

DEMANDA TURÍSTICA QUE INCIDE EN EL TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL POST COVID-19. CASO MACHALA

Melissa Paulina Calle-Íñiguez*



<https://orcid.org/0000-0003-1615-0559>

Vladimir Alexander Ávila-Rivas**



<https://orcid.org/0000-0001-6526-8487>

Mauricio Samuel Noblecilla-Grunauer***



<https://orcid.org/0000-0002-1274-0079>

José Kennedy Ollague-Valarezo****



<https://orcid.org/0000-0002-5416-7821>

RECIBIDO: 30/06/2023 / ACEPTADO: 21/08/2023 / PUBLICADO: 15/09/2023

Cómo citar: Calle-Íñiguez, J.; Ávila-Rivas, V.; Noblecilla-Grunauer, M.; Ollague-Valarezo, J. (2023). Demanda turística que incide en el turismo nacional e internacional post covid-19. Caso Machala. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 25(3), 675-697. www.doi.org/10.36390/telos253.08

RESUMEN

Los efectos de la pandemia del Covid 19 se siguen sintiendo aunque hayan sido superado su impacto en a la necesidad de atención sanitaria y de cuidados de la ciudadanía en general. En Ecuador, uno de los ámbitos que ha requerido esfuerzos importantes para recuperar su dinamismo es el que se refiere al turismo, tanto a nivel nacional como en su versión internacional. En tal sentido, este artículo se plantea como objetivo, analizar los factores de la demanda turística que inciden en el turismo post Covid-19 en la ciudad de Machala. Se enfoca en esta región, como una referencia de lo que ha significado esta dinámica socioeconómica que sucede a la pandemia y que representa un reto para los diferentes actores que hacen vida en el contexto del turismo en Ecuador. Desde el punto de vista metodológico, el enfoque que se adopta en este trabajo es de carácter cuantitativo, con un tipo de investigación descriptiva y un diseño de campo. En ese orden de ideas, se utiliza un cuestionario cuyas preguntas refieren al comportamiento de la demanda turística en un contexto postpandémico en Machala. Para levantar la información se

* *Autor de correspondencia.* Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, Magíster en Planificación Turística y Doctora en Ciencias Administrativas. Docente Investigador de la Universidad Técnica de Machala- Ecuador. El Oro, Ecuador. mpcalle@utmachala.edu.ec

** Economista. Magíster de Marketing y Comercio Internacional. Doctor en Ciencias Administrativas. Docente Investigador de la Universidad Técnica de Machala - Ecuador. Machala, Ecuador. vavila@utmachala.edu.ec

*** Ingeniero en Gestión Empresarial – Banca y Finanzas, Magíster en Administración de Empresas con mención en Mercadotecnia. Doctor en Ciencias Administrativas. Docente Investigador de la Universidad Técnica de Machala - Ecuador. Machala, Ecuador. msnolecilla@utmachala.edu.ec

**** Ingeniero Comercial. Magíster en Negocios Internacionales. Doctor en Ciencias Administrativas. Docente Investigador de la Universidad Técnica de Machala - Ecuador. Machala, Ecuador. jollague@utmachala.edu.ec

utilizó la aplicación de Google y, su análisis se realizó mediante procedimientos estadísticos individualizados usando el software SPSS v.27. Entre los hallazgos más relevantes se puede destacar las diferentes valoraciones que, de acuerdo a la edad y el género, hacen los turistas acerca de las temporadas o, los servicios que les resultan más atractivos. Para el género femenino, por ejemplo, la seguridad y la oferta gastronómica son esenciales, mientras que el género masculino, es atraído por precios. En ambos casos, la temporada más pertinente para viajar, son las vacaciones escolares.

Palabras clave: demanda, turismo, turismo nacional e internacional, motivaciones, temporada turística, factores condicionantes del turismo.

Tourist demand that affects national and international tourism post covid-19. Machala Case

ABSTRACT

The effects of the COVID-19 pandemic continue to be felt even though its impact on the need for health care and care for citizens in general has been overcome. In Ecuador, one of the areas that has required important efforts to recover its dynamism is that which refers to tourism, both nationally and internationally. In this sense, this article aims to analyze the factors of tourist demand that affect post-COVID-19 tourism in the city of Machala. It focuses on this region as a reference of what this socioeconomic dynamic that follows the pandemic has meant, and that represents a challenge for the different actors that make life in Ecuador's tourism context. From the methodological point of view, the approach adopted in this work is quantitative, with a type of descriptive research and a field design. In this order of ideas, a questionnaire is used whose questions refer to the behavior of tourist demand in a post-pandemic context in Machala. To collect the information, the Google application was used, and its analysis was carried out through individualized statistical procedures using the SPSS v.27 software. Among the most relevant findings, we can highlight the different evaluations that, according to age and gender, tourists make about the seasons or the services that are most attractive to them. For the female gender, for example, security and the gastronomic offer are essential, while the male gender is attracted by prices. In both cases, the most pertinent season to travel is the school holidays.

Keywords: demand, tourism, national and international tourism, motivations, tourist season, tourism conditioning factors.

Introducción

Entre los aspectos negativos provocados por la crisis sanitaria de la pandemia del COVID-19 en el sector productivo a nivel mundial, están las pérdidas económicas, disminución de la productividad, aumento del desempleo, cierre de empresas y hasta modificaciones en la estructura organizativa de la economía. Todo ello tuvo, entre otras consecuencias, la necesidad en el sector empresarial de innovar a través de estrategias sobre publicidad, mercadeo y procesos para la optimización de los productos y servicios.

En este sentido, el turismo es uno de esos sectores que está atravesando dificultades para reactivarse y mantener sus atractivos como parte de las actividades económicas principales

pospándemicas. Entre las principales modificaciones que se han incorporado a este sector económico se encuentran, los cambios en la forma de prestación de los servicios turísticos, a través de la implementación de normas de bioseguridad, así como, el fortalecimiento de las modalidades del turismo alternativo, donde el turista realiza actividades más personalizadas y en grupos pequeños y en espacios abiertos naturales.

Según Salazar et al. (2021), el sector turístico ha sido fuertemente maltratado por la pandemia del Covid 19, actividad que depende de la exigencia de sus visitantes que llegan a los diferentes sitios turísticos, demandando la cobertura de necesidades, propias de quienes solo están por poco tiempo en las diferentes localidades. Es así como, se pudo observar una fuerte disminución de la demanda turística, debido en principio a las restricciones de movilidad durante la pandemia, pero es importante considerar que, aún posterior a la crisis de la sanitaria se han mantenido ciertas limitaciones para el turismo o, actitudes de prevención de los turistas que, afectan directamente la recuperación del sector.

En ese orden de ideas, parte de la superación de estas circunstancias, pasa por una gestión del turismo articulada entre sector público y privado, lo cual permite reducir barreras o limitaciones que se han generado por la pandemia, además la planificación del sector debe fundamentarse en estudios o investigaciones, que generen datos para apoyar la expansión del sector, tales como: demanda, oferta, gobernabilidad y con ello tomar decisiones que permitan dinamizar la economía alrededor del desarrollo turístico, algo hacia lo que apunta el presente estudio.

En el caso ecuatoriano, se ha visto la intención y actuación de la PDNA COVID-19 Ecuador (2020), la cual, a través del informe de Evaluación Socioeconómico, ha propiciado nuevos insumos para impulsar el fortalecimiento de los mecanismos económicos y financieros de las empresas orientados al desarrollo del turismo, tomando en cuenta los presupuestos para la prevención, fomento y diversificación de la producción turística y el mercado nacional, todo ello lo presentado como una estrategia para generar productividad en ese contexto.

