

**PREFERENCIAS Y TENDENCIAS TURÍSTICAS DE LOS VISITANTES DE LA ZONA 2
(PICHINCHA, NAPO Y ORELLANA) EN TIEMPOS DE COVID-19**

**PREFERENCES AND TOURISM TRENDS OF VISITORS TO ZONE 2 (PICHINCHA,
NAPO AND ORELLANA) IN TIMES OF COVID-19**

Edison Molina Velásquez, Ph.D.

<https://orcid.org/0000-0001-7702-5079>

Doctor en Geografía (Argentina).

Docente de la Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.

ermolina@uce.edu.ec

Dianna Mañay Mena, Srta.

Estudiante de la Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.

dmmanaym@uce.edu.ec

Andrea Mamarandi Mossot, Srta.

Estudiante de la Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.

apmamarandi@uce.edu.ec

Pedro Villagrán Olivo, Lic.

Licenciado en Turismo Ecológico (Ecuador).

Especialista en Sistemas de Información Geográfica, Quito, Ecuador.

andresp1792@gmail.com

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Recibido: 11 de marzo de 2021

Aceptado: 30 de marzo de 2021

RESUMEN

El presente artículo fue realizado con la finalidad de identificar las principales preferencias turísticas que tienen los visitantes en sus recorridos turísticos por las provincias de Pichincha, Napo y Orellana pertenecientes a la zona de planificación 2 - centro norte del Ecuador en el escenario actual de Covid-19. La metodología trabajada, mediante el uso de métodos cuantitativos y cualitativos, permitió el reconocimiento del comportamiento turístico en cuanto a gasto, frecuencia, ocupación, estadía, duración de viaje; así como tendencias, concentraciones y flujos turísticos, los cuales se reflejaron a través de estadísticas complementadas con el uso de sistemas de información geográfica SIG. Con base en esto se determinó una disminución considerable en los flujos turísticos que arriban a la zona 2, así como nuevas tendencias y



preferencias de viaje directamente relacionadas con la pandemia mundial, que destacan el turismo de proximidad con un segmento de mercado mayoritariamente joven de 16 a 35 años.

Palabras claves: preferencias turísticas, turismo de proximidad, zona 2, Covid-19

ABSTRACT

This article was made to identify the main tourist preferences visitors have on their sightseeing tours through the provinces of Pichincha, Napo and Orellana belonging to the zona 2 - central northern planning area of Ecuador in the current scenario of Covid-19. The methodology worked, by the used of quantitative and qualitative methods allowed the recognition of tourist behavior in terms of spending, frequency, occupation, stay, duration of travel; as well as trends, concentrations, and tourist flows, which were reflected through statistics supplemented using GIS geographic information systems. Based on this, a considerable decrease in tourist flows arriving in zona 2 was determined as well as new trends and travel preferences directly related to the global pandemic, highlighting proximity tourism with a mostly young market segment from 16 to 35 years old.

Keywords: tourist preferences, proximity tourism, zone 2, Covid-19

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno social que ha contribuido a las nuevas configuraciones territoriales, aportando a la dinamización de los territorios. Por tanto, se lo puede analizar desde diferentes ámbitos como económico, social, cultural, ambiental, entre otros (Morillo, 2011). Asimismo, se lo puede entender como las actividades que las personas realizan; mientras se desplazan de un lugar a otro con fines de disfrute, descanso y desarrollo personal (Lazcano & Madariaga, 2016). Al ser considerado como un motor de crecimiento económico, los flujos turísticos fueron limitados por una amenaza inminente como es la pandemia por Covid-19¹. Donde si bien se debe precautelar la salud pública con medidas de confinamiento, trae graves repercusiones al limitar la movilidad de las personas. Todas las actividades netamente turísticas como complementarias dejaron de ser rentables, porque fue disminuyendo el consumo turístico. Varios negocios alcanzan a sostenerse con lo mínimo y muchos otros han cerrado temporal o definitivamente.

¹ Enfermedad causada por un virus de tipo 2 (SARS-CoV-2) que afecta severamente al sistema respiratorio. El brote de la enfermedad empezó en diciembre de 2019 y por su rápida propagación a nivel mundial, en marzo de 2020 se declara una pandemia (Díaz-Castrillón & Toro-Montoya, 2020).

Por lo que el escenario actual del turismo es devastador frente a la emergencia sanitaria (Bauzá & Melgosa, 2020).

En el caso del Ecuador la pérdida de empleos fue muy representativa, tal es el caso que al comparar el registro de prestadores de servicio en el consolidado turístico nacional entre el 2020 al 2021, se pudo apreciar una disminución de 3003 empresas turísticas y de 13933 empleos directos reducidos. Para la zona 2 en las provincias de Pichincha, Napo y Orellana existe una disminución de 440 empresas turísticas y de 2449 empleos directos, de los cuales su mayor concentración está en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), perteneciente a la zona 9 (MINTUR, 2020,2021). La crisis es evidente en el sector turístico y todavía el futuro es incierto, se ha podido evidenciar que la problemática no solo es por la falta de visitantes; sino más bien, es un tema estructural que afecta a todos los sectores. Los visitantes prefieren ir a lugares confiables, donde puedan llevar a cabo prácticas turísticas que no comprometan su salud ni la de los demás, para ello es necesario invertir en todos los aspectos de bioseguridad que contribuyan a crear destinos seguros a largo plazo (Abella , 2020).

El presente artículo fue un producto más del Observatorio Turístico de la zona 2 (OTZ2). Su finalidad fue identificar las principales preferencias turísticas que tienen los visitantes en sus recorridos turísticos en las provincias de Pichincha, Napo y Orellana en el escenario actual de Covid-19.

REVISIÓN TEÓRICA

Las preferencias y tendencias turísticas

Las preferencias turísticas son indispensables en el actuar del visitante. Se refiere a los lugares que eligen conocer, la duración de la estadía, las prácticas turísticas y demás aspectos que estén relacionados con el viaje (Carvache-Franco, Carvache-Franco, Carvache-Franco, & Recalde-Lino, 2018). La elección de los turistas es vinculante a la preparación de las prestaciones funcionales y simbólicas en los destinos. El medio geográfico, es influyente en el desarrollo de las preferencias turísticas que, con la consolidación y el tiempo, irán fortaleciendo a las modalidades turísticas. Cuando las modalidades son populares, la oferta se va convirtiendo en tendencia, la cual es aprovechada por sus características y son muy llamativas para los mercados; aún más en tiempos de pandemia en donde “la decisión dependerá de las medidas sanitarias que adopte el destino prioritariamente, seguido por la seguridad que brindan las localidades y en tercera elección las estadísticas de contagio” (Molina, Cabanilla, & Garrido, 2020).

Una de las tendencias en la actualidad es ir a las zonas rurales, cercanas al lugar de residencia, de aquí parte el denominado turismo de proximidad. En el caso del Ecuador el turismo interno fue el que aportó a la iniciación de la reactivación turística. El Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) con el apoyo de la Universidad Central del Ecuador (UCE) conforma un grupo público-privado en el área académica agrupando a 14 instituciones de educación superior; realizaron el estudio del comportamiento del turismo a nivel nacional en el contexto de Covid-19. Los resultados de la investigación evidenciaron un perfil del visitante mayoritariamente joven teniendo un 46% de jóvenes menores a 25 años y 32% de adultos jóvenes entre 26 y 34 años. En cuanto a la ocupación se destacan los empleados y estudiantes con 54,39 y 40,10% respectivamente. A pesar de esto las estadísticas también revelaron que quienes no tienen ingresos económicos son quienes más viajan en un 38,20%.

El estudio reveló además una tendencia nacional que se mantiene con los años hacia la zona costera en busca de destinos de sol y playa siendo preferidos en un 45%, seguido de destinos de montaña con un 12%. Menciona además que las motivaciones para elegir un destino son los protocolos de bioseguridad y la confianza del destino con 28,90% y 15,70% respectivamente (MINTUR, 2020b).

En lo que se refiere a la zona 2 se realizó un estudio en la provincia de Pichincha, dando como resultados que el comportamiento del turismo se evidenció en un perfil similar del estudio nacional, teniendo como ocupaciones principales que los visitantes son empleados y estudiantes con 63% y 31%. Con turistas y visitantes que en un 30% no poseen ingresos económicos y con 21% rentas de 501 a 1000 USD. Por otro lado, en cuanto a tendencias, se mantiene la línea nacional de la zona costera con un 43%, destinos de la sierra o montaña con un 29% y aparece la preferencia a la Amazonia con un 9%. Este estudio destaca además las motivaciones de los turistas al elegir el destino bajo las condiciones de la pandemia Covid-19 estableciendo que con un 28% en los encuestados influye los protocolos de bioseguridad implementados y la confianza que tiene el destino con un 13% (Cabanilla, Molina, Garrido, & Alatorre, 2020).

Los flujos turísticos en el turismo interno de proximidad

Los flujos turísticos tienen que ver con las formas de desplazamiento físico de las personas a las diferentes zonas turísticas. De esto parte que se formen relaciones por los lugares de dónde vienen, de tránsito y de destino final, por dichas relaciones geográficas se da el término de flujo. Tienen un carácter constante, pero a la vez cambiante porque depende del entorno (Menchero Sánchez, 2020).

En los movimientos turísticos aparecen los flujos internacionales e internos, las preferencias y tendencias marcan la evolución de la movilidad humana. En el año 2020, fue muy notoria la restricción de los viajes al exterior por las medidas dispuestas por los países receptores. En el caso del Ecuador las terminales aéreas y fronteras fueron cerradas, y según avanzaba la pandemia se iban flexibilizando las medidas. Los diferentes grupos de edad empezaron a buscar espacios para realizar sus prácticas de ocio y turismo; sin embargo, un indicador importante de análisis fue la ocupación debido a la pérdida progresiva de los empleos. Los residentes se vieron sumidos a permanecer en el país, y de esta manera se incentivó el turismo interno de proximidad; debido a “la disminución de riesgo que implica por no recorrer largas distancia en su desplazamiento” (Romero P., Romero M., & Navarro, 2020).

