

**ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA INTERNA  
EN LA REACTIVACIÓN POS-COVID-19 EN ECUADOR**

**STUDY OF THE BEHAVIOR OF INTERNAL TOURIST DEMAND IN THE  
POST-COVID-19 REACTIVATION IN ECUADOR**

**Edison Molina Velásquez, Ph.D.**

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

Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.  
ermolina@uce.edu.ec

**Enrique Cabanilla Vásconez, Ph.D.**

 <https://orcid.org/0000-0002-2853-291X>

Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.  
eacabanilla@uce.edu.ec

**Carlos Garrido Cornejo, Lic.**

 <https://orcid.org/0000-0002-6673-5048>

Universidad Internacional del Ecuador,  
Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.  
cagarridoco@uide.edu.ec

**Juan Fernando Borja Vivero, Mgr.**

 <https://orcid.org/0000-0002-2168-1576>

Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.  
jborja@uce.edu.ec

**ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN**

Recibido: 7 de febrero de 2022

Aceptado: 17 de mayo de 2022

**RESUMEN**

El estudio realizado se construyó con la finalidad de analizar el proceso de reactivación turística en el Ecuador durante el año 2021, basado principalmente en el análisis estadístico de la demanda nacional. La pandemia de COVID-19 produjo varias afectaciones a nivel mundial y en el caso del escenario turístico del Ecuador, ha profundizado la crisis económica del sector. El tipo de investigación aplicado fue descriptivo, la población meta fueron residentes mayores de 16 años. Se obtuvieron 3835 encuestas a nivel nacional, esto aportó a la construcción del perfil del consumidor, reconociendo la percepción, intención de viaje y preferencias del turismo interno,



influenciado por la liberación progresiva de algunas restricciones impuestas por la pandemia de COVID-19. Por los resultados alcanzados, se visualiza que continua el desarrollo del turismo de proximidad. Los flujos turísticos eligen prioritariamente a la región costa para su práctica de ocio; mientras que, la sierra ecuatoriana es la segunda elección, destacándose la provincia de Pichincha; finalmente, la región amazónica y la región insular de Galápagos tienen menor acogida de la demanda turística por su ubicación geográfica alejada de los principales mercados emisores internos.

Palabras Clave: reactivación turística Ecuador, demanda turística, Covid-19, turismo.

## **ABSTRACT**

The study carried out was built with the purpose of analyzing the tourist reactivation process in Ecuador during the year 2021, based mainly on the statistical analysis of national demand. The COVID.19 pandemic produced several effects worldwide and in the case of Ecuador's tourism scenario, it has deepened the economic crisis in the sector. The type of research applied was descriptive, the target population were residents over 16 years of age. 3836 surveys were obtained at the national level, this contributed to the construction of the consumer profile, recognizing the perception, travel intention and preferences of domestic tourism, influenced by the progressive release of some restrictions imposed by the COVID-19 pandemic. Due to the results achieved, it is possible to see that the development of local tourism continues. Tourist flows preferentially choose the coastal region for their leisure activities; while, the Ecuadorian highlands is the second choose, highlighting the province of Pichincha; finally, the Amazon region and the Galapagos islands are less well received by tourist demand due to their geographical location the main internal source markets.

Keywords: Ecuadorian tourist revival, tourist demand, Covid-19, tourism.

## **INTRODUCCIÓN**

Hasta el año 2019, el turismo a nivel global llegó a convertirse según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019) en la primera actividad económica global, generando un 10% del PIB mundial, con una participación del 30% de las exportaciones a nivel mundial y generando uno de cada diez empleos en el mundo. Todo este crecimiento que se inició después de la Segunda Guerra Mundial se vio detenido de manera abrupta con la declaratoria de pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en febrero de 2020, lo cual generó un cierre de fronteras en la mayoría de países, la suspensión de vuelos internacionales, una serie de restricciones de desplazamiento a nivel interno y por ende un drástica reducción en

los viajes tanto nacionales como internacionales; esto que generó una caída del sector turístico en un promedio global del 73%, con cifras de viajes similares a las registradas a mediados del siglo XX, es decir un retroceso de aproximadamente setenta años (Garrido et al, 2021).

Se debe también recordar que a lo largo del siglo XX el turismo sufrió crisis similares: la causada al final de las dos Guerras Mundiales, la crisis que vino después del crack norteamericano de los años 30, la causada por el ataque del 11 de septiembre a las Torres Gemelas, fueron solo algunos de los eventos que pusieron a prueba una de las fortalezas del sector turístico: su capacidad de resiliencia (Zuelow, 2016). Y es que el turismo después de estos eventos ha sido una de las primeras actividades económicas en recuperarse en un tiempo relativamente corto con relación a otros sectores: una vez que las condiciones lo permiten los índices de viajes se recuperan rápidamente, la gente busca desplazarse inicialmente a destinos cercanos y en poco tiempo se activa la demanda hacia destinos internacionales.