Esta realidad se presenta en varias zonas turísticas del país, provocando una crisis que se manifiesta, entre otras cosas en problemas de liquidez, falta de nuevas inversiones e incluso el cierre de operaciones de algunos agentes del sector turístico, por no poder reactivarse en las mismas condiciones que presentaban antes de la pandemia. En el contexto de estos planteamientos, se ha identificado como problema de presente estudio la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los factores de la demanda turística que inciden en el turismo receptivo y emisivo post Covid-19 en la ciudad de Machala?

Fundamentos teóricos del estudio

El turismo es una actividad que consiste en el desplazamiento personas de su lugar de residencia hacia otros destinos; las razones por las que se realiza dicha actividad son variadas y están relacionadas con el descanso, ocio y entretenimiento, esto depende de gustos, necesidades, motivaciones o preferencias de los turistas. Además, el turismo es uno de los sectores productivo importantes, que genera empleo en una escala de cada diez individuos en el mundo y sirviendo de sustento a millones de personas (ONU, 2020). Representa uno de los principales contribuyentes a las exportaciones, la economía y el empleo en el Caribe y América Latina (2020).

Naranjo y Martínez (2022), mencionan algunas de las características propias de este sector productivo, destacando que es imprescindible que la gobernanza de cada territorio genere políticas y estrategias para fortalecerlo y, todo ello contribuya a generar la competitividad de cada uno de los agentes que hacen vida dentro de él. Al gestionar la actividad turística, los territorios deben apuntar a fortalecer la competitividad, a través de modelos de desarrollo que respondan a las necesidades de esos espacios. Ello lo reafirma Rivas (2008), señalando que una de las herramientas para el desarrollo turístico son los guías de acción sectorial, las cuales son soporte justificativo de la política turística.

Al respecto, la gestión del turismo permite generar propuestas para construir un progreso sostenible en la actividad, de ahí la importancia que dicha planificación esté basada en data actual del destino; el conocer las características de la demanda, oferta y gobernabilidad y, agregado a ello, la temporalidad turística que tiene cada territorio; favoreciendo así, un desarrollo que responda las necesidades, barreras o fortalezas del destino. Ello lo corrobora Moreno et al. (2018), mencionando que la necesidad de planificar la actividad turística, en atención a maximizar sus efectos positivos sobre otras actividades y sectores aledaños o, indirectos.

La planificación con base a las singularidades de los destinos, conlleva a contemplar realidad, limitaciones y fortalezas que tiene el sector, de ahí la importancia de contar con estudios y data sobre la demanda en función a las necesidades, gustos, motivaciones y preferencias de los turistas, considerando que el destino turístico ofertará una variedad de servicios y productos, los cuales deben responder a requerimientos de los clientes y a la vez ello sirve como punto de partida para que la gobernanza genere políticas y planifique y gestione la actividad.

Naranjo y Martínez (2022), afirman que la demanda turística se refiere a la cantidad de personas interesadas en apreciar y experimentar los paisajes (Anzaldúa et al., 2021; Martínez y Pelegrín, 2021), otros recursos naturales, culturales y contactos humanos, que la educación general unida al propio desarrollo tecnológico propicia conocer.

Asimismo, Martín (2009) sostiene que la demanda turística se caracteriza por analizar a las personas bajo tres condiciones esenciales mínimas: a) Tiempo libre o disponible para viajar; b) ingresos personales o fuentes financieras para los gastos de viaje; y, c) interés o necesidad en realizar el viaje. Por ello es imprescindible contemplar las características propias de la actividad, por ejemplo la temporalidad, es decir, temporada alta y baja. Ya que este aspecto permite que el gobierno, así como, los propietarios de las empresas turísticas puedan gestionar e implementar estrategias que permitan un mayor aprovechamiento de las potencialidades del turismo.

Además, conocer los factores que condicionan a los turistas para adquirir un servicio u otro, es esencial a la hora de planificar las diferentes acciones de las empresas o agentes dedicados a este sector. En este sentido, se debe considerar que el turista se basa en sus gustos, preferencias o necesidad al momento de tomar la decisión de compra. Al respecto, Libri et al., (2023), señala que "La motivación del turista permite distinguir entre el antiguo y el nuevo turismo" (p.376). Se debe considerar que en la actualidad el perfil del turista ha cambiado, es decir, el turista está más interesado por ámbitos educativos y está más sensibilizado por aspectos ambientales y de inclusión social.

Los compradores por alguna razón tienen preferencias sobre productos y servicios, por lo que los consumidores pueden escoger por sus propios medios y, en tanto, no necesariamente tienen que ser iguales a la de otros. En base a lo descrito existen variables establecidas en el análisis del marketing que se refieren a completitud, universalidad, transitividad, entre otros aspectos que pueden incidir en las preferencias de los turistas y la decisión de gastar en uno u otro producto que le ofrezcan las empresas del ramo. (Libri et al., 2023)

Esto significa que, al momento de adquirir un servicio o una mercancía, hay variables que, aunque no estén presentes en el momento, determinan la decisión de una compra preferencial, incluyendo por supuesto, el poder adquisitivo que tengan las personas y lo atractivo que le resulten los precios. En el caso del turismo postcovid, también parece importante el factor social, el cual se muestra como un condicionante de la intención de compra de los turistas. Entre esos aspectos de tipo social que influyen en la demanda de los visitantes se cuentan, la moda, las tendencias culturales, los estereotipos y, las ideologías (Schiffman y Lazar, 2005).

En el trabajo desarrollado por Mejía et al., (2019), se planteó un estudio sobre la felicidad, preferencias, gustos y deseos, relacionándolos con los cambios generacionales en la ciudad de Manta. Entre los resultados de esta investigación, se verifica que el tener una remuneración relativamente alta beneficia la afluencia de los turistas en ciertas zonas y la adquisición de productos o servicios, eso, en la medida en que, los servicios o productos generan ciertos grados de satisfacción o felicidad en las personas.

Por su parte, Paz (2019), en su trabajo realiza un análisis de los factores determinantes para que las personas usen ciertas estrategias para sus viajes internacionales. El estudio determinó que las acciones aplicadas con mayor relevancia se refieren a la posibilidad de establecer contrastes con otros viajes; el seguimiento de cómo les fue a otras personas y; el posicionamiento del lugar turístico para elegir un viaje. Esta autora también consideró importante tomar en cuenta la percepción de la demanda en términos de modalidad, frecuencia, y nivel de estandarización geopolítica.

Entre las investigaciones previas, también se encuentra el estudio realizado por Guzmán et al., (2011), quienes determinan que el factor de mayor influencia de los turistas en México depende del estilo de vida que llevan, el mismo que está relacionado directamente con la economía de los Estados Unidos de América y Canadá, el mismo que se asocian a la promoción establecida en estos países para mantener un turismo internacional estable.

Otros factores determinantes de la demanda turística, en este caso, en España, están referidos al gasto del viaje, la estancia media, las plazas en hoteles, la búsqueda de experiencia de relajamiento, aventura y diversión. En ese sentido, el estudio marco como punto de relevancia la comparación de estos factores con ciudades de España que son destinos turísticos potenciales, por ejemplo, las regiones de la costa del sol y costa Brava que son las de mayor destino, frente a ciudades del interior del país, excluyendo a Madrid, por ser capital, un destino directo del turista (Jiménez et al., 2017).

En el trabajo realizado por Leonardi et al., (2022), los autores establecen que los turistas escogen un destino para visitar en base al patrimonio cultural material más que el inmaterial, es por ello que los monumentos, sitios y atractivos históricos, museos, e infraestructura colonial son los que más atraen en países de América Latina y el Caribe y, es por ello, que se debe dar mayor promoción a estas actividades de arquitectura y cultura para atraer turistas internacionales.