Se denomina al turismo interno al grupo de visitantes que habitan en el mismo territorio económico del país en referencia, es decir, el realizado por los residentes del país dentro de su propio territorio (Moreno, 2011). Por otro lado, el denominado turismo de proximidad es el que se desarrolla en sitios cercano a las principales ciudades, adaptados para impulsar la revalorización del patrimonio local por la propia población. Y así que en esta búsqueda de la alteridad que algunos espacios de proximidad geográfica, contexto en el que el sector turístico habría identificado esta oportunidad, lo que daría pie al desarrollo de una cierta oferta de 'turismo de proximidad' (Llurdés, Diaz, & Romagosa, 2016).

En este contexto las regiones e instituciones han desarrollado diferentes estrategias fiscales y monetarias, de innovación-habilidades, inteligencia e investigación de mercado; asociaciones público-privadas, fortalecimiento de infraestructura y talento humano en Covid-free², entre otras, con la finalidad de reactivar el turismo receptivo y el turismo interno. Estas estrategias se han agrupado en las diferentes regiones en el rastreador de políticas de Organización Mundial de Turismo (OMT). La OMT Covid-19 cubre 220 países y territorios y más de 30 instituciones internacionales y regionales (OMT, 2021).

Indicadores turísticos

Para una adecuada toma de la información se conforman indicadores que agrupen o recojan características similares y permitan la simplificación de los datos, mediante variables que midan un elemento del sector turístico. La OMT (2005), es en su guía práctica de indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos, define a los indicadores turísticos como: “series cronológicas de información estratégica para la sostenibilidad de un destino, sus activos, y en

² Protocolos de bioseguridad de la OMT, que preparan a los servicios turísticos para estar libres de Covid-19.

última instancia, el futuro del sector turístico (...) medidas de la existencia de dificultades o de su gravedad, indicios para identificar y evaluar los resultados” (p. 13-14).

Los indicadores al ser una expresión referencial deben diseñarse acorde a las particularidades del área de estudio o ámbito que se quiere analizar. Los indicadores utilizados en la presente investigación partieron de la base de indicadores propuestos por el MINTU y el Banco Central del Ecuador en lo referente al análisis del turismo desde la perspectiva económica y finalmente el sistema europeo de indicadores turísticos (ETIS), los mismos que después de su estructuración fueron validados mediante un pilotaje en la zona 2 (Castellanos, 2018). Entre los principales indicadores que son utilizados dentro del observatorio turístico de la zona 2 son: concentración, tiempo de estadía, tendencias, flujos, gasto turístico, frecuencia de visita, ocupación y motivación de viaje de los visitantes

La ocupación según la Organización Internacional del Trabajo [OIT] (2015), hace referencia a la actividad, profesión o trabajo que ejercen las personas para producir bienes o prestar servicios a cambio de remuneración o beneficios. Para fines estadísticos se miden agrupándolos por grados de similitud mediante indicadores denominados tipos de ocupaciones. Se consideró los ítems de clasificación de empleado público, privado, estudiante, emprendedor, ama de casa, jubilado, entre otros.

La estadía se mide mediante la variable (tiempo), determinando la duración más corta de un día sin pernoctación bajo la denominación de “ida por vuelta” y por noches de pernoctación medidos en escala de 1 a 5 y más de 5 noches.

La frecuencia de visita es una variable cuantitativa (número de veces que visita la zona estudiada), para esto se consideró la frecuencia absoluta y relativa. “La frecuencia absoluta es el número de veces que se repite algo y la frecuencia relativa es la proporción que representa la frecuencia absoluta en relación con el total” (Batista, s.f, p. 2). Para medir la frecuencia de viaje se usó la selección de 1 a 4 veces al año y más de 4 veces al año.

La motivación de viaje se la entiende como las razones o fuerzas que se manifiestan en las personas para tomar las decisiones según sus intereses, necesidades insatisfechas o gustos. En el ámbito turístico sirve para poder identificar al tipo de turista que pertenece (Araújo Pereira & de Sevilha Gosling, 2017), acorde al móvil que incentiva el desplazamiento y se encuentran divididos en cuatro grupos principales como:

1. Físicas: relacionadas con la salud física y mental (entretenimiento, descanso)
2. Psicológicas: interpersonales donde se trata de establecer relaciones (desarrollo emociones, visita amigos o familiares)

3. Culturales: desarrollo personal por medio del conocimiento de otras culturales.
4. Social: ayudan a que el individuo sea reconocido y apreciado.

El gasto turístico es la cantidad total que se paga por bienes y servicios que se han consumido dentro del viaje (también se considera como consumo turístico) y que han servido para cubrir las necesidades y deseos del visitante durante su estadía. Principalmente se desglosan en alojamiento, alimentación, recreación, transporte, compra de artesanías, entre otros. Los pagos que no son considerados dentro del gasto turístico son los impuestos, tasas, intereses, activos financieros, donaciones, gastos corrientes de las viviendas de vacaciones (RIET, 2008).

Los flujos y la concentración de visitantes son indicadores muy utilizados para el análisis de la procedencia y la llegada a los principales atractivos de las localidades. Con ello se puede determinar las centralidades y las dispersiones en el territorio, tanto en oferta como en demanda.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se desarrolló en las provincias de Pichincha (excepto el Distrito Metropolitano de Quito), Napo y Orellana, pertenecientes a la zona de planificación 2 - centro norte del Ecuador. Su sede administrativa se encuentra ubicada en la ciudad de Tena, provincia de Napo, está conformada por 16 cantones y 68 parroquias, tiene una superficie de 39.542,58 km² y con una población de 577.189 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

La investigación según la intervención fue observacional; debido al estudio actual del turismo en la zona 2, según la planificación en la toma de datos fue prospectivo, mediante la medición obtenida de los indicadores propuestos. Y finalmente según el número de ocasiones de cálculo de las variables fue transversal, puesto que la toma de información se lo hizo en un período de tiempo de 5 meses que va desde octubre del 2020 a febrero del 2021.

El tipo de investigación fue de corte descriptivo y comparativo, se estructuró la información tomando como base los indicadores turísticos del OTZ2. El estudio elaborado fue aplicado con un enfoque mixto. Cualitativo por la profunda revisión teórica en documentos oficiales referentes a estudios turísticos sobre preferencias, tendencias, flujos turísticos, turismo de proximidad e indicadores. Esto complementado por el trabajo realizado en campo en donde se apreció la realidad turística en el escenario de Covid-19.

Cuantitativo por la aplicación de 555 encuestas (ver anexo A) a los visitantes que llegaron a las principales localidades de la zona 2. Para la toma de la información fue necesario aplicar la fórmula de cálculo finito tomando como universo 684.390 visitantes (Quito Turismo, 2020); no

obstante, se tomó en cuenta las respuestas de los visitantes nacionales, que se encontraron realizando turismo en el territorio.

La encuesta permitió medir concentraciones, tiempo de estadía, tendencias, flujos, gasto turístico, frecuencia de visita, ocupación y motivación de viaje de los visitantes. Para la muestra el margen de error utilizado es de 4,242% y una desviación estándar del 13,33%. El filtro indispensable de ingreso de datos en la encuesta fue una edad mínima de 16 años y que no residan en el cantón donde se tomó la información.

Para una acertada observación e interpretación de los resultados fue necesario la elaboración de gráficas estadísticas y la aplicación de los sistemas de información geográfica (SIG), mediante el programa ArcGIS 10.8, utilizando ArcMap que permite representar cartográficamente, editar y analizar un entorno 2D, así como para la administración de datos (Esri, 2020). Se elaboraron cinco productos cartográficos con el ingreso de datos en las tablas de atributos respectivas insertas en el programa informático.

Para la medición de gasto turístico, se relevó el gasto del grupo de viaje mediante los grupos etarios y aplicando el cálculo correcto de estimar el gasto diario promedio para lo cual la estadía promedio se la obtuvo mediante dividir la suma de los pernóctes totales de todos los grupos etarios, por la suma de los turistas de cada grupo. El gasto promedio diario es la división de la suma de los gastos totales de los grupos etarios, por la suma de los pernóctes totales de los grupos.

RESULTADOS

Concentración de visitantes

En la (Figura 1), los visitantes que llegaron a la zona 2 (Pichincha, Napo y Orellana), 5 de cada 10 personas prefirieron mayoritariamente la visita a la provincia de Pichincha que realizaron recorridos por los cantones aledaños al Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), 4 de cada 10 personas visitaron la provincia de Napo y únicamente 1 de cada 10 fueron hacia la provincia de Orellana.