Ecuador durante la crisis causada por el Covid-19 sufrió efectos severos dentro de su economía, teniendo una fuerte caída en sus ingresos provenientes del turismo, sumado a la importante reducción en el empleo turístico nacional que representó una pérdida aproximada de 600 millones de dólares durante 2020 (Becerra-Astudillo et al, 2021). El sector turístico ecuatoriano sufrió un duro revés debido a las medidas restrictivas del Gobierno: el sector de intermediación de viajes (agencias, operadoras y mayoristas de turismo), el transporte turístico, los guías de turismo y los restaurantes que no disponían del servicio a domicilio, fueron los grupos más afectados ya que su cierre fue inmediato y continuo por alrededor de cinco meses. Sin embargo, según algunos estudios fue el sector de los guías de turismo ecuatoriano los que se vieron más afectados por la paralización: es un grupo en Ecuador que trabaja en su gran mayoría sin relación de dependencia, sin un sueldo fijo, sin seguridad social y dependiendo siempre de la presencia de turistas en territorio ecuatoriano (Rivas, 2020).

Sin embargo, a partir del segundo semestre del 2020, el Gobierno permitió una continua y progresiva apertura de las restricciones de movilidad, lo que permitió el desplazamiento progresivo de turistas nacionales hacia varios destinos, entre los cuales los de sol y playa fueron los líderes. Para 2021 Ecuador realizó un efectivo programa de vacunación que generó un importante descenso en los contagios y en la demanda de camas de hospitales, lo cual generó una rápida e importante reactivación en muchos de los sectores económicos entre ellos el turismo.

Este artículo busca justamente analizar ese proceso de reactivación turística en Ecuador durante el 2021 basado principalmente en un estudio estadístico de la demanda nacional, el cual nos permite ver los procesos de reactivación en el sector, los destinos que han tenido una recuperación más rápida frente a otros y las perspectivas que se tienen para el futuro próximo en relación al turismo interno ecuatoriano.

## **REVISION TEÓRICA**

Con el brusco descenso de turistas impedidos de viajar por las restricciones impuestas por los países hasta el primer semestre de 2020, algunos destinos emergentes decidieron establecer junto con la OMT una normativa basada en un sello de calidad que establezca un nivel de seguridad importante en esos destinos, que dé confianza al turista para visitar ese destino. Nació entonces el sello Safe Travel's, el cual establecía altos niveles de control y bioseguridad sea en los atractivos turísticos o en los establecimientos turísticos (World Travel & Tourism Council, 2020).

Esto supuso un incentivo para la demanda que buscaba justamente niveles de confianza importantes en niveles de bioseguridad, pueda iniciar los primeros viajes tanto internos como externos con la apertura de fronteras, el restablecimiento de los vuelos internacionales y principalmente para el caso ecuatoriano la autorización de movilización en los feriados de agosto y principalmente en el de noviembre de 2020. Si bien los destinos empezaron en esos meses un lento proceso de recuperación, fueron los de sol y playa y los rurales en la sierra los más demandados por los turistas nacionales en 2020, los cuales dieron un importante impulso al desarrollo local, sin olvidar que, con la amplia variedad de demanda existente hoy, todos los sitios se convierten en potenciales destinos turísticos (Gamabrota y Lorda, 2017).

### ***Demanda Turística***

La actividad turística ha estado ligada a varios ámbitos académicos a lo largo de su historia, pero quizás uno de los más influyentes ha sido el económico – administrativo, por tanto, elementos como oferta, demanda, mercados, precios, ingresos, ganancias, etc. han estado presentes en este tipo de análisis (Hatchmann, 2007). Y es que el turismo al igual que el resto de los servicios, debe ofrecerse para satisfacer una necesidad de un grupo de personas, adaptándose a un demanda o mercado específico que le permita generar ingresos suficientes para poder mantenerse en el mercado.

Esta oferta turística busca tener una demanda, la cual según Boullón (2006) es parte importante del sistema turístico y constituye la suma de las varias demandas de los principales destinos de un país o de un producto turístico. Esta demanda puede ser así mismo tener varios modelos de clasificación, pero es Acerenza (2006) el que quizás desglosa de mejor manera, clasificándola en seis segmentos: ocio, recreo y vacaciones, visita a parientes y amigos, negocios y motivos profesionales, tratamiento de salud, religión y peregrinación y otros motivos. Cada uno de estos segmentos a su vez pueden tener subclasificaciones de acuerdo con las características de mercado de cada país.