En la investigación realizada por Tomé (2018), se pone como factor determinante y restrictivo de los turistas y, por ende, la variable más importante a la hora de impulsar la reactivación del desarrollo turístico, la seguridad que puede existir en un sitio o destino turístico. Siendo así, se hace perentorio para todos los actores en este sector, verificar la calidad de la protección al turista nacional e internacional puesto que se trata de garantizarle a los visitantes, su disfrute y recreación, pero en ambientes libres de delincuencia.

A todas estas, no cabe duda que el turismo en el Ecuador es fundamental para que el país diversifique sus actividades económicas en este contexto postpandémico. De hecho, urge potenciar el llamado turismo comunitario, que es una forma de desarrollo económico para el país con el fin de mantener los ingresos de la población de manera estable. En ese sentido, las investigaciones en el ámbito del turismo, deben volver sobre esa forma de desarrollo en el Ecuador, debido a la posibilidad de generar una actividad económica atractiva para toda la población, que puede desempeñarse en ella con facilidad, debido a la cercanía a sus residencias propias y, el bajo costo que representa (Cabanilla et al., 2017).

Finalmente, entre las bases teórico conceptuales, destaca el estudio desarrollado por Pastrán et al., (2022), en donde se busca potenciar las comunidades rurales del Ecuador entre ellos el Centro San Salvador de la Nacionalidad Chachi-Ecuador, alrededor de atractivos turísticos, que involucran el desarrollo de la gastronomía local y actividades lúdicas para los visitantes, ya sea nacionales o internacionales. En esa investigación se desarrolla un análisis en base a las características de la zona, vistas como motores que pueden coadyuvar a la apertura y sostén de actividades para el desarrollo de las familias que residen allí.

A manera de corolario en este apartado, en la tabla 1 se presenta una síntesis de autores con sus investigaciones y los elementos teóricos más importantes, relacionados con esta investigación

Tabla 1.

Síntesis de autores e investigaciones relevantes teóricamente

Referencia	Aspectos teóricos relevantes para esta investigación
Naranjo y Martínez (2022) Reflexiones teóricas sobre la demanda turística global: Incidencia en la gestión y comercialización turística	Describen algunos conceptos y categoría relativos a los significados de la demanda turística y como potenciarla
Moreno et al. (2018) La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turístico	Interpretan los vínculos, a veces poco visibles, entre los planificadores y gestores del turismo, con el sostenimiento de los sitios demandados turísticamente
Libri et al., (2023) Hacia una revisión sistemática del concepto de turismo patrimonial	Amplia la concepción de lo que se entiende por turismo y sus dimensiones conceptuales
Mejía et al., (2019) Análisis de las preferencias de consumo, gustos, deseos y cambios generacionales en los habitantes de la ciudad de Machala	En este trabajo se encuentran elementos conceptuales específicos, relacionados directamente con la investigación, particularmente el perfil turístico de quienes visitan Machala
Jiménez (2017). La demanda turística internacional: recuperación de la crisis y turismo de lujo, una primera aproximación al caso español	Aunque referido a España, en este artículo se desarrolla la categoría "demanda turística" en una perspectiva más amplia, asociándola con su tendencia internacional.

Leonardi et al., (2022) Sitios de patrimonio mundial como determinantes de la demanda de turismo internacional en Latinoamérica y el Caribe	La demanda turística se relaciona directamente con la memoria y preservación cultural, en este trabajo se describe en parte esta relación y su importancia
Tomé (2018) Factores restrictivos del turismo. La percepción de la demanda real y potencial sobre la seguridad pública en Rio de Janeiro (Brasil)	Los factores que inciden en la demanda turística pueden motivarla o inhibirla. En este artículo, el autor profundiza en estos aspectos que pueden servir como referencia para el caso de Machala
Cabanilla et al., (2017). El turismo doméstico ¿Demanda potencial de los centros de turismo comunitario en Ecuador?	Una de las líneas de demanda del turismo en Ecuador tiene que ver con su dimensión comunitaria. Es así como de este artículo se pueden tomar importantes conceptualizaciones al respecto
Pastrán et al., (2022) Apertura socio-cultural hacia el turismo en el centro San Salvador de la Nacionalidad Chachi-Ecuador	En la misma tónica del trabajo de Cabanilla et al (2017), en este texto se encuentran pistas interpretativas acerca de la arista sociocomunitaria y cultural de la demanda turística.

Nota: basado en análisis documental

Metodología

En cuanto a la metodología que sustenta este artículo, hay que destacar que nace de un proyecto con más cobertura temática, orientado al “Análisis de la prestación de servicios turísticos en la ciudad de Machala”, enmarcado a su vez, en Dominio de Desarrollo Social, bajo la línea de investigación de Turismo Sostenible, de la Universidad Técnica de Machala.

En lo que respecta a la población de estudio sobre la que recae la acción de investigación, se ha tomado como referencia a los ciudadanos económicamente activos pertenecientes de la ciudad de Machala, cuya cifra se estima en 245.972 personas según el censo del INEC (2010). Se ahí se determinó la muestra a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Los cálculos aplicados dan como resultado 384 personas, por consiguiente, esta es la cantidad de personas que, estando en el grupo de la población económicamente activa de la ciudad de Machala, se tomó como referencia para la muestra en esta investigación.

Se empleó una encuesta constituida por un cuestionario de dieciséis preguntas de tipo opción múltiple. Las preguntas se formularon en función de dos variables: factores que condicionan la demanda turística y, demanda turística en los ámbitos del turismo nacional e internacional. Se utilizó la aplicación de Google form para el levantamiento de la información.

Si bien la obtención de la información fue posible a partir de la aplicación del cuestionario, en función de la identificación de las manifestaciones sobre el comportamiento del consumidor turístico. El enfoque cuantitativo se despliega a través de aspectos como: el planteamiento delimitado y concreto del problema, la recolección de datos numéricos (codificados) y, el análisis mediante procedimientos estadísticos individualizados usando el software SPSS v.27. Esto

último permitió hacer tratamientos sistemáticos de las variables, obtener cruces entre estas, elaborar cuadros y gráficos, con tablas de contingencia

Así mismo fue necesario aplicar pruebas no paramétricas de homogeneidad, según corresponda entre las distintas variables; el análisis factorial, específicamente con el método de escalamiento óptimo en el caso de correspondencias, se utilizó con el objeto de establecer el grado de asociación inter categorías entre las variables. El análisis factorial fue el de correspondencia simple, utilizado para establecer la relación inter-categorías entre las variables edad y género, con los factores o elementos analizados a cada participante e involucrado del proceso; es una técnica descriptiva o exploratoria con un objetivo similar al de los métodos factoriales

El análisis de correspondencias simples permitió la representación de datos en forma de tablas de contingencia de dos variables nominales u ordinales, implicó el tratamiento de tablas de proximidad o distancia entre elementos y tablas de preferencias. El análisis de correspondencias consiste en resumir la información presente en las filas y columnas de manera que pueda proyectarse sobre un subespacio reducido, y representarse simultáneamente los puntos fila y los puntos columna, pudiéndose obtener conclusiones sobre relaciones entre las categorías de las dos variables nominales u ordinales de origen.

En este sentido, de acuerdo con De la Fuente (2011) la extensión del análisis de correspondencias simples, al caso de varias variables nominales o tablas de contingencia multidimensionales, se denomina, "Análisis de Correspondencias Múltiples", y utiliza los mismos principios generales que la técnica anterior. En general se orienta a casos en los cuales una variable representa ítems o individuos y el resto son variables cualitativas u ordinales que representan cualidades.

Este mismo autor afirma que el Análisis de Correspondencias que solo requiere que los datos representen las respuestas a una serie de preguntas y que estén organizadas en categorías y tiene dos objetivos básicos; representar la asociación entre categorías de columnas o filas y, posteriormente, estudiar si existe relación entre categorías de las filas y columnas.