ECUADOR - ESCALA 1:7.000.000

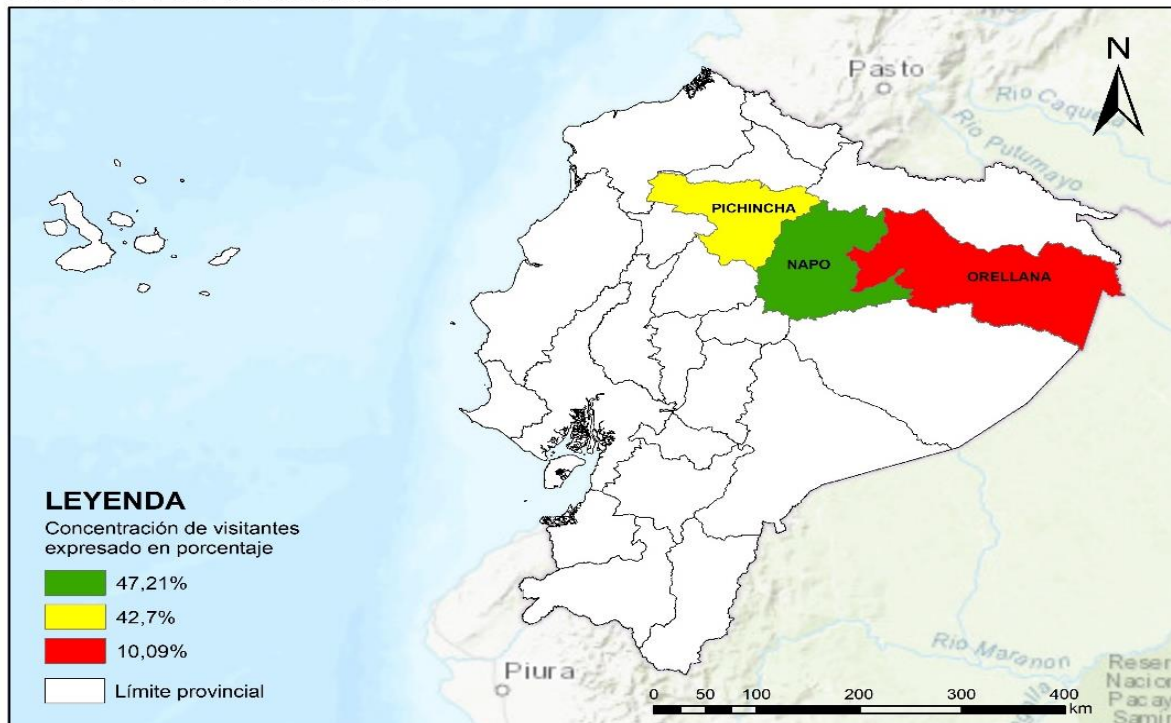


Figura 1. Concentración de visitantes. Fuente: Elaboración Propia

Género y grupo etario

En la (Figura 2), las 555 encuestas estuvieron distribuidas en el 51,53% para el género femenino, 46,49% para el género masculino y apenas el 1,98% para los géneros LGBTQIA+³. En los grupos etarios se observa una mayor concentración de visitantes en las edades entre los 16 a 25 años con el 40,54%, seguido por el grupo etario de los 26 a 35 años con el 28,11%, los grupos de edad que menos viajan se encuentran en los grupos de 56 años en adelante, considerados como grupos de alto riesgo de mortalidad del virus Covid-19 según las advertencias de la Organización Mundial de la Salud (OMS), debido que son más propensos por presentar afecciones al corazón, entre otras patologías que harían difícil la pronta recuperación. Caso que no se da seguido entre los jóvenes que lideran la estadística en el presente estudio, por tanto, tienen más confianza de salir (Pinazo-Hernandis, 2020).

³ LGBTQIA+: Lesbianas, Gays, Bisexuales, Pansexuales, Transgénero, Genderqueer, Queer, Intersex, Agender, Asexual y otras comunidades de identificación queer (The University of Connecticut, 2019).

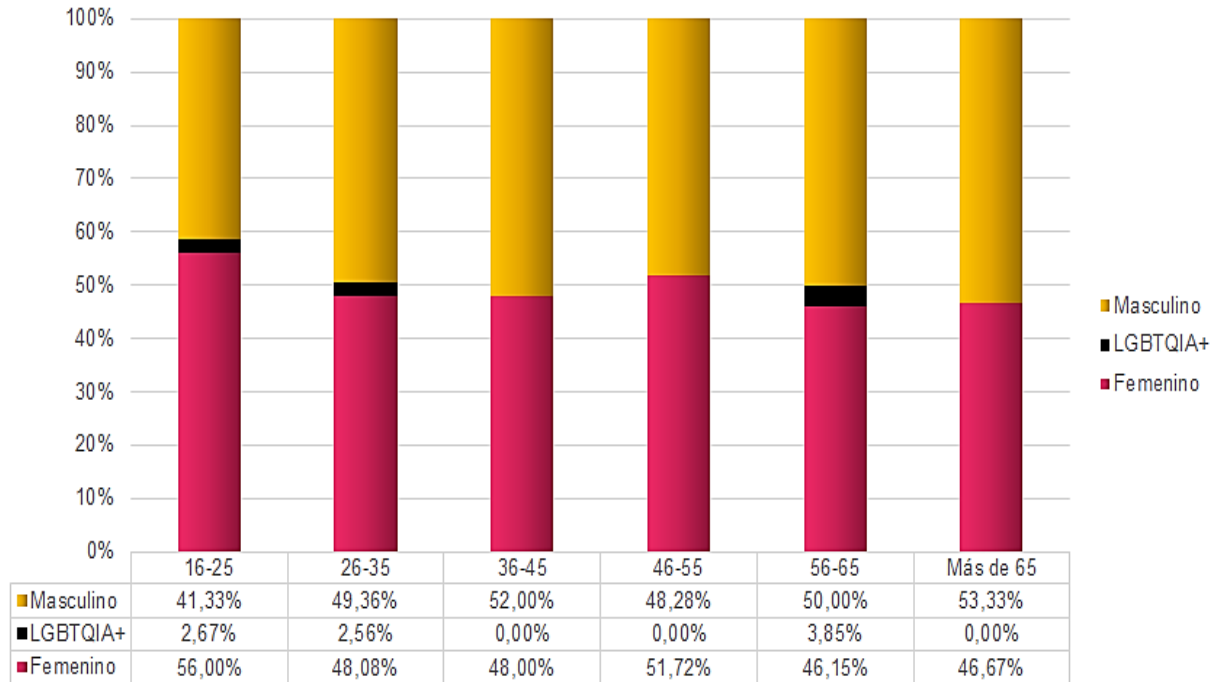


Figura 2. Género y grupo etario. Fuente: Elaboración Propia

Tiempo de estadía

En la (Figura 3), 4 de cada 10 visitantes de la provincia de Pichincha en su mayoría prefieren los viajes de ida por vuelta, al igual que 4 de cada 10 visitantes en la misma provincia pernoctan una noche, 2 de cada 10 deciden una estadía más larga que va de 2 a más noches.

En la provincia de Napo 4 de cada 10 personas eligen pernoctar una noche, 3 de cada 10 personas prefieren recorrer la provincia y volver a su lugar de procedencia, y 3 de cada 10 personas eligen una estancia más larga que va de 2 a más noches. Por último 5 de cada 10 personas que recorren la provincia más oriental de la zona 2 que es Orellana prefieren quedarse de 2 a más noches, 3 de cada 10 pernoctan una noche y 2 de cada 10 personas realizan viajes de ida por vuelta.