Sin embargo, se debe indicar que esta demanda es variable, la demanda de años ochenta no es la misma que se tenía antes de la pandemia y tampoco es la misma para 2021: se ha pasado “de las “4 eses” (sun, sea, sand y sex) a las “3 eles” (landscape, leisure y learning)” (Batista Terrones et al, 2016, p.3); y es que varios factores que determinan esos cambios en la demanda: moda en los destinos, renta interna de un país, modelos económicos, edad de los turistas, conservación ambiental, etc. Hoy se puede considerar que la demanda ha venido incrementando sus niveles de exigencias en relación con la calidad en la prestación de los servicios turísticos.

Este estudio basa su análisis en la demanda, la cual según Murray (2015) constituye uno de los mayores dinamizadores económicos dentro del ámbito turístico a nivel interno, más aún cuando la economía ecuatoriana se maneja con una moneda extranjera como el dólar, permitiendo así que el circulante se mantenga dentro del país y pueda influenciar positivamente en la velocidad de circulación del dinero.

### ***Caracterización del perfil del turista***

Los turistas van cambiando las elecciones de viaje en virtud de las experiencias adquiridas, los tiempos de descanso han ido aumentando la disponibilidad de realizar viajes y al consumir el ocio las empresas turísticas se han beneficiado; sin embargo, la pandemia de COVID-19 ha hecho estragos profundos en el sistema turístico mundial. Hoy en día, es de suma importancia reconocer a las motivaciones del ocio y su relación con la planificación turística.

Las características de los consumidores requieren una profunda revisión de varios aspectos que permitan establecer segmentaciones cada vez más personalizadas, por lo que, se debe analizar desde las motivaciones principales y complementarias, estilo de vida y variables socioeconómicas (Vall, 2004). A nivel mundial en cada país los actores claves del turismo realizan estudios referentes al comportamiento

turístico de los mercados internacionales, así como también, del mercado nacional que sin duda se convirtió en un mercado clave en la reactivación turística en tiempos de COVID-19, por su consumo turístico de proximidad (Molina, et al, 2021).

El perfil del turista es la identificación de los tipos de viajeros que se van construyendo, tomando en cuenta los acontecimientos que van afectando en gustos, preferencias y toma de decisiones, es decir las tipologías son muy dinámicas. La procedencia, edad, género, grupo de viaje, motivo de viaje, estancia, gasto turístico, entre otros son datos relevantes del mercado, tal como lo dice el Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR] (2017) sobre los perfiles del turista “es una herramienta importante a la hora de tomar decisiones de promoción y mercadeo no solo para el Ministerio de Turismo, sino para la industria en general, academia e interesados en las cuestiones turísticas”.

Para la construcción de los perfiles turísticos, es necesario un adecuado análisis estadístico y una acertada relación de variables en busca de encontrar hallazgos investigativos exponiendo las actuaciones de los visitantes en los territorios. El grado de satisfacción establece la fidelidad de los turistas con el destino, el atractivo o el prestador de servicio y es una parte muy importante para considerar en la identificación de los perfiles, por lo que es “fundamental determinar la lealtad de los turistas hacia ese destino y la competitividad que existe en relación con otras zonas geográficas” (Marmolejo et al, 2016, p. 284).

En la actualidad la movilidad humana depende de las condiciones sanitarias en las se encuentren los territorios, es decir que existe un escenario de incertidumbre, es por ello que en la segmentación turística se toma en cuenta con más fuerza el tema de la seguridad, percepción, la intención de viaje y las preferencias; además de mirar las nuevas tendencias para el año 2022, las cuales se enfocan en desplazamientos cortos, movilización familiar, el turismo rural destacándose el agroturismo, el ecoturismo y turismo de aventura y finalmente el crecimiento del turismo de bienestar y atención plena (Ostelea, 2021).

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

El tipo de investigación fue descriptiva. Su objetivo principal fue el caracterizar la demanda turística doméstica en Ecuador en el año 2021. La población meta fueron personas nacionales, mayores a 16 años (población económicamente activa) a nivel país. Los reactivos se basaron en los elementos básicos para la construcción de un perfil del consumidor.

La herramienta utilizada fue la encuesta, con 16 reactivos, que luego fueron procesados en el sistema Stat Excel. El cuestionario fue construido en base a una encuesta ya probada, como es la de Molina, Cabanilla y Garrido (2020) y, además, fue ajustada a través de una prueba piloto. Su ejecución fue durante el mes de setiembre, con un grupo de 120 estudiantes voluntarios de la carrera de turismo de la Universidad Central del Ecuador, quienes fueron capacitados para el respectivo levantamiento de datos. Estos aplicaron una bola de nieve, mediante herramientas digitales, para abarcar y superar la muestra prevista.