Dependiendo si existen dos o más variables el análisis será simple o múltiple. En suma, este tipo de análisis se corresponde con el uso de la estadística para estudiar, desde un punto de vista gráfico, las relaciones de dependencia e independencia de un conjunto de variables categóricas a partir de los datos de una tabla de contingencia. Para ello asocia a cada una de las modalidades de la tabla, un punto en el espacio R_n (generalmente $n = 2$) de forma que las relaciones de *cercanía/lejanía* entre los puntos calculados reflejen las relaciones de dependencia y semejanza existentes entre ellas.

Se utilizó para probar las hipótesis referidas a los patrones de comportamiento de frecuencias relacionadas con variables ya sean cuantitativas o cualitativas. La prueba de homogeneidad de Chi-Cuadrado se organiza y ejecuta exactamente igual que la prueba de independencia. La principal diferencia que hay que recordar entre ambas es que la prueba de independencia busca una asociación entre dos variables categóricas dentro de la misma población, mientras que la prueba de homogeneidad determina si la distribución de una variable es la misma en cada una de varias poblaciones (asignando así la propia población como segunda variable categórica).

Resultados y Discusión

Tal como se planteó en un primer momento, este estudio intenta aproximarse al análisis de la demanda turística desde la perspectiva de género y edad que inciden en el turismo nacional e internacional post Covid-19, específicamente en el caso de Machala. Se entiende, de esa manera, que la oferta de turismo en la zona, está condicionada por la forma en que se ha visto afectada la afluencia de los visitantes y, por supuesto, los diferentes grados de afectación del género y el grupo etario al que pertenezcan los visitantes.

En virtud de esa intencionalidad investigativa, los resultados que aquí se muestran, contribuyen a establecer algunos elementos que deben ser considerados al momento de determinar la actuación de los prestadores de servicios turísticos de Machala, según la temporada y el perfil de los visitantes más frecuente según días libres, feriados, sin fecha determinada, vacaciones laborales, vacaciones, entre otros factores que determinan la demanda turística, ya sea en el de personas provenientes del ámbito nacional o internacional.

En ese sentido, en lo que sigue, se presentan una serie de tablas y gráficos que surgen de la información recabada mediante el cuestionario aplicado por los investigadores y cuyo propósito también gira en torno al análisis de los factores que condicionan la elección de viajes turísticos (atractivos turísticos, seguridad, higiene del lugar, confort, los precios, redes sociales, recomendación de amigos, familia y la gastronomía) que inciden en el turismo nacional e internacional, post Covid-19. Caso Machala

Algunos resultados respecto a la temporada para viajes turísticos

Tabla 2.

Correspondencias grupos de edad – temporada de viajes turísticos (nacional)

Grupo_edad	Epoca viajes (nacional)					
	Dias libres	Feridos	Sin fecha determinada	Vacaciones labores	Vacaciones escolares	Margen activo
18 a 23 AÑOS	22	70	34	36	20	182
24 a 29 AÑOS	13	17	15	11	9	65
30 a 35 AÑOS	8	13	10	4	5	40
36 a 41 AÑOS	7	6	7	2	4	26
42 a 47 AÑOS	2	13	5	9	5	34
48 a 52 AÑOS	2	4	2	4	3	15
53 a 57 AÑOS	1	8	6	5	2	22
Margen activo	55	131	79	71	48	384

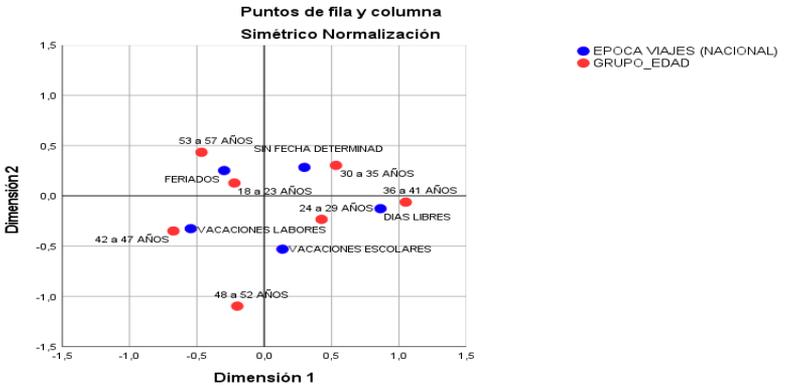
Tabla 3.

Resumen del modelo

Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulativa	Desviación estándar	Correlación
1	0,212	0,045			0,770	0,770	0,049	-0,013
2	0,095	0,009			0,155	0,926	0,052	
3	0,060	0,004			0,062	0,987		
4	0,027	0,001			0,013	1,000		
Total		0,059	22,494	0,550	1,000	1,000		

Figura 1.

Gráfico perceptual relaciones en los dos ejes factoriales



En el siguiente análisis de correspondencia simple, se analizan las relaciones entre categorías de datos nominales en una tabla de contingencia de tabulación cruzada, esto es: los grupos de edad (18 a 23, 24 a 29, 30 a 35, 36 a 41, 42 a 47, 48 a 52 y 53 a 57 años) con la época o temporada para los viajes turísticos (días libres, feriadados, sin fecha determinada, vacaciones laborales, vacaciones) correspondientes al nivel nacional; en la tabla 1 se muestran los datos de tabulación cruzada, en donde, las observaciones varían sustancialmente por época o temporada de viajes turísticos (viaje en temporada de feriadados, vacaciones laborales y sin fecha determinada, con más del 73,18% de los participantes e involucrados, la restante proporción viaje en días libres y vacaciones) y los grupos de edad (18 a 23 y 24 a 29 años, son las proporciones más representativas en cuanto a temporada de viajes).

La tabla 2, presenta los autovalores, las inercias, % inercias y el porcentaje acumulado para cada dimensión. Una solución bidimensional en esta situación explicaría el 92,60% de la variación. Por tanto, se juzga que una solución bidimensional es lo más adecuado para el análisis ulterior. La tasa de inercia de las dos dimensiones es de 77,70% y 15,50% respectivamente, así mismo, presenta una tasa de inercia acumulada para 4 dimensiones del 100%.

La tabla 2, que contiene las distancias Chi-cuadrado (métrica), su significación $0,550 > 0,05$ hace que se compruebe la no existencia de relación significativa entre las variables utilizadas. El gráfico perceptual (figura 1) permite establecer relaciones en los dos ejes factoriales. En este gráfico se puede reagrupar las modalidades que presenten perfiles similares en lo que hace a los grupos etarios con la temporada de los servicios turísticos a nivel nacional, se muestra la información y resultados de las tablas 1 y 2. Este mapa perceptual muestra proximidades relativas tanto de los grupos de edades como de las temporadas de los viajes turísticos, esto es:

- Los diferentes grupos etarios tienen relación con la temporada de viajes turísticos; así, los grupos de edad de 42 a 47 tiene relación con la temporada de viaje vacaciones; 53 a 57 y 18 a 23 años, tienen relación con temporada de viaje feriadados.
- Los grupos etarios de 36 a 41 años con días libres y 24 a 29 años con la temporada de viajes vacaciones escolares; el grupo etario 30 a 35 años sin fecha determinada.
- El grupo etario de 48 a 52 años aporta a la dimensión 2 y se puede correlaciones también en vacaciones escolares.

- El grupo de 53 a 57 años se relaciona con feriados y este no se podría correlacionar con el grupo de 18 a 23 años porque se encuentra muy cercano al origen, por lo que su aporte no podría considerarse.

Tabla 4.