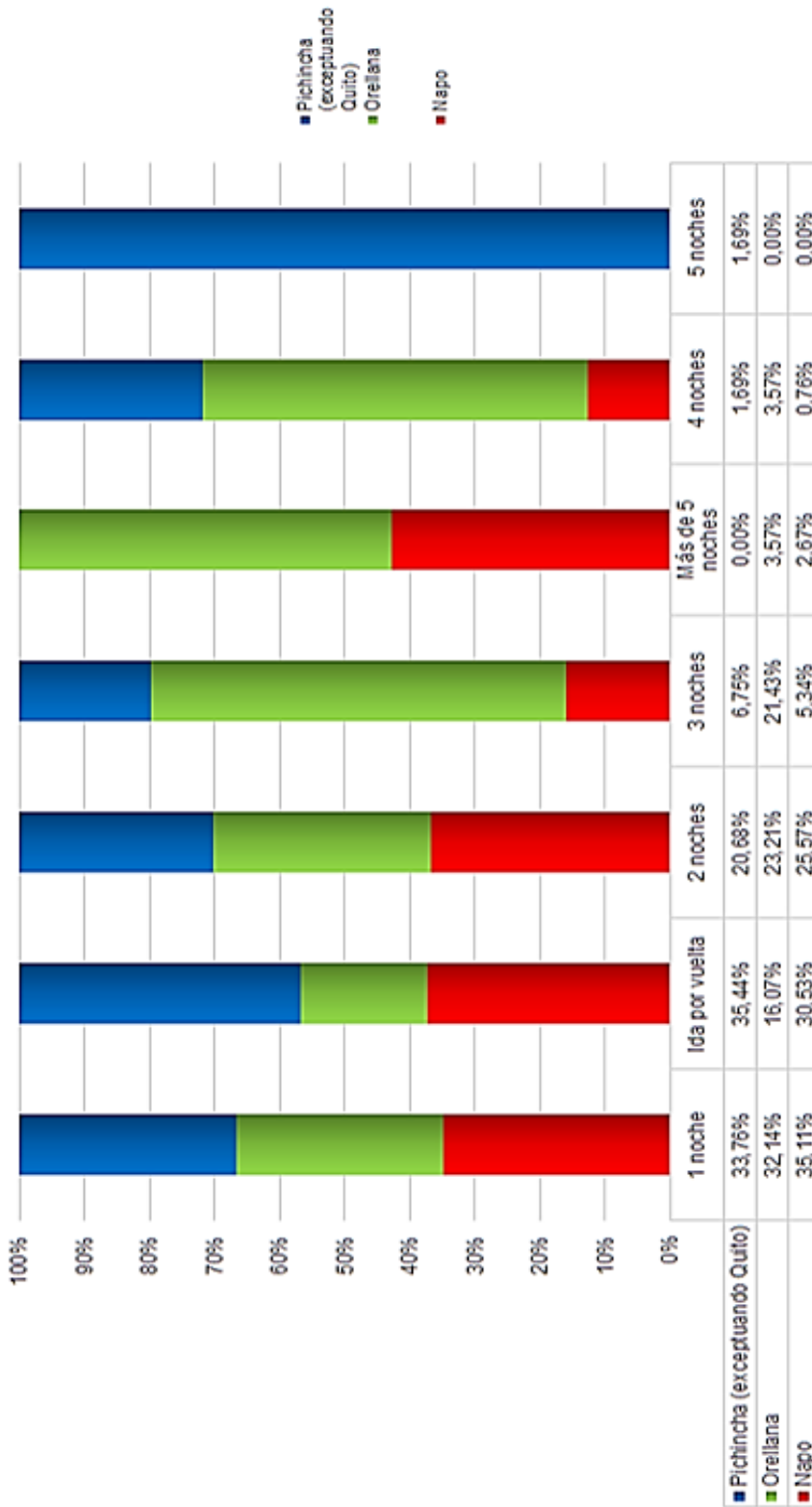


Figura 3. Tiempo de estadía. Fuente: Elaboración Propia

Flujos turísticos a la zona 2

En la (Figura 4), el 85,23% de residentes en Pichincha realizaron actividades turísticas en su provincia, 10,13% de visitantes son provenientes de las provincias de (Imbabura, Santo Domingo de los Tsáchilas, Sucumbios, Guayas y Carchi). El 4,22% son visitantes que arribaron de las provincias de (Pastaza, Manabí, Napo, Chimborazo, Los Ríos, Orellana, Tungurahua, Loja) y apenas el 0,42% son turistas extranjeros

ECUADOR - ESCALA 1:7.000.000

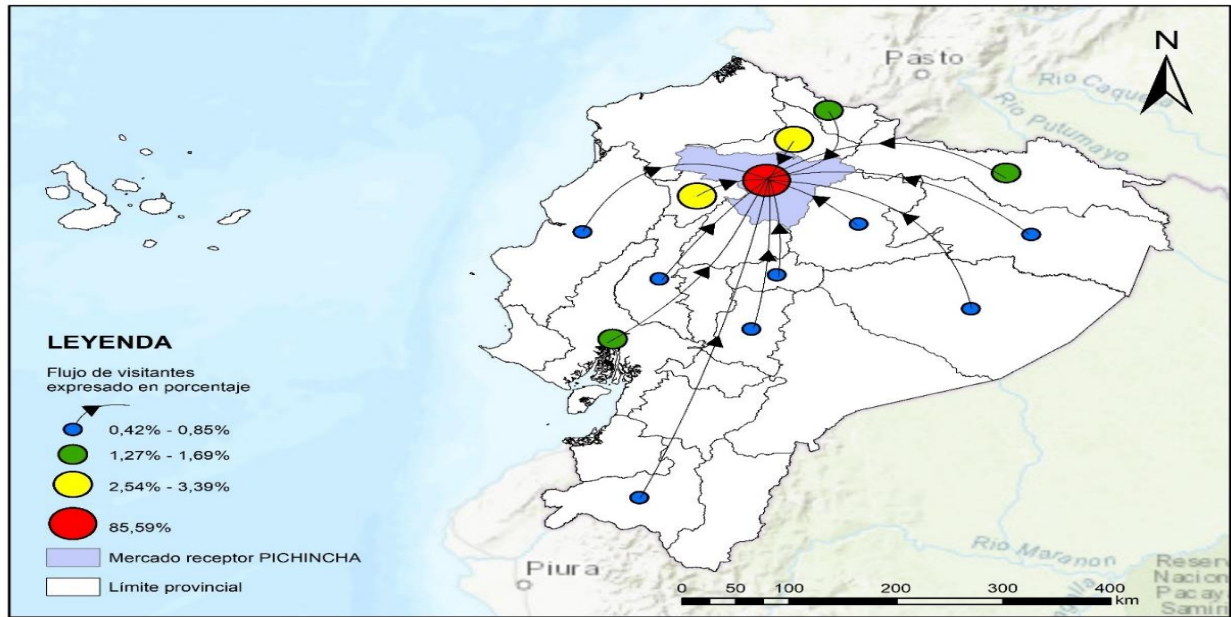


Figura 4. Flujos turísticos de la zona 2, mercado receptor Pichincha. Fuente: Elaboración Propia

En la (Figura 5), el 2,29% de residentes en Napo realizaron actividades turísticas en su provincia, el 89,31% de visitantes son provenientes de las provincias de (Pichincha, Orellana, Tungurahua, Sucumbíos y Guayas). El 8,02% son visitantes que arribaron de las provincias de (Cotopaxi, Chimborazo, Santo Domingo de los Tsáchilas, Imbabura, Zamora Chinchipe, Bolívar) y apenas el 0,38% son turistas extranjeros.

ECUADOR - ESCALA 1:7.000.000

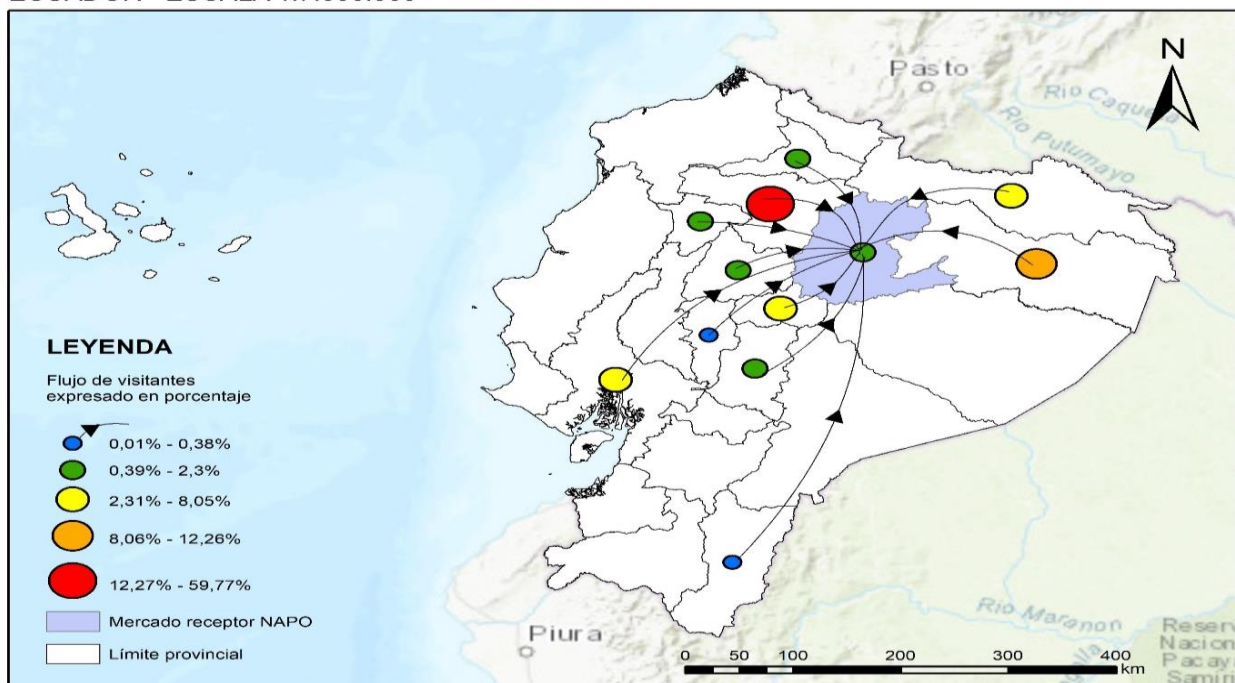


Figura 5. Flujos turísticos de la zona 2, mercado receptor Napo. Fuente: Elaboración Propia

En la (Figura 6), el 3,57% de residentes en Orellana realizaron actividades turísticas en su provincia, el 83,93% de visitantes son provenientes de las provincias de (Pichincha, Sucumbíos, Guayas, Los Ríos y Napo). El 8,93% son visitantes que arribaron de las provincias (Santo Domingo de los Tsáchilas, Esmeraldas, Pastaza, Carchi, Morona Santiago) y el 3,57% son turistas extranjeros, siendo la provincia con mayor ingreso de visitantes extranjeros en la zona 2.