Por desconocer el dato exacto de personas que realizaron actividades de excursionismo o turismo en el país, la fórmula de cálculo de muestra de poblaciones infinitas, considerando un grado de confiabilidad del 99%, una varianza del 50% y un margen de error de 2,08%, de acuerdo con lo recomendado por Hernández Sampieri et al. (2014). Como resultado, el número de cuestionarios válidos que se procesaron fue de 3835. Cada individuo fue informado del objeto del estudio y de la confidencialidad del mismo, por lo que podrían dejar de contestar el cuestionario en cualquier momento. Para asegurar que no se dupliquen las personas encuestadas, cada usuario podría llenar una sola encuesta (Ryan & Lockyer, 2001). Una vez hecha la recolección de datos se procedió a la estructuración de la base de datos, limpieza manual de datos que generen discrepancias y depuración con respecto a los temas investigados.

## RESULTADOS

La muestra demográfica que realizó esta encuesta se caracteriza por los siguientes:

**Tabla 1**

*Grupos etarios.*

Grupos etarios	Porcentaje según grupos etarios
16-25 años	46,61%
26-35 años	16,89%
36-45 años	20,68%
46-55 años	10,94%
56-65 años	4,31%
más de 66 años	0,57%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

Se observa que en cuanto a edad (Tabla 1) hay una relación acorde a la pirámide etaria a nivel nacional, por lo que la muestra no presenta sesgo en este ítem.

**Tabla 2**

*Sexo de la muestra*

Identificación por sexo	Porcentaje según sexo
Hombre	46,22%
Mujer	53,34%
Otro	0,45%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

De igual manera, no hay sesgo entre hombres y mujeres (Tabla 2), por lo que los datos están acordes a los indicadores nacionales.

**Tabla 3**

*Empleo*

Identificación por empleo	Porcentaje según empleo
Empleo por cuenta propia	20,13%
Empleo privado	23,94%
Empleo público	16,87%
Sin empleo remunerado	39,06%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

La muestra está acorde a los datos nacionales de empleo (Tabla 3), por ello no se espera desviaciones que invaliden la misma.

### ***Comportamiento respecto a actividades de excursionismo***

Según se observa en la tabla 4 y figura 1, 13 de cada 20 personas realizaron al menos una actividad de excursionismo entre enero a septiembre del 2021. Las personas entre 16 a 45 años, son quienes mayoritariamente realizaron estas actividades.

**Tabla 4**

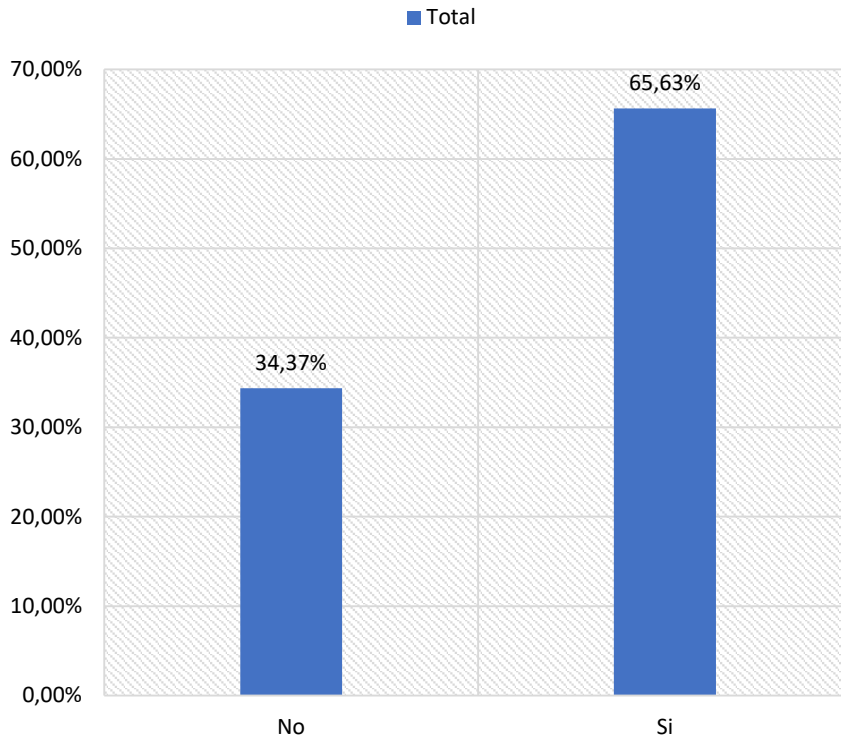
*Porcentaje de personas que realizaron actividades de excursionismo*

Realizó excursionismo	¿En lo que va del año 2021, usted ha salido de viaje por solo un 1 día, a un lugar fuera de su residencia habitual?
No	34,37%
Si	65,63%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 1**

*Porcentaje de Personas que Hicieron Excursionismo.*



Este dato no solo fortalece la noción de una recuperación de la demanda nacional; sino que confirma al turismo de proximidad como una opción de desplazamiento. El promedio de excusiones realizadas por persona es de 4. Personas entre 16 a 45 años son quienes reportan mayor cantidad de veces que han realizado excusiones. En la tabla 5 y figura 2, se puede observar la frecuencia y los mayores porcentajes de veces que un visitante realizó excusiones a lugares de proximidad a su residencia.