Correspondencias grupos de edad – temporada de viajes turísticos (internacional)

Grupo_edad	Epoca viajes (internacional)					
	Dias libres	Feritados	Sin fecha determinada	Vacaciones labores	Vacaciones escolares	Margen activo
18 a 23 AÑOS	7	15	106	34	20	182
24 a 29 AÑOS	5	3	37	10	10	65
30 a 35 AÑOS	1	5	24	6	4	40
36 a 41 AÑOS	2	1	12	7	4	26
42 a 47 AÑOS	5	4	12	8	5	34
48 a 52 AÑOS	0	3	7	1	4	15
53 a 57 AÑOS	0	5	10	4	3	22
Margen activo	20	36	208	70	50	384

Tabla 5.

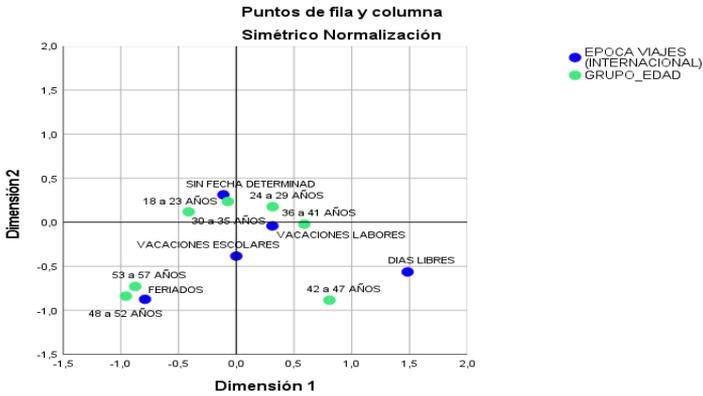
Resumen del modelo

Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulativa	Desviación estándar	Correlación
								2
1	0,198	0,039			0,501	0,501	0,050	0,247
2	0,160	0,026			0,329	0,831	0,055	
3	0,098	0,010			0,124	0,955		
4	0,060	0,004			0,045	1,000		
Total		0,078	30,009	0,184 ^a	1,000	1,000		

Según los resultados del análisis de correspondencia simple, se analizan las relaciones entre categorías de datos nominales en una tabla de contingencia de tabulación cruzada, esto es: los grupos de edad (18 a 23, 24 a 29, 30 a 35, 36 a 41, 42 a 47, 48 a 52 y 53 a 57 años) con la época o temporada para los viajes turísticos (días libres, feriados, sin fecha determinada, vacaciones laborales, vacaciones) correspondientes al nivel internacional; en la tabla 3 se muestra los datos de tabulación cruzada, en donde, las observaciones varían sustancialmente por época o temporada de viajes turísticos (viaje sin fecha determinada, con más del 54,17% de los participantes e involucrados, la restante proporción viaje en temporadas días libres, feriados y vacaciones laborales y escolares) y el grupo de edad (18 a 23 años, es la proporción más representativas en cuanto a temporada de viajes).

La tabla 4, presenta los autovalores, las inercias, % inercias y el porcentaje acumulado para cada dimensión. Una solución bidimensional en esta situación explicaría el 83,10% de la variación. Por tanto, se juzga que una solución bidimensional es lo más adecuado para el análisis ulterior. La tasa de inercia de las dos dimensiones es de 50,10% y 32,29% respectivamente, así mismo, presenta una tasa de inercia acumulada para 4 dimensiones del 100%.

Figura 2.
Mapa perceptual relaciones en los dos ejes factoriales



La tabla 4, que contiene las distancias Chi-cuadrado (métrica), su significación $0,184 > 0,05$ hace posible la comprobación de la no existencia de relación significativa entre las variables utilizadas. El gráfico perceptual (figura 2), a su vez, permite establecer relaciones en los dos ejes factoriales. En este gráfico se puede reagrupar las modalidades que presenten perfiles similares en lo que hace a los grupos etarios con la temporada de los viajes turísticos a nivel internacional, se muestra la información y resultados de las tablas 3 y 4. Este mapa perceptual muestra proximidades relativas tanto de los grupos de edades como de las temporadas de los viajes turísticos, esto es:

- Los diferentes grupos etarios tienen relación con la temporada de viajes turísticos; así, los grupos de edad de 42 a 47 años tienen relación con la temporada de viaje días libres; 53 a 57 y 48 a 52 años, tienen relación con temporada de viaje feriados.
- Los grupos etarios de 36 a 41 años con vacaciones laborales.
- El grupo etario de 18 a 23 y 30 a 35 años se relacionan con la temporada de viajes sin fecha determinada, aunque su aporte es mínimo por su cercanía al origen, de igual forma vacaciones escolares que no tiene relación.

Tabla 6.
Análisis de homogeneidad género con temporada de viajes turísticos.

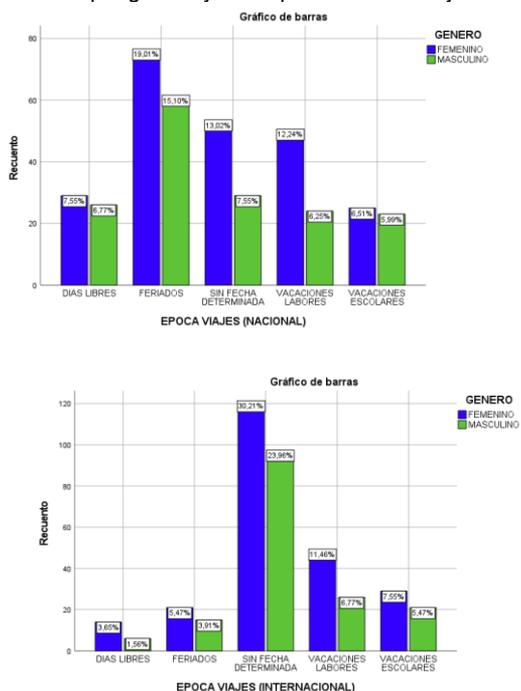
Variables	Genero	Total		chi ²	Gl	P
		FEMENINO	MASCULINO			
Epoca viajes turístico nacional						
Días libres	F	29	26	190	4,455	4
	%	12,9%	16,3%	26,2%		
Feriados	F	73	58	296	4,455	4
	%	32,6%	36,3%	40,8%		
Sin fecha determinada	F	50	29	149		

	%	22,3%	18,1%	20,5%			
Vacaciones laborales	F	47	24	83			
	%	21,0%	15,0%	11,4%			
Vacaciones escolares	F	25	23	8			
	%	11,2%	14,4%	1,1%			
Total	F	224	160	726			
	%	100,0%	100,0%	100,0%			
Epoca viajes turístico internacional							
Dias libres	F	14	6	20	2,274	4	0,685
	%	6,3%	3,8%	5,2%			
Feriados	F	21	15	36			
	%	9,4%	9,4%	9,4%			
Sin fecha determinada	F	116	92	208			
	%	51,8%	57,5%	54,2%			
Vacaciones laborales	F	44	26	70			
	%	19,6%	16,3%	18,2%			
Vacaciones escolares	F	29	21	50			
	%	12,9%	13,1%	13,0%			
Total	F	224	160	384			
	%	100,0%	100,0%	100,0%			

En lo relacionado al análisis por género y la temporada de los viajes turísticos, en lo nacional, son más en los feriados, sobresaliendo en mayor proporción en el género femenino, en comparación con la categoría de temporada de vacaciones escolares, también en el género femenino; en lo internacional, la tendencia de temporada de los viajes es sin fecha determinada, pero en el género masculino, en comparación con la mínima proporción que son la temporada de los viajes en días libres en el género masculino. Sin embargo, es importante resaltar que, tanto en lo nacional como internacional, las diferencias no son estadísticamente significativas entre las variables analizadas $0,348 > 0,05$ y $0,685 > 0,05$ en su orden.