ECUADOR - ESCALA 1:7.000.000

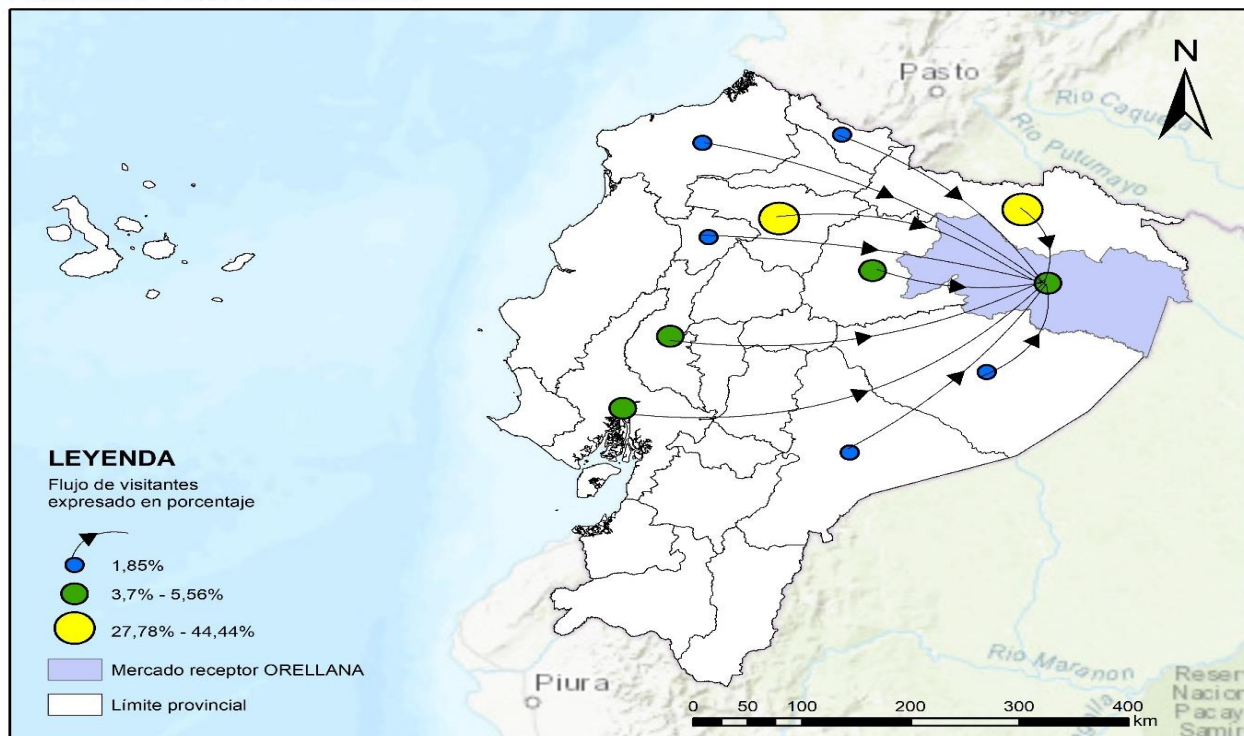


Figura 6. Flujos turísticos de la zona 2, mercado receptor Orellana. Fuente: Elaboración Propia

Con los resultados obtenidos se demuestra la gran importancia que ha tenido el turismo interno de proximidad en la reactivación turística en la zona 2.

Tendencias y turismo de proximidad

En la (Figura 7), el turismo de proximidad se evidencia claramente en los flujos turísticos entre las provincias que conforman la zona 2; 8 de cada 10 personas son provenientes de la provincia de Pichincha en especial de la ciudad de Quito, siendo el mercado emisor de mayor relevancia. 1 de cada 10 personas arriban de las provincias de las regiones: **Costa** (Esmeraldas, Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos y Guayas), **Sierra** (Bolívar, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura, Loja y Tungurahua) y **Amazonia** (Morona Santiago, Pastaza, Sucumbíos y Zamora Chinchipe), y únicamente 1 de cada 10 personas llegan del exterior (Colombia, Venezuela y Japón).

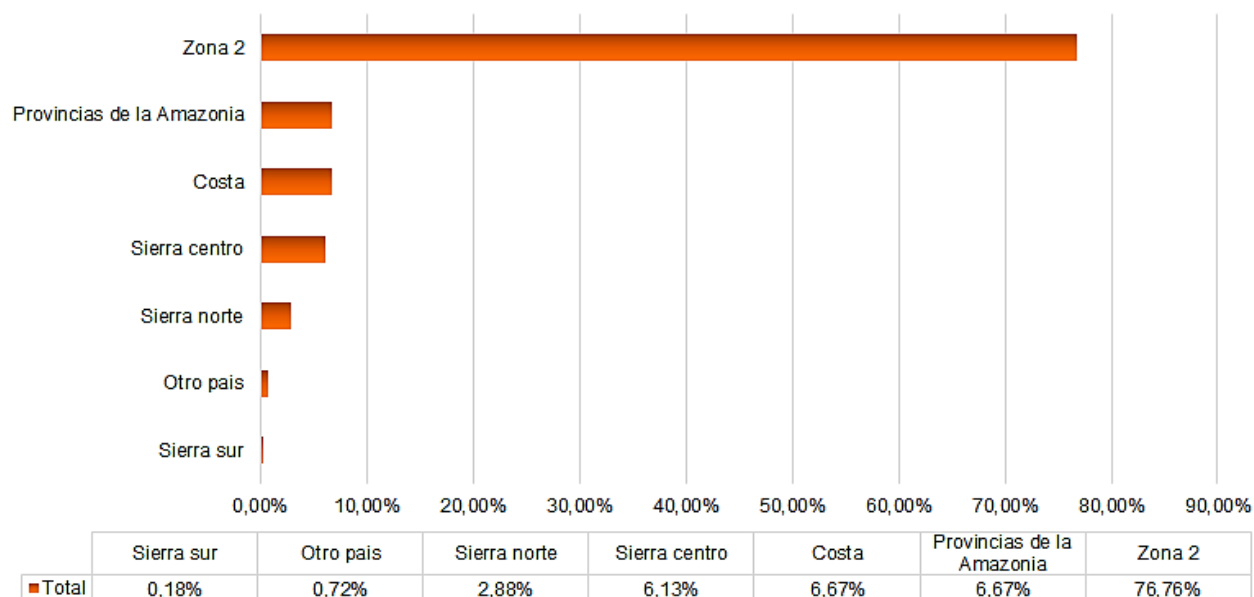


Figura 7. Tendencias y turismo de proximidad. Fuente: Elaboración Propia

Gasto de turístico

En la (Figura 8), los servicios más consumidos en la provincia de Pichincha fueron alimentación, transporte y recreación con el 74,26% equivalente al gasto turístico total, apenas el 16,33% fue consumido en servicios de alojamiento, lo cual da cuenta que los visitantes no pernoctaron fuera de su lugar de residencia. El restante 9,41% fue dedicado al consumo de servicios de salud, trámites legales y contratación de guías. En la provincia de Napo los servicios de mayor relevancia son transporte y alimentación con el 74,79% equivalente al gasto turístico total, apenas el 15,23% fue consumido en servicios de alojamiento, lo cual da cuenta que los visitantes no pernoctaron fuera de su lugar de residencia.

El restante 9,98% fue dedicado al consumo de servicios de salud, trámites legales, contratación de guías y más. Los servicios más consumidos en la provincia de Orellana fueron alimentación, recreación y transporte con el 72% equivalente al gasto turístico total, apenas el 19,50% fue consumido en servicios de alojamiento, lo cual da cuenta que los visitantes no pernoctaron fuera de su lugar de residencia. El 8,50% restante fue dedicado al consumo de servicios de salud, trámites legales, contratación de guías, compras de souvenirs y más.

ECUADOR - ESCALA 1:7.000.000

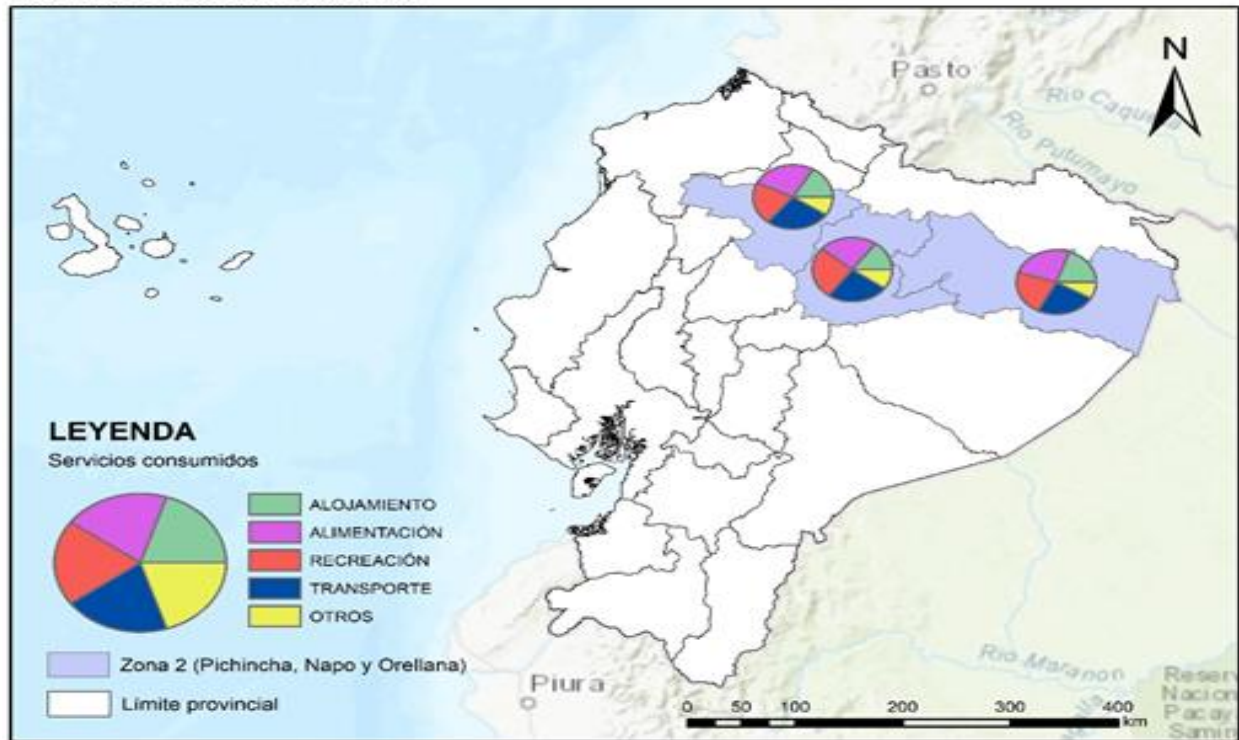


Figura 8. Gasto turístico. Fuente: Elaboración Propia

En la (Tabla 1) se observa que el grupo de viaje más numeroso es de 16 a 25 años, la estadía en todos los grupos es en promedio de una noche, pero con mayor representatividad en el grupo de 16 a 25 años y por ende se acumula la concentración del gasto.