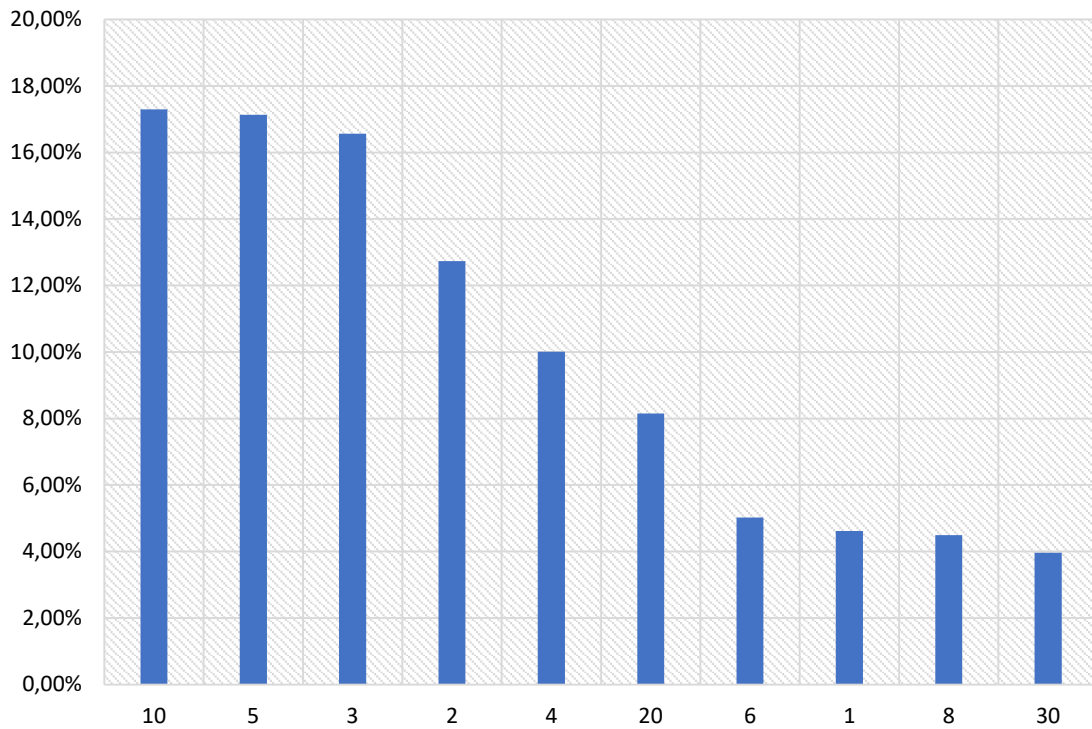
**Tabla 5**

*10 Mayores porcentajes de veces que una persona ha hecho excusiones entre enero y septiembre del 2021.*

Cantidad de veces que ha salido de excursión	Si usted hizo visitas de 1 día a lugares cercanos donde vive. ¿Cuántas veces lo ha hecho?
10	15,53%
5	15,38%
3	14,87%
2	11,44%
4	8,98%
20	7,32%
6	4,51%
1	4,15%
8	4,04%
30	3,56%

**Figura 2**

*10 Mayores Porcentajes de Veces que una Persona ha hecho Excusiones entre enero y septiembre del 2021.*



**Comportamiento respecto a actividades de turismo**

Respecto a actividades turísticas, salidas del lugar de residencia, con al menos una noche de pernoctación, la cantidad de personas que lo han realizado es menor a los excursionistas. Tal como se observa en la tabla 6 y figura 3, solo 1 de 2 encuestados manifiesta haber hecho al menos una actividad turística entre enero y septiembre del 2021. Al menos 8 de cada 10 personas que realizaron turismo doméstico, fueron entre 16 a 45 años.