En el análisis de correspondencia simple entre las categorías de los grupos de edad (18 a 23, 24 a 29, 30 a 35, 36 a 41, 42 a 47, 48 a 52 y 53 a 57 años) con la elección para los viajes turísticos (atractivos, seguridad, higiene del lugar, confort, precios, redes sociales, recomendaciones de amigos y familia, gastronomía) correspondientes al nivel nacional; en la tabla 6 se muestra los datos de tabulación cruzada, en donde, las observaciones varían sustancialmente por las elecciones de viajes turísticos (seguridad, precios, atractivos, higiene del lugar, confort, gastronomía y recomendaciones de amigos y familia, con más del 94,06% de los participantes e involucrados, la restante y mínima proporción tiene que ver con las redes sociales) y los grupos de edad (18 a 23 y 24 a 29 años, son las proporciones más representativas en cuanto a elecciones de viajes).

Figura 3.
 Contraste por género y la temporada de los viajes turísticos



Resultados en cuanto a los Factores que condicionan la elección de viajes turísticos

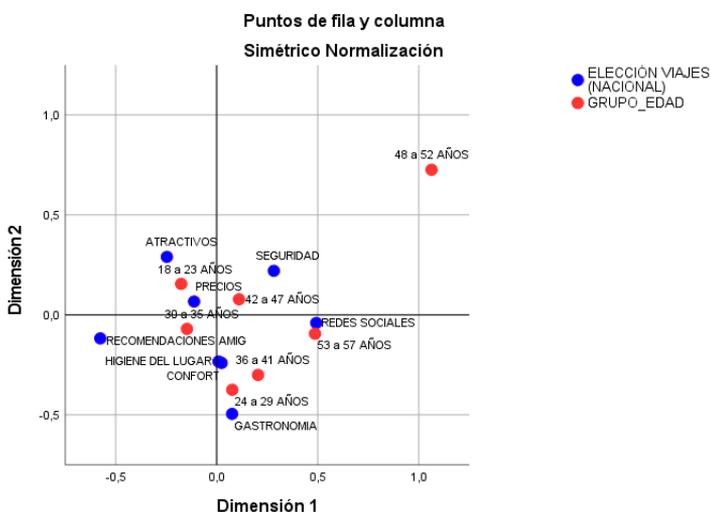
Tabla 7.
 Correspondencias grupos de edad – elección de viajes turísticos (nacional)

Grupo_edad	Elección viajes (nacional)								
	Atractivos	Seguridad	Higiene del lugar	Confort	Precios	Redes sociales	Recomendaciones amigos y familia	Gastronomía	Margen activo
18 a 23 años	126	146	75	73	121	38	53	56	688
24 a 29 años	40	54	33	34	43	16	18	28	266
30 a 35 años	22	33	17	16	26	7	13	13	147
36 a 41 años	15	22	12	10	19	9	8	12	107
42 a 47 años	21	31	15	15	24	8	9	11	134
48 a 52 años	7	14	4	4	7	4	1	3	44
53 a 57 años	11	20	10	10	12	5	4	7	79
Margen activo	242	320	166	162	252	87	106	130	1465

Tabla 8.
 Resumen del modelo

Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulativa	Desviación estándar	Correlación
								2
1	0,069	0,005			0,433	0,433	0,025	0,011
2	0,061	0,004			0,338	0,772	0,026	
3	0,040	0,002			0,146	0,918		
4	0,028	0,001			0,074	0,992		
5	0,008	0,000			0,006	0,998		
6	0,005	0,000			0,002	1,000		
Total		0,011	15,939	1,000 ^a	1,000	1,000		

Figura 4.
 Contraste entre edad y elección de viaje turístico



La tabla 7, presenta los autovalores, las inercias, % inercias y el porcentaje acumulado para cada dimensión. Una solución bidimensional en esta situación explicaría el 77,20% de la variación. Por tanto, se juzga que una solución bidimensional es lo más adecuado para el análisis ulterior. La tasa de inercia de las dos dimensiones es de 43,30% y 33,80% respectivamente, así mismo, presenta una tasa de inercia acumulada para 6 dimensiones del 100%. Así mismo, contiene las distancias Chi-cuadrado (métrica), su significación $1,000 > 0,05$ hace que se compruebe la no existencia de relación significativa entre las variables utilizadas. El gráfico

perceptual (figura 4) permite establecer relaciones en los dos ejes factoriales, en lo que, a los grupos etarios con las elecciones de viajes turísticos a nivel nacional, se muestra la información y resultados de las tablas 21 y 22. Este mapa perceptual muestra proximidades relativas tanto de los grupos de edades como de las motivaciones de los viajes turísticos, esto es:

- Los diferentes grupos etarios tienen relación con las elecciones de viajes turísticos; así, los grupos de edad de 53 a 57 años tiene relación con las redes sociales; 36 a 41 y 24 a 29 años con gastronomía, higiene del lugar y confort.
- Los grupos etarios de 18 a 23 años con atractivos y precios y los de 30 a 35 años con recomendaciones de familiares y amigos, higiene del lugar y confort. El grupo etario 48 a 52 años no se relaciona, pero es aporte a la dimensión 1, no tienen relación cercana.

Tabla 9.

Correspondencias grupos de edad – elección de viajes turísticos (internacional)

Grupo_edad	Elección viajes (internacional)								
	Atractivos	Seguridad	Higiene del lugar	Confort	Precios	Redes sociales	Recomendaciones amigos y familia	Gastronomía	Margen activo
18 a 23 AÑOS	138	97	68	82	116	41	53	52	647
24 a 29 AÑOS	42	40	30	33	45	20	14	25	249
30 a 35 AÑOS	23	26	16	18	26	10	11	14	144
36 a 41 AÑOS	16	16	12	12	19	9	5	10	99
42 a 47 AÑOS	26	17	17	19	23	11	11	10	134
48 a 52 AÑOS	9	5	7	6	8	4	2	3	44
53 a 57 AÑOS	13	9	11	10	12	5	4	8	72
Margen activo	267	210	161	180	249	100	100	122	1389

Tabla 10.

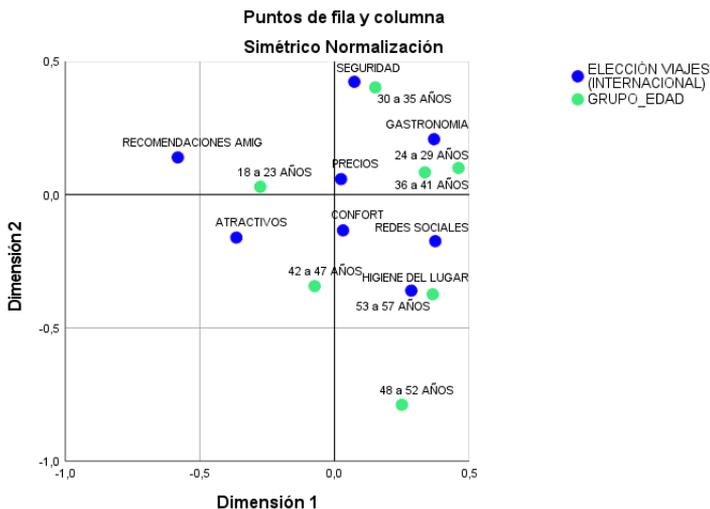
Resumen del modelo

Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Desviación estándar	Correlación
					Contabilizado para	Valor singular de confianza Acumulativa		
1	0,082	0,007			0,585	0,585	0,026	0,004
2	0,057	0,003			0,284	0,869	0,027	
3	0,027	0,001			0,063	0,932		
4	0,025	0,001			0,052	0,984		
5	0,011	0,000			0,011	0,995		
6	0,008	0,000			0,005	1,000		
Total		0,012	16,115	1,000 ^a	1,000	1,000		

En el análisis de correspondencia simple entre las categorías de los grupos de edad (18 a 23, 24 a 29, 30 a 35, 36 a 41, 42 a 47, 48 a 52 y 53 a 57 años) con la elección para los viajes turísticos (atractivos, seguridad, higiene del lugar, confort, precios, redes sociales, recomendaciones de amigos y familia, gastronomía) correspondientes al nivel internacional; en la tabla 8, se muestra los datos de tabulación cruzada, en donde, las observaciones no varían por las elecciones de viajes turísticos, todas son importantes al momento de elegir un viaje fuera

del país; y, los grupos de edad (18 a 23, 24 a 29, 30 a 35 y 42 a 47 años, son las proporciones más representativas en cuanto a elecciones de viajes).