En el caso del gasto por turista se determina que la personas de 26 a 55 son las que más aportan a la dinamización económica de la zona 2; sin embargo, los grupos que más gasto diario promedio tienen son de 46 a 55 y de 26 a 35 años.

Al realizar el cálculo general del gasto diario promedio entre todos los grupos etarios se estima que el valor de consumo diario es de 38,03 dólares estadounidense (USD).

Tabla 1

Estadía y gasto turístico promedio

ZONA 2						
Grupo etario	Grupo de viaje	Estadía	Total, pernoctes del grupo	Gasto Total del Grupo	Gasto por turista	Gasto diario promedio o (C/A) /B
	A	B	AXB	C	C/A	
16 - 25	225	1	225	\$ 7.373,00	\$ 32,77	\$ 32,8
26 - 35	156	1	156	\$ 7.087,00	\$ 45,43	\$ 45,4
36 - 45	75	1	108	\$ 3.721,00	\$ 49,61	\$ 34,5
46 - 55	58	1	58	\$ 2.875,00	\$ 49,57	\$ 49,6
56 - 65	26	1	26	\$ 825,00	\$ 31,73	\$ 31,7
Más de 66	15	1	15	\$ 470,00	\$ 31,33	\$ 31,3
Promedio simple		1				\$ 37,55
Suma	555	6	588	\$ 22.351,00	\$ 240,40	
			Estadía promedio	588/555=	1 noche	
			Gasto diario promedio	\$22.351,00/588=	\$ 38,03	

Fuente: Elaboración Propia

Motivaciones de viaje en la zona 2

En la (Figura 9), en las provincias de Napo, Orellana y Pichincha, se observa con claridad que la principal motivación para desplazarse es alejarse momentaneamente de las ciudades; es decir el entorno rural forma parte del pensamiento recreativo en tiempos de pandemia. Los visitantes prefieren practicar actividades de naturaleza como: aventura, aviturismo, deportes, ecoturismo, entre otros. Como segunda opción se observa que, los viajes por cuestiones familiares o trámites y negocios son indispenables, a pesar de las limitaciones a la movilidad humana.

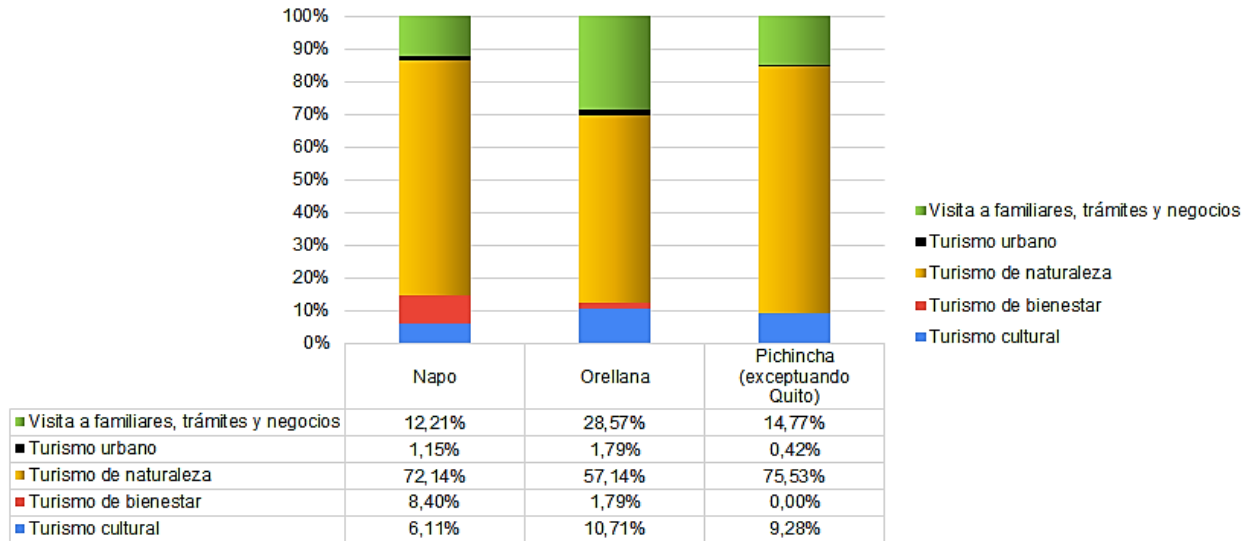


Figura 9. Motivaciones de viaje de la zona 2. Fuente: Elaboración Propia

Frecuencia de viaje y ocupación

En la (Figura 10), en todas las ocupaciones se observa que la visitación turística a la zona 2 está dispuesta con una frecuencia de apenas una vez al año, esto se debe a las restricciones de movilidad y a la inseguridad que tienen las personas al movilizarse por finalidades de ocio y turismo, denominado como “factor miedo” dentro del documento de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2020), llamado *Evaluación de los efectos e impactos de la pandemia de COVID-19 sobre el turismo en América Latina y el Caribe*.

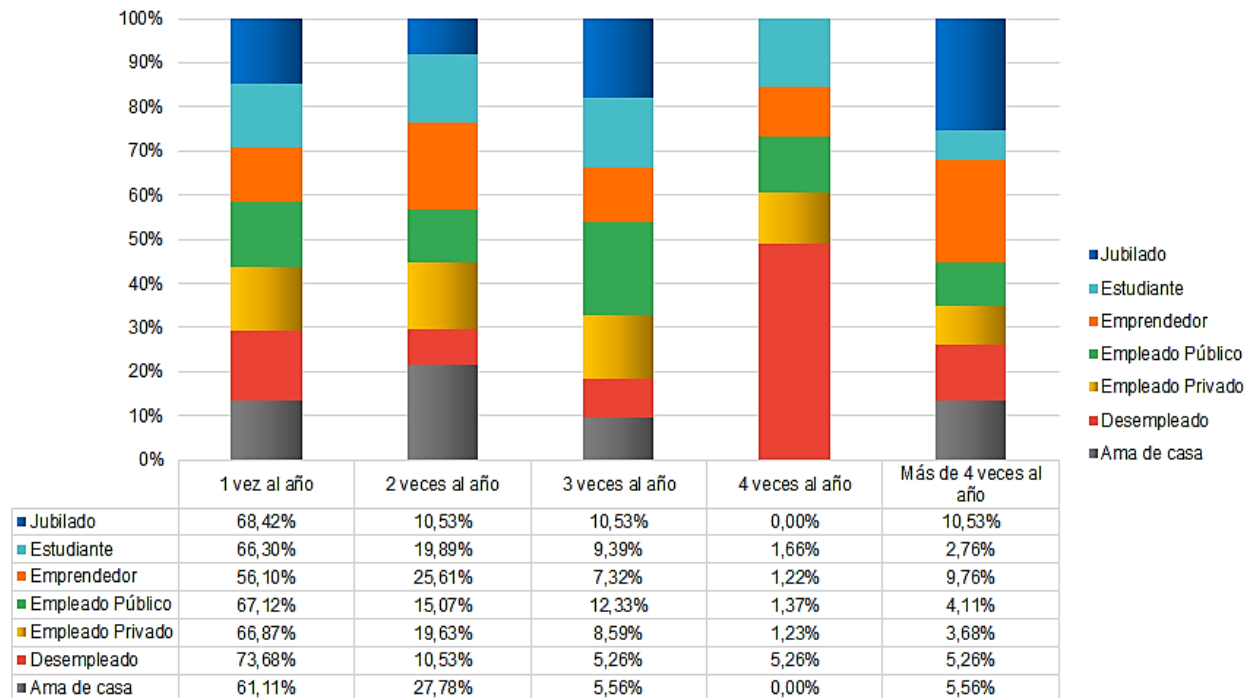


Figura 10. Frecuencias de viaje y ocupación. Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES

Las condiciones actuales han determinado una disminución considerable en los flujos turísticos; no obstante, la necesidad de desplazarse por motivos de ocio y turismo, han ido configurando nuevas tendencias y preferencias de viaje que se destacan en el arribar a destinos de proximidad con tiempos mínimos de estadía. La elección de los destinos depende de la zona geográfica y las condiciones de bioseguridad, en el caso de la zona 2 existe una dependencia por los flujos turísticos provenientes de uno de los mercados principales emisores como es Quito, pero al elegir espacios de proximidad los visitantes optan por consumir servicios como alimentación, recreación y transporte y no servicios de alojamiento por la proximidad a su lugar de residencia.

El grupo de viaje más representativo en la zona 2 es el que se concentra en las edades de 16 a 25 años, este grupo en su mayoría son estudiantes y han sido quienes han contribuido a iniciar la reactivación turística en las provincias de Pichincha, Napo y Orellana. Por otro lado, se observa el temor que existe en los grupos etarios de mayor edad, registrando menor afluencia turística; sin embargo, al realizar el cálculo del gasto turístico, registran mayor gasto promedio en sus visitas aportando a la economía local. Los empleados privados con los estudiantes son las ocupaciones que más se registran en la disposición del gasto.