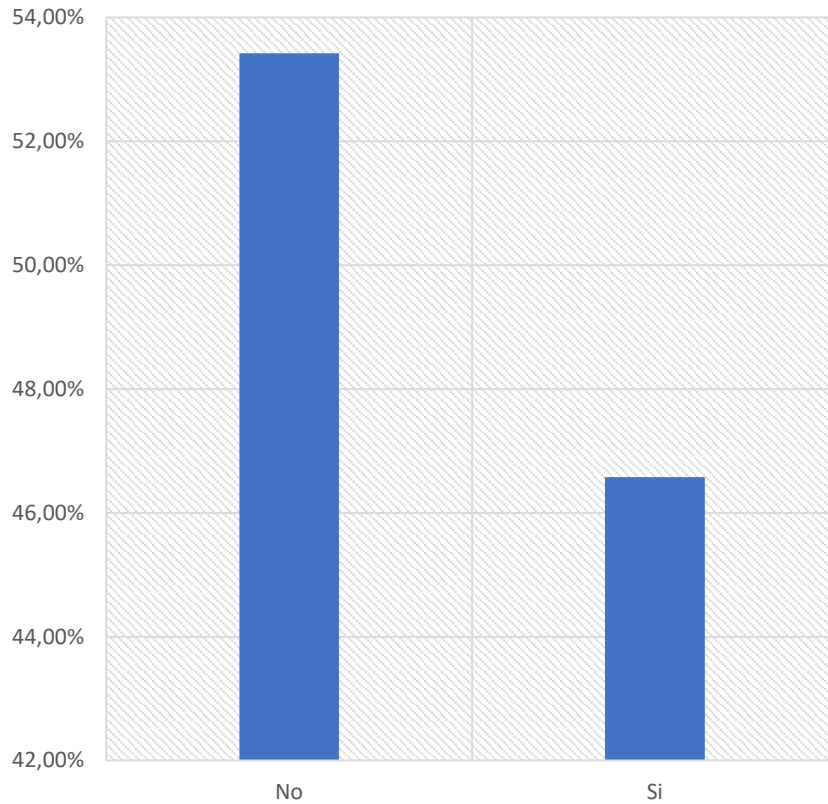
**Tabla 6**

*Comportamiento de la demanda nacional en viajes de turismo*

Realizó turismo	En lo que va del año 2021, ¿usted ha salido de viaje por 2 días o más, a un lugar fuera de su residencia habitual?
No	53,42%
Si	46,58%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

**Figura 3**

*10 Mayores Porcentajes de Veces que una Persona ha hecho Excusiones entre enero y septiembre del 2021.*



El promedio de salidas turísticas fue de 3 por persona. La mayor frecuencia de las salidas turísticas se puede observar en la siguiente tabla 7 y figura 4.

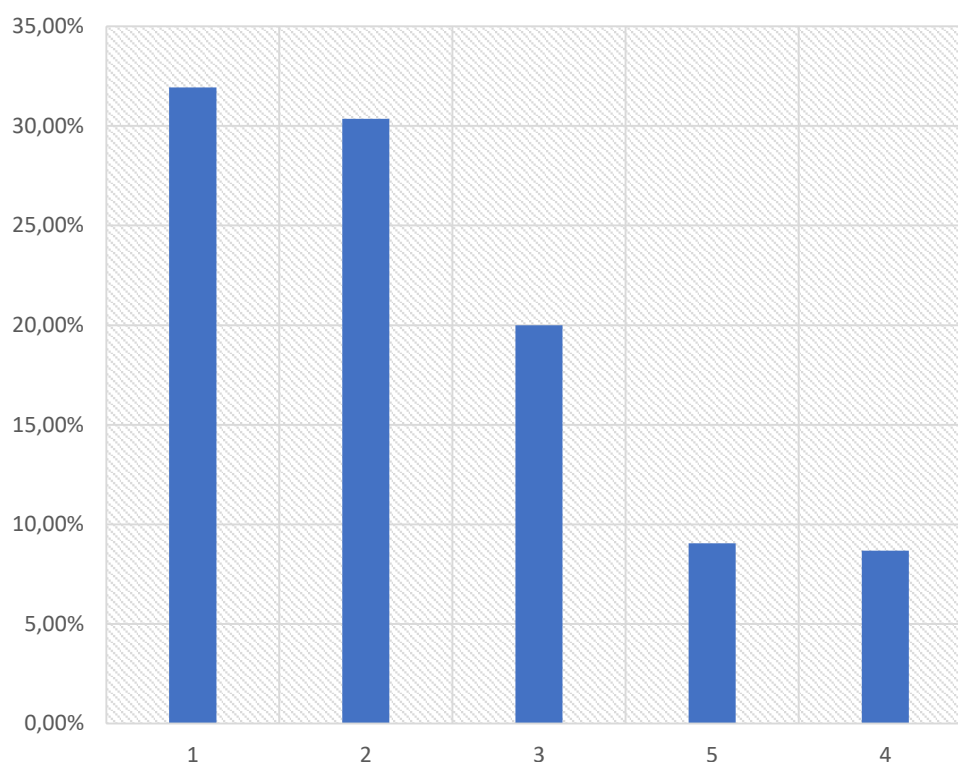
**Tabla 7**

*Frecuencia de veces que un visitante realizó visitas turísticas en los primeros 9 meses del 2021.*

Cantidad de veces que ha realizado una actividad turística	¿Cuántas veces ha viajado en lo que va del año por más de 2 días?
1	28,62%
2	27,21%
3	17,92%
4	7,77%
5	8,11%

**Figura 4**

Frecuencia de Veces que un Visitante Realizó Visitas Turísticas en los Primeros 9 Meses del 2021.