Figura 5.
 Relación entre los grupos etarios y elección de viajes



La tabla 9, presenta los autovalores, las inercias, % inercias y el porcentaje acumulado para cada dimensión. Una solución bidimensional en esta situación explicaría el 86,90% de la variación. Por tanto, se juzga que una solución bidimensional es lo más adecuado para el análisis ulterior. La tasa de inercia de las dos dimensiones es de 58,50% y 28,40% respectivamente, así mismo, presenta una tasa de inercia acumulada para 6 dimensiones del 100%. Así mismo, contiene las distancias Chi-cuadrado (métrica), su significación $1,000 > 0,05$ hace que se compruebe la no existencia de relación significativa entre las variables utilizadas. El gráfico perceptual (figura 5) permite establecer relaciones en los dos ejes factoriales, en lo que, a los grupos etarios con las elecciones de viajes turísticos a nivel internacional, se muestra la información y resultados de las tablas 23 y 24. Este mapa perceptual muestra proximidades relativas tanto de los grupos de edades como de las motivaciones de los viajes turísticos, esto es:

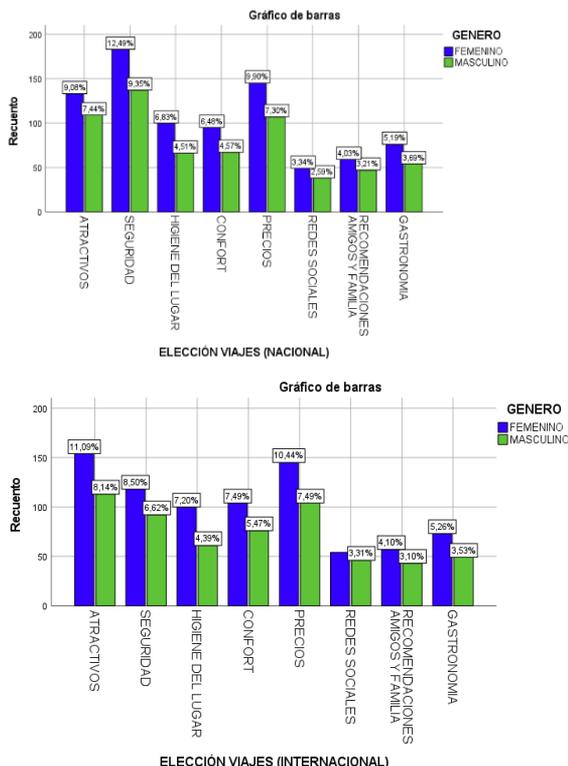
- Los diferentes grupos etarios tienen relación con las elecciones de viajes turísticos; así, el grupo de edad de 53 a 57 años tiene relación con la higiene del lugar.
- Los grupos 36 a 41 y 24 a 29 años con gastronomía, 30 a 35 años con seguridad.
- El grupo de 18 a 23 años con recomendaciones de amigos y familiares.
- El grupo etario de 42 a 47 años con atractivos. Precios y confort están muy cercanos al origen.

Tabla 11.

Análisis de homogeneidad género con elecciones de viajes turísticos.

Variables	Genero		Total	chi ²	gl	P	
	Femenino	Masculino					
Elección viajes nacional							
Atractivos	F	133	109	242	1,477	7	0,983
	%	55,0%	45,0%	100,0%			
Seguridad	F	183	137	320			
	%	57,2%	42,8%	100,0%			
Higiene del lugar	F	100	66	166			
	%	60,2%	39,8%	100,0%			
Confort	F	95	67	162			
	%	58,6%	41,4%	100,0%			
Precios	F	145	107	252			
	%	57,5%	42,5%	100,0%			
Redes sociales	F	49	38	87			
	%	56,3%	43,7%	100,0%			
Recomendaciones amigos y familia	F	59	47	106			
	%	55,7%	44,3%	100,0%			
Gastronomía	F	76	54	130			
	%	58,5%	41,5%	100,0%			
Total	F	840	625	1465			
	%	57,3%	42,7%	100,0%			
Elección viajes internacional							
Atractivos	F	154	113	267	2,285	7	0,942
	%	57,7%	42,3%	100,0%			
Seguridad	F	118	92	210			
	%	56,2%	43,8%	100,0%			
Higiene del lugar	F	100	61	161			
	%	62,1%	37,9%	100,0%			
Confort	F	104	76	180			
	%	57,8%	42,2%	100,0%			
Precios	F	145	104	249			
	%	58,2%	41,8%	100,0%			
Redes sociales	F	54	46	100			
	%	54,0%	46,0%	100,0%			
Recomendaciones amigos y familia	F	57	43	100			
	%	57,0%	43,0%	100,0%			
Gastronomía	F	73	49	122			
	%	59,8%	40,2%	100,0%			
Total	F	805	584	1389			
	%	58,0%	42,0%	100,0%			

Figura 6.
 Relación entre género, elección de viajes turísticos



En lo relacionado al análisis por género y la elección de los viajes turísticos, en lo nacional, la proporción mayor se corresponde a la elecciones de viajes cuando se garantiza seguridad, especialmente para el género femenino, en comparación con la categoría redes sociales, también en el género femenino; en lo internacional, la tendencia es igual, la elección de los viajes es atractivos, precios y seguridad, en el género femenino, en comparación con la mínima proporción que son la elección por recomendaciones de amigos y familiares, redes sociales y gastronomía.

Conclusiones

Uno de los sectores económicos en Ecuador que ha sido tocado con mayor rigurosidad por la Postpandemia del Covid 19 ha sido el turismo, tanto el nacional como el internacional. Por ello, resulta, no solo interesante sino, necesario, plantearse estudios que permiten analizar la situación de este sector, particularmente en zonas como Machala, en las que el turismo sigue

representando una de las opciones de desarrollo sociocomunitario más importante del país. En el desarrollo de este artículo, se han podido evidenciar, los diferentes factores que afectan la demanda turística en esta región, enfocada desde la perspectiva de género y edad

Entre los hallazgos del estudio, que vale la pena referenciar, se encuentra la determinación de las temporadas de viajes turísticos, si se atienden aspectos relativos a los grupos de edades. En ese sentido, se pudo comprobar que algunos grupos etarios, como los que van de 42 a 47 prefieren vacacionar en los periodos de vacaciones largas, asociado esto a la permanencia en trabajos formales y la posibilidad de viajar con mayor flexibilidad horaria, cuando se están en ese tipo de temporadas. Esto no pasa, por ejemplos con quienes ya pasan de los 55 años o, no llegan a los 24, quienes pueden hacer viajes turísticos en días feriados, en donde hay menos afluencia de turistas y, por supuesto, más espacios para el disfrute.

En esta misma variable referida a la temporada de viajes, se observa que la época de vacaciones escolares son determinantes para el turismo de los grupos etarios que se agrupan entre los 36 a 41 años; 24 a 29 años y; de 48 a 52 años. Probablemente, en el primer grupo influye el hecho de tener un perfil de estudiantes universitarios y, en el caso de los de mayor edad, tiene influencia la necesidad de hacer viajes de esparcimiento para los niños, en una temporada en la que las diferentes instituciones educativas se encuentran en el receso.