Las restricciones impuestas por los gobiernos locales e internacionales generaron que la visita a la zona 2 del Ecuador sea muy limitada, sin generar repitencia al menos una vez al año en sus principales localidades. A pesar de ello, los visitantes realizaron recorridos en esta zona, debido a que la misma ofrece espacios amplios naturales y alejados de la gran concentración urbana, la oferta turística se centró en aviturismo, turismo de aventura, ecoturismo y deportes. Las provincias que mayores flujos turísticos recibieron según la muestra alcanzada, fueron la provincia de Napo y de Pichincha exceptuando al Distrito Metropolitano de Quito; mientras tanto que, la provincia de Orellana fue la que logró ampliar la estancia de los turistas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abella , S. (2020). Situación del sector turístico y de la crisis. *Turismo Post COVID-19*, 20-27. Obtenido de Situación del sector turístico y de la crisis
- Araújo Pereira, G., & de Sevilha Gosling, M. (2017). LOS VIAJEROS Y SUS MOTIVACIONES Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(1), 62-85. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180749182004.pdf>

- Batista, M. (s.f). *Facultad de agronomía Universidad de Buenos Aires*. Obtenido de <https://www.agro.uba.ar/users/batista/EG/C1.pdf>
- Bauzá, F., & Melgosa, F. (2020). El turismo después de la pandemia global, análisis, perspectivas y vías de recuperación. *Turismo Post COVID-19*, 1-270. Obtenido de <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>
- Cabanilla, E., Molina, E., Garrido, C., & Alatorre, M. (2020). *Comportamiento del turismo provincia de Pichincha dada la nueva normalidad por la afectación del virus Covid-19*. Quito.
- Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., & Recalde Lino, X. (2018). Preferencias para el turismo de aventura en la elaboración de un paquete turístico: Caso Santa Elena, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 43-51. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2018000100043
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). *Evaluación de los efectos e impactos de la pandemia de COVID-19 sobre el turismo en América Latina y el Caribe: aplicación de la metodología para la evaluación de desastres (DaLA)*. Documentos de Proyectos, Santiago.
- Díaz-Castrillón, F. J., & Toro-Montoya, A. I. (2020). SARS-CoV-2/COVID-19: el virus, la enfermedad y la pandemia. (d. M. S.A., Ed.) *Medicina & Laboratorio*, 24(3). Obtenido de <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2020/05/1096519/covid-19.pdf>
- Esri. (2020). Representación cartográfica y visualización en ArcGIS Desktop. Obtenido de <https://desktop.arcgis.com/es/arcmap/latest/map/main/mapping-and-visualization-in-arcgis-for-desktop.htm>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Población y Demografía
- Lazcano, I., & Madariaga, A. (2016). *El valor del ocio en la sociedad actual*. (C. R. (FAD), Ed.) Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6149004.pdf>
- Llurdés, J., Díaz, I., & Romagosa, F. (2016). Patrimonio minero y turismo de proximidad, explorando sinergias. El caso de Cardona. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 57.
- Menchero Sánchez, M. (2020). Flujos turísticos, geopolítica y COVID-19: cuando los turistas internacionales son vectores de transmisión. *Geopolítica(s) Revista de estudios sobre espacio y poder*, 11(especial), 105-114.
- MINTUR. (2020,2021). Consolidado turístico nacional . Quito.

- MINTUR. (2020a). *Estrategias de reactivación turística*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/campanas-de-promocion-mecanismo-clave-para-reactivar-el-turismo/>
- MINTUR. (2020b). *Comportamiento del Turismo a nivel nacional dada la nueva normalidad generada por la afección del virus Covid-19*.
- MINTUR. (2021). *Visualizador de Turismo*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>
- Molina, E., Cabanilla, E., & Garrido, C. (2020). *Cuando los ecuatorianos volvamos a viajar*. Universidad Central del Ecuador y Universidad Internacional del Ecuador.
- Moreno, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Vision Gerencial*, 10(1), 144. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*(1), 135-158. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- OMT. (2021). *Barometro Turístico*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- OMT. (2021). *Rastreador de políticas de UNWTO COVID 19*. Obtenido de <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism>
- Pinazo-Hernandis, S. (2020). Impacto psicosocial de la COVID-19 en las personas mayores: problemas y retos. *Revista Española de Geriátría y Gerontología*, 55(5), 249-252. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-espanola-geriatria-gerontologia-124-avance-resumen-impacto-psicosocial-covid-19-personas-mayores-S0211139X20300664>
- RIET. (2008). Capítulo 4: La perspectiva de la demanda: el gasto turístico. *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. Rev*, 1(83), 35-42. Obtenido de https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf
- Romero-Padilla, Y., Romero-Martínez, J. M., & Navarro-Jurado, E. (2020). Reflexiones desde el crecimiento: Ideas, estrategias y tácticas para el turismo Post-COVID-19. *Turismo Post COVID-19*, 28-39. Obtenido de <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>

The University of Connecticut. (2019). LGBTQIA+ Dictionary. *University of Connecticut Rainbow Center LGBTQIA+ Dictionary*. Retrieved from <https://rainbowcenter.uconn.edu/wp-content/uploads/sites/2262/2019/01/LGBTQIA-Dictionary-FINAL-Spring-18.pdf>

Vargas , A. (2020). Entender el turismo post-coronavirus: Posiblbes escenarios. *Turismo Post COVID-19*, 6-19. Obtenido de <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>

Anexo A. Encuesta 2020

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS AGRÍCOLAS
CARRERA DE TURISMO ECOLÓGICO**

ENCUESTA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN Y GASTO TURÍSTICO DENTRO LA ZONA 2 (PICHINCHA EXCEPTO QUITO, NAPO Y ORELLANA) – 2020

Nº encuesta ()	Fecha:	Lugar:	Hora:																										
<p>INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA: Este cuestionario fue elaborado por integrantes y tesistas del proyecto investigación "Evaluación del sector turístico a través de los indicadores del Observatorio Turístico de las provincias de Pichincha, Napo y Orellana. Fase 2" de la Facultad Ciencias Agrícolas de la Universidad Central del Ecuador. Esta encuesta es voluntaria, tendrá una duración entre 5 a 7 minutos, el tipo de preguntas tienen que ver con la satisfacción y gastos que la persona ha realizado en su visita. Cabe destacar que no existe ningún riesgo dentro de la investigación para quienes colaboren con la información solicitada.</p> <p>OBJETIVO DE LA ENCUESTA. - Identificar la satisfacción y el gasto turístico de los visitantes de la Zona 2 (Pichincha excepto Quito, Napo y Orellana) en los meses de octubre, noviembre, diciembre año 2020 y enero, febrero del año 2021</p> <p>CONFIDENCIALIDAD: La información proporcionada por usted, es estrictamente confidencial; por lo tanto, no se difundirá en forma individual, los resultados alcanzados, serán utilizados dentro del estudio, "Medición de los indicadores del Observatorio Turístico de la Zona 2 (Pichincha, Napo y Orellana) período octubre 2020 a febrero 2021". Al colaborar con esta investigación, aporta a generar resultados que benefician a la sociedad.</p> <p>Si tiene preguntas sobre este estudio, puede ponerse en contacto con las siguientes direcciones electrónicas: ermolina@uce.edu.ec; apmamarandi@uce.edu.ec; dmmanay@uce.edu.ec</p> <p>*Para iniciar con el desarrollo de la encuesta, debe ser mayor de 16 años para responder este cuestionario.</p>																													
¿Entiende lo expuesto anteriormente y da su consentimiento para participar en esta encuesta?		¿Es usted mayor de 16 años?																											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Sí</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>No</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>		Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Sí</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>No</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>		Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>																		
Sí	<input type="checkbox"/>																												
No	<input type="checkbox"/>																												
Sí	<input type="checkbox"/>																												
No	<input type="checkbox"/>																												
Lugar y fecha de visita																													
<p>1. ¿En qué provincia realizó su visita?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Pichincha (exceptuando Quito)</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Napo</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Orellana</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Todas las anteriores</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Pichincha (exceptuando Quito) y Napo</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Pichincha (exceptuando Quito) y Orellana</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Napo y Orellana</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>No visite ninguna provincia</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>		Pichincha (exceptuando Quito)	<input type="checkbox"/>	Napo	<input type="checkbox"/>	Orellana	<input type="checkbox"/>	Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>	Pichincha (exceptuando Quito) y Napo	<input type="checkbox"/>	Pichincha (exceptuando Quito) y Orellana	<input type="checkbox"/>	Napo y Orellana	<input type="checkbox"/>	No visite ninguna provincia	<input type="checkbox"/>	<p>2. ¿En qué mes o meses realizó su visita a la Zona 2 (Pichincha excepto Quito, Napo y Orellana) del país?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Octubre</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Noviembre</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Diciembre</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Enero</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Febrero</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>		Octubre	<input type="checkbox"/>	Noviembre	<input type="checkbox"/>	Diciembre	<input type="checkbox"/>	Enero	<input type="checkbox"/>	Febrero	<input type="checkbox"/>
Pichincha (exceptuando Quito)	<input type="checkbox"/>																												
Napo	<input type="checkbox"/>																												
Orellana	<input type="checkbox"/>																												
Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>																												
Pichincha (exceptuando Quito) y Napo	<input type="checkbox"/>																												
Pichincha (exceptuando Quito) y Orellana	<input type="checkbox"/>																												
Napo y Orellana	<input type="checkbox"/>																												
No visite ninguna provincia	<input type="checkbox"/>																												
Octubre	<input type="checkbox"/>																												
Noviembre	<input type="checkbox"/>																												
Diciembre	<input type="checkbox"/>																												
Enero	<input type="checkbox"/>																												
Febrero	<input type="checkbox"/>																												
Datos generales																													
<p>3. Provincia o país de residencia (Si usted reside en otro país fuera del Ecuador escoja la opción y escriba el país de residencia).</p> <p>_____</p>																													
<p>4. Género</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Femenino</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Masculino</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>LGBTQIA+</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>		Femenino	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>	LGBTQIA+	<input type="checkbox"/>	<p>5. Edad</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>16-25</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>26-35</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>36-45</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>46-55</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>56-65</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Más de 65</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>		16-25	<input type="checkbox"/>	26-35	<input type="checkbox"/>	36-45	<input type="checkbox"/>	46-55	<input type="checkbox"/>	56-65	<input type="checkbox"/>	Más de 65	<input type="checkbox"/>								
Femenino	<input type="checkbox"/>																												
Masculino	<input type="checkbox"/>																												
LGBTQIA+	<input type="checkbox"/>																												
16-25	<input type="checkbox"/>																												
26-35	<input type="checkbox"/>																												
36-45	<input type="checkbox"/>																												
46-55	<input type="checkbox"/>																												
56-65	<input type="checkbox"/>																												
Más de 65	<input type="checkbox"/>																												
<p>6. Estado Civil</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Soltero/a</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Casado/a</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Divorciado/a</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Viudo/a</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Unión Libre/Unión de Hecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>				Soltero/a	<input type="checkbox"/>	Casado/a	<input type="checkbox"/>	Divorciado/a	<input type="checkbox"/>	Viudo/a	<input type="checkbox"/>	Unión Libre/Unión de Hecho	<input type="checkbox"/>																
Soltero/a	<input type="checkbox"/>																												
Casado/a	<input type="checkbox"/>																												
Divorciado/a	<input type="checkbox"/>																												
Viudo/a	<input type="checkbox"/>																												
Unión Libre/Unión de Hecho	<input type="checkbox"/>																												