***Preferencias de destinos turísticos***

De acuerdo, a los resultados obtenidos, la provincia más visitada por el turismo interno del país es Esmeraldas y la menos visitada Cañar. Agrupándolos en los 4 mundos la Costa encabeza la visita del turismo nacional con un 51%, seguido por la Sierra con 41%, la Amazonía el 6%, Galápagos un 1% y un 1% restante que visito varios mundos. Las provincias de Esmeraldas, Manabí y Pichincha absolvieron el 50% de la demanda. La tabla 8 recoge los principales 12 destinos turísticos del visitante doméstico:

**Tabla 8**

*Destinos más visitados por el turismo nacional en los primeros 9 meses del 2021.*

Provincia de destino	¿Qué provincia fue su principal destino?
Esmeraldas	21,36%
Manabí	14,83%
Pichincha	11,25%
Imbabura	7,05%
Tungurahua	5,40%
Santo domingo de los Tsáchilas	4,72%
Cotopaxi	4,66%
Guayas	4,15%

Chimborazo	3,41%
Carchi	2,84%
Napo	2,78%
Loja	2,50%

De un cruce, sobre el lugar de residencia de los encuestados y los destinos escogidos para sus actividades de excursionismo y turismo, se observa una tendencia de desplazamientos de proximidad. Así mismo, el incremento significativo de conocer lugares dentro de su misma provincia de residencia (Tabla 9).

**Tabla 9**

*Principales provincias destino, según provincia de residencia habitual.*

<b>Provincia de residencia</b>	<b>Provincias destino más visitadas como excursionistas o turistas</b>
Azuay	Guayas, Loja, Morona Santiago, Pichincha, El Oro, Santa Elena, Chimborazo
Bolívar	Chimborazo, Santo Domingo De Los Tsáchilas, Pichincha, Bolívar, Cotopaxi
Cañar	Chimborazo
Carchi	Pichincha, Imbabura, Manabí, Chimborazo, Carchi, Napo
Chimborazo	Pichincha, Guayas, Tungurahua, Pastaza, Napo, Chimborazo, Manabí, Imbabura
Cotopaxi	Pichincha, Bolívar, Cotopaxi, Orellana, Morona Santiago, Manabí, Santa Elena, Guayas, Sucumbíos
El Oro	Guayas, Esmeraldas, Azuay, Carchi, Pichincha, Manabí, Cotopaxi, Napo
Esmeraldas	Pichincha, Imbabura, Santo Domingo De Los Tsáchilas, Manabí, Esmeraldas, Napo, Guayas, Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua, Orellana, Pastaza, Azuay, Carchi
Guayas	Azuay, Los Ríos, Santo Domingo De Los Tsáchilas, Manabí, Guayas, Loja, Chimborazo, Cotopaxi, Santa Elena, El Oro, Pichincha
Imbabura	Pichincha, Imbabura, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, Manabí, Esmeraldas
Loja	Guayas, Azuay, Loja, Pichincha, Imbabura
Los Ríos	Guayas Cotopaxi Manabí Santo Domingo De Los Tsáchilas Esmeraldas Bolívar Carchi Zamora Chinchipe Pichincha
Manabí	Santo Domingo De Los Tsáchilas Manabí Guayas Pichincha Azuay Esmeraldas Tungurahua Cotopaxi Los Ríos Santa Elena El Oro Carchi Chimborazo Imbabura
Morona Santiago	Morona Santiago, El Oro
Napo	Carchi, Napo, Bolívar, Imbabura, Pichincha
Orellana	Pichincha, Sucumbíos, Imbabura, Los Ríos
Pastaza	Pichincha, Imbabura, Tungurahua
Pichincha	Pichincha, Imbabura, Cotopaxi, Santo Domingo De Los Tsáchilas, Carchi, Chimborazo, Orellana
Santa Elena	Guayas, Manabí, Chimborazo, Cañar
Santo domingo de los Tsáchilas	Pichincha, Manabí, Santo Domingo De Los Tsáchilas, Cotopaxi, Imbabura, Tungurahua
Sucumbíos	Pichincha, Cotopaxi
Tungurahua	Guayas, Cotopaxi, Pichincha, Bolívar
Zamora Chinchipe	Loja

**Proyección de viajes en el cuarto trimestre del 2021**

La demanda nacional muestra signos de recuperación (Tabla 10), que deben ser alentadores para la empresa turística, aunque en menor escala; debido que el flujo de turismo internacional aún no se ha recuperado a su comportamiento habitual pre-COVID 19. Respecto a la intención de viajes, al menos 6 de cada 10 personas se manifestaron positivamente en este hecho, para el último trimestre del 2021.

