cumplió parcialmente</b> 2	<b>Se cumplió totalmente</b> 3

## **ANEXOS INFOMATIVOS:**

**Decreto Supremo N° 044-2020-PCM** Decreto Supremo que declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia el brote del COVID-19.

**El D.S. 080-2020-PCM** es un Decreto Supremo emitido por la Presidencia del Consejo de Ministros del Perú. Este decreto establece medidas para la reanudación de actividades económicas en el marco de la emergencia sanitaria por el COVID-19.

**El D.U. 038-2020-PCM** tuvo por objeto establecer medidas extraordinarias, de carácter económico y financiero, que permitan mitigar los efectos económicos causados a los trabajadores y empleadores del sector privado a consecuencia de las medidas restrictivas y de aislamiento social adoptadas en el marco de la Emergencia Sanitaria declarada mediante el Decreto Supremo N° 008-2020-SA y del Estado de Emergencia Nacional declarado mediante el Decreto Supremo N° 044-2020-PCM, y sus prórrogas, ante la propagación del COVID-19, así como preservar los empleos de dichos trabajadores.

### 03. CONSENTIMIENTO INFORMADO

RUC: 20600428676

Institución: **Rivers & Forest Expeditions S.A.C.**

\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_  
Fecha

Por la presente declaro que he leído cuestionario de la investigación titulada: **EI COVID-19 Y EL IMPACTO EN LOS INGRESOS DE LA EMPRESA RIVERS & FOREST EXPEDITIONS SAC, PERIODO 2019-2022**, de los investigadores Vasquez Gonzales Michael y Sánchez Salazar Nataly.

**Objetivo:** Esta investigación tiene por objetivo estudiar las condiciones, aspectos y circunstancias que causó la pandemia en los ingresos de la empresa Rivers & Forest Expeditions S.A.C. dentro del periodo del 2019 hasta el 2022.

He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado. El estudio incluirá a un número total de 10 de participantes de la empresa **RIVERS & FOREST EXPEDITIONS SAC.**

Consiento voluntariamente participar en esta investigación como participante.

**Nombre del participante:** Su participación en este estudio no implica ningún riesgo de daño físico ni psicológico para usted. Es así que todos los datos que se recojan, serán estrictamente **anónimos y de carácter privados**. Asimismo, los datos entregados serán absolutamente **confidenciales** y sólo se usarán para los fines científicos de la investigación. El responsable de esto, en calidad de **custodio de los datos**, será el Investigador Responsable del proyecto, quien tomará todas las medidas necesarias para cautelar el adecuado tratamiento de los datos, el resguardo de la información registrada y la correcta custodia de estos.

Desde ya le agradecemos su participación.

\_\_\_\_\_  
Nombre del sujeto

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Nombre del investigador

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Nombre del investigador

\_\_\_\_\_  
Firma