<p>7. Ocupación</p> <table border="1"> <tr><td>Empleado Público</td><td></td></tr> <tr><td>Empleado Privado</td><td></td></tr> <tr><td>Comerciante</td><td></td></tr> <tr><td>Estudiante</td><td></td></tr> <tr><td>Desempleado</td><td></td></tr> <tr><td>Jubilado</td><td></td></tr> <tr><td>Ama de Casa</td><td></td></tr> <tr><td>Otro</td><td></td></tr> </table>	Empleado Público		Empleado Privado		Comerciante		Estudiante		Desempleado		Jubilado		Ama de Casa		Otro		<p>8. Nivel de estudio finalizado</p> <table border="1"> <tr><td>Primaria</td><td></td></tr> <tr><td>Secundaria</td><td></td></tr> <tr><td>Técnico Tecnológico /</td><td></td></tr> <tr><td>Superior</td><td></td></tr> <tr><td>Postgrado</td><td></td></tr> <tr><td>Otro</td><td></td></tr> </table> <p>*Escoja una sola respuesta, la que indique el proceso terminado</p>	Primaria		Secundaria		Técnico Tecnológico /		Superior		Postgrado		Otro		<p>9. Ingreso económico mensual</p> <table border="1"> <tr><td>1 - 400 USD</td><td></td></tr> <tr><td>401 - 700 USD</td><td></td></tr> <tr><td>701 - 1.000 USD</td><td></td></tr> <tr><td>1001 - 2.000 USD</td><td></td></tr> <tr><td>2.001 - 3.000 USD</td><td></td></tr> <tr><td>Más de 3000 USD</td><td></td></tr> <tr><td>No tengo ingresos económicos</td><td></td></tr> </table>	1 - 400 USD		401 - 700 USD		701 - 1.000 USD		1001 - 2.000 USD		2.001 - 3.000 USD		Más de 3000 USD		No tengo ingresos económicos	
Empleado Público																																												
Empleado Privado																																												
Comerciante																																												
Estudiante																																												
Desempleado																																												
Jubilado																																												
Ama de Casa																																												
Otro																																												
Primaria																																												
Secundaria																																												
Técnico Tecnológico /																																												
Superior																																												
Postgrado																																												
Otro																																												
1 - 400 USD																																												
401 - 700 USD																																												
701 - 1.000 USD																																												
1001 - 2.000 USD																																												
2.001 - 3.000 USD																																												
Más de 3000 USD																																												
No tengo ingresos económicos																																												

Información turística y gasto de viaje

<p>10. ¿Cuál fue el motivo principal de su viaje?</p> <table border="1"> <tr><td>Lugares de relevancia cultural</td><td></td></tr> <tr><td>Gastronomía</td><td></td></tr> <tr><td>Religioso (visita a santuarios)</td><td></td></tr> <tr><td>Vida nocturna (bares, discotecas)</td><td></td></tr> <tr><td>Turismo de naturaleza</td><td></td></tr> <tr><td>Visita a familiares y/o amigos</td><td></td></tr> <tr><td>Científico, académico</td><td></td></tr> <tr><td>Turismo de aventura</td><td></td></tr> <tr><td>Visita a mercados y sitios de artesanías</td><td></td></tr> <tr><td>Turismo urbano (jardines, plazas, bulevares)</td><td></td></tr> <tr><td>Arqueológico/museos</td><td></td></tr> <tr><td>Voluntariado</td><td></td></tr> </table>	Lugares de relevancia cultural		Gastronomía		Religioso (visita a santuarios)		Vida nocturna (bares, discotecas)		Turismo de naturaleza		Visita a familiares y/o amigos		Científico, académico		Turismo de aventura		Visita a mercados y sitios de artesanías		Turismo urbano (jardines, plazas, bulevares)		Arqueológico/museos		Voluntariado		<table border="1"> <tr><td>Compras</td><td></td></tr> <tr><td>Salud, visitas médicas</td><td></td></tr> <tr><td>Educativo</td><td></td></tr> <tr><td>Aviturismo</td><td></td></tr> <tr><td>Turismo de deportes</td><td></td></tr> <tr><td>Turismo comunitario</td><td></td></tr> <tr><td>Relajación spa, estética</td><td></td></tr> <tr><td>Turismo LGBTQIA+</td><td></td></tr> <tr><td>Trámites legales</td><td></td></tr> <tr><td>En tránsito/de paso</td><td></td></tr> <tr><td>Profesional/de negocios</td><td></td></tr> </table>	Compras		Salud, visitas médicas		Educativo		Aviturismo		Turismo de deportes		Turismo comunitario		Relajación spa, estética		Turismo LGBTQIA+		Trámites legales		En tránsito/de paso		Profesional/de negocios	
Lugares de relevancia cultural																																															
Gastronomía																																															
Religioso (visita a santuarios)																																															
Vida nocturna (bares, discotecas)																																															
Turismo de naturaleza																																															
Visita a familiares y/o amigos																																															
Científico, académico																																															
Turismo de aventura																																															
Visita a mercados y sitios de artesanías																																															
Turismo urbano (jardines, plazas, bulevares)																																															
Arqueológico/museos																																															
Voluntariado																																															
Compras																																															
Salud, visitas médicas																																															
Educativo																																															
Aviturismo																																															
Turismo de deportes																																															
Turismo comunitario																																															
Relajación spa, estética																																															
Turismo LGBTQIA+																																															
Trámites legales																																															
En tránsito/de paso																																															
Profesional/de negocios																																															

Otro: _____

<p>11. ¿Medio principal de comunicación por el cuál usted se informó sobre el destino?</p> <table border="1"> <tr> <td>Visita previa</td> <td>Amigos/ Familiares</td> <td>Centros de información turística</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Campañas turísticas</td> <td>Prensas /Revistas</td> <td>Agencias de Viaje</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Televisión</td> <td>Página Web</td> <td>Otros</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Redes sociales</td> <td>Radio</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Visita previa	Amigos/ Familiares	Centros de información turística			Campañas turísticas	Prensas /Revistas	Agencias de Viaje			Televisión	Página Web	Otros			Redes sociales	Radio				<p>12. ¿Cuánto gastó individualmente por día en su visita?</p> <table border="1"> <tr><td>1 - 25 USD</td><td></td></tr> <tr><td>26 - 50 USD</td><td></td></tr> <tr><td>51 - 75 USD</td><td></td></tr> <tr><td>76 - 100 USD</td><td></td></tr> <tr><td>101 - 150 USD</td><td></td></tr> <tr><td>Más de 150 USD</td><td></td></tr> </table>	1 - 25 USD		26 - 50 USD		51 - 75 USD		76 - 100 USD		101 - 150 USD		Más de 150 USD	
Visita previa	Amigos/ Familiares	Centros de información turística																															
Campañas turísticas	Prensas /Revistas	Agencias de Viaje																															
Televisión	Página Web	Otros																															
Redes sociales	Radio																																
1 - 25 USD																																	
26 - 50 USD																																	
51 - 75 USD																																	
76 - 100 USD																																	
101 - 150 USD																																	
Más de 150 USD																																	

13. Del gasto por día y por persona ¿Qué porcentaje destinó para cada una de las siguientes actividades?

Alojamiento	
Alimentación	
Recreación (entrada a balnearios, práctica de deportes de aventura, visita a áreas protegidas, miradores, museos, canchas deportivas y más)	
Transporte (combustible, transporte público, renta de auto, movilización)	
Otros gastos (salud, trámites legales, contratación de guías, compras de artesanías y recuerdos, y más)	

14. En general, en base a su experiencia ¿Cómo califica los siguientes servicios?

Servicios	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
Alojamiento					
Alimentación					
Recreación					
Transporte					
Otros					

15. ¿Cómo califica las siguientes vías de acceso?

Vía	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
Al llegar a la provincia					
Al llegar a los atractivos					

16. ¿Cuál es el tiempo de duración de estadía?

1 noche	
2 noches	
3 noches	
4 noches	
5 noches	
Más de 5 noches	
Ida por vuelta	

17. ¿Cuántas veces ha visitado la Zona 2 (Pichincha excepto Quito, ¿Napó, Orellana)?

1 vez al año	
2 veces al año	
3 veces al año	
Más de 4 veces al año	

18. ¿Volvería a la visitar la Zona 2 (Pichincha excepto Quito, Napó y Orellana) este año 2021?

Si	
No	

¿Por qué?