**Tabla 10**

*Intención de viajes turísticos en el último trimestre del 2021*

<b>Intención de viaje</b>	<b>¿Piensa usted hacer un viaje de 2 días o más, en lo que resta del año 2021?</b>
No	37,96%
Si	62,04%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

En cuanto a la composición del grupo de viaje (Tabla 11), se mantiene la tendencia de viajes en grupo familiar y de amigos. 9 de cada 10 personas manifiestan lo harán de esta forma, en cierto sentido comprensible, por cuanto hay una sensación de seguridad cuando se viaja con conocidos y familiares.

**Tabla 11**

*Composición del grupo de viaje*

<b>Grupo de viaje</b>	<b>Cuenta de ¿Cuándo usted sale de viaje, mayormente lo hace?</b>
Con amigos	12,94%
En pareja	12,73%
Familia	65,02%
Solo	9,32%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

En la tabla 12 la proyección de gastos es diversa, con un margen que va entre los 20 a 60 USD por día. Si bien no es un valor óptimo refleja la capacidad de gastos que tiene el mercado doméstico.

**Tabla 12**

*Proyección gastos por persona en actividades turísticas.*

Rango en dólares (USD)	¿Cuánto es su presupuesto por día/por persona al momento de salir de viaje? (incluya alojamiento, alimentación, transporte y otros gastos)
21-30	14,44%
41-50	14,27%
31-40	11,85%
51-60	11,02%
Más de 100	10,77%
11-20	10,10%
91-100	9,52%
61-70	5,84%
71- 80	5,47%
1-10	4,01%
81-90	2,71%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

Tomando en cuenta, que la mayor limitante a la apertura total a los mercados turísticos nacionales e internacionales, en este estudio se analizó la percepción de seguridad (Tabla 13 y figura 5) que tienen los visitantes nacionales, cuando hacen turismo. Los datos son alentadores y mayormente positivos. Si bien la mayor tendencia es neutral (3), 4 de cada 10 personas reportan que se sienten seguros para realizar sus viajes.

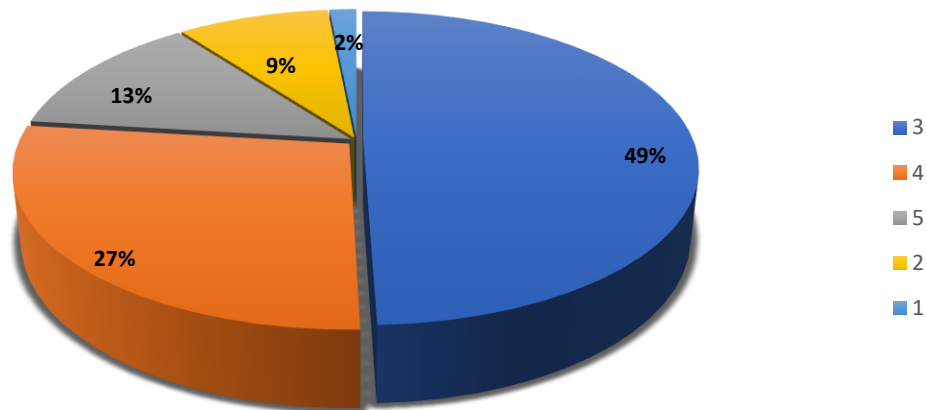
**Tabla 13**

*Percepción sobre la seguridad de viajes durante el último trimestre del 2021*

Escala percepción seguridad viajes	En una escala del 1 al 5, siendo 5 lo más seguro y 1 lo más inseguro ¿Cuan seguro es salir de viaje actualmente?
3	49,50%
4	27,41%
5	12,85%
2	8,70%
1	1,54%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

**Figura 5**

Percepción Sobre la Seguridad de Viajes Durante el Último Trimestre del 2021.



Finalmente, la encuesta afinó los resultados sobre el tipo de viaje que probablemente realizarían los ecuatorianos a finales del 2021. Para viajes cercanos, en una escala de 1 a 10, siendo 10 lo más probable se obtuvieron los siguientes datos:

- Para viajes de excursionismo (lugares de proximidad): 6.11/10
- Para viajes de largo alcance (turismo), más de 2 días: 3.80/10
- Para viajes al extranjero (turismo emisor): 1.69/10

Los viajes de proximidad siguen