En cuanto a otros factores que inciden para que haya una mayor demanda turística según la edad, los resultados de la investigación dejan ver que, entre estos se encuentran, los atractivos turísticos, los precios, la gastronomía y la oferta de servicios públicos, en cuanto a la higiene. Particularmente, para los más jóvenes, grupos entre los 18 y los 35 años, resulta fundamental que los sitios turísticos mantengan una oferta variada, en lo que respecta a los atractivos para visitar e, igualmente, valoran positivamente la accesibilidad en costos. Este grupo suele responder a la oferta turística que se difunde a través de las redes sociales o, lo que recomiendan sus amigos o familiares.

En cuanto al género, el género femenino tiende a elegir para visitar como turistas, aquellos lugares que garantizan una mayor seguridad, son más higiénicos, presentan mejores precios y, tienen ofertas gastronómicas atractivas. Para el género masculino, por su parte, parecen dejarse llevar por las recomendaciones que les hacen amigos y familiares o, que se difunden a través de las redes sociales. Vale decir que en el contexto que sigue a la pandemia, ha sido determinante el papel que juegan las herramientas web, porque permiten una mayor difusión en menos tiempo, de la oferta turística y, un menor riesgo para la salud de los trabajadores del sector turístico.

Una de las limitaciones más frecuentes en los estudios sobre el turismo contextualizado en una región específica, tiene que ver con la imposibilidad de realizar generalizaciones de los hallazgos. Estos son válidos para el contexto analizado y en el tiempo de ejecución del trabajo. Aunado a esto, al indagar acerca del turismo post COVID, es comprensible que los actores involucrados con el tema turístico, mantengan cierta actitud de inhibición a la hora de aportar información, temerosos que cualquier dato pueda resultar perjudicial para potenciar el turismo nuevamente en la zona.

Por otra parte, es importante que la información empírica procesada para el desarrollo de este trabajo se pueda utilizar por los gobiernos o gestores turísticos para implementar programas que potencien el sector. Es un hecho que la pandemia generó una serie de problemas económicos que afectaron fuertemente a algunos prestadores de servicios turísticos y poco a

poco deben irse propiciando las políticas y la inversión que permita retomar el desarrollo del turismo como parte fundamental de las oportunidades de empleo y de calidad de vida de las personas que laboran en esta área, no solo en Machala sino, en otras partes del país.

Declaración de Conflictos de Interés

No declaran conflictos de interés.

Contribución de autores

Autor	Concepto	Curación de datos	Análisis/ Software	Investigación/ Metodología	Proyecto/ recursos/ Fondos	Supervisión/ Validación	Escritura inicial	Redacción: revisión y edición final
1	X			X	X		X	X
2		X	X	X	X	X	X	X
3			X	X		X		X
4	X			X				X

Financiamiento

Grupo de investigación El Oro Turístico de la Universidad Técnica de Machala. Proyecto aprobado con resolución N. 359/2020. Con el tema: Análisis de la prestación de servicios turísticos en la ciudad de Machala período de septiembre 2020 a julio 2021.

Referencias Bibliográficas

- Anzaldúa, K., Almazán, A., Lorenzana, O., y Almazán, M. (2021). Potencial paisajístico de la Laguna de Coyuca de Benítez: Detonante de productos sustentables en Acapulco-México. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVII(2), 80-97. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/35890>
- Cabanilla, E., Lastra, X., y Pazmiño, J. (2017). El turismo doméstico ¿Demanda potencial de los centros de turismo comunitario en Ecuador? *Pasos revista de turismo y patrimonio cultural*, 15(3), 579-590. <https://doi.org/https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.039>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL. (09 de 07 de 2020). Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45770>
- De la Fuente, S. (2011). Análisis Correspondencias Simples y Múltiples. Paper Universidad Autónoma de Madrid. <https://www.fuenterrebollo.com/Economicas/ECONOMETRIA/REDUCIR-DIMENSION/CORRESPONDENCIAS/correspondencias.pdf>
- Guzmán, E., De la Garza, M., Rebollar, S., Hernández, J., y García, J. (2011). Factores determinantes de la demanda internacional del turismo en México. *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 5(3), 30-49. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511851328001>
- INEC. (2010). Censo 2010: una historia para ver y sentir. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Memorias/memorias_censo_2010.pdf
- Jiménez, M., Peña, A., y Ruiz, J. (2017). La demanda turística internacional: recuperación de la crisis y turismo de lujo, una primera aproximación al caso español. *Investigaciones*

- regionales(38), 47-66. <https://investigacionesregionales.org/wp-content/uploads/sites/3/2017/11/03-JIMENEZ.pdf>
- Leonardi, V., Elías, S., y Tortul, M. (2022). Sitios de patrimonio mundial como determinantes de la demanda de turismo internacional en Latinoamérica y el Caribe. *Lecturas de Economía*(96), 171-200. <https://doi.org/https://doi.org/10.17533/udea.le.n96a342804>
- Libri, M., Tregua, M., Medina, M., y Pérez, J. (2023). Hacia una revisión sistemática del concepto de turismo patrimonial. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(101), 369-38. <https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.101.23>
- Martín, R. (2009). Principios, organización y práctica del turismo. 2009: Empresa Editorial Poligráfica Félix Varela.
- Martínez, V., y Pelegrín, N. (2021). Diversificación de la oferta turística de naturaleza: Canopy en el Paisaje Natural Protegido Hanabanilla-Cuba. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVII(3), 185-200. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/index>
- Mejía, L., Márquez, J., y Ruperti, S. (2019). Análisis de las preferencias de consumo, gustos, deseos y cambios generacionales en los habitantes de la ciudad de Machala. *Revista Ciencia y Tecnología*, 19(22), 108-125. <https://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec/revista/index.php/cienciaytecnologia/article/view/249/361>
- Moreno Melgarejo, A., Sariago López, I., Ávila Bercial, R. (2018). La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turístico. *Turismo y Desarrollo local sostenible*(25), 1-16. <https://www.eumed.net/rev/turydes/25/gestion-destinos.html>
- Naranjo, M., y Martínez, M. (2022). Reflexiones teóricas sobre la demanda turística global: Incidencia en la gestión y comercialización turística. *Revista de Ciencias Social* (28), 359-375. <https://doi.org/https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38169>
- ONU. (2020). El turismo fue devastado por el COVID-19 y debe ser reconstruido de una manera más amigable con el planeta. Mirada global Historias humanas: Noticias Organización de las Naciones Unidas. <https://news.un.org/es/story/2020/08/1479432>
- Pastrán, F., Salazar, G., Alcivar, I., y Vera, T. (2022). Apertura socio-cultural hacia el turismo en el centro San Salvador de la Nacionalidad Chachi-Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(6), 411-425. <https://www.redalyc.org/journal/280/28073815029/movil/>
- Paz, M. (2019). Un análisis comparativo sobre las estrategias internacionales de los investigadores en Argentina. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 14(40), 167-196. <http://ojs.revistacts.net/index.php/CTS/article/view/98/92>
- Rivas, J. (2008). *Planificación y gestión sostenible del turismo*. Septem Ediciones.
- Salazar, K., Serrano, S., y Calle, M. (2021). Análisis de la situación actual del sector hotelero frente a la crisis sanitaria COVID-19. Caso: Machala-Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 17(1), 2 -13. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2021000100002>
- Schiffman, L., y Lazar, L. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. Prentice Hall. <https://psicologadelconsumidor.files.wordpress.com/2016/04/comportamiento-del-consumidor-schiffman-10edi.pdf>
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (Marzo - Diciembre de 2020). *Evaluación Socioeconómica Covid-19 Ecuador*.

https://siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/ecuador_informe_pdna_covid-19_ecuador_web.pdf

Tomé, M. (2018). Factores restrictivos del turismo. La percepción de la demanda real y potencial sobre la seguridad pública en Rio de Janeiro (Brasil). *Estudios y perspectivas de turismo*, 27(4), 968-984. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322018000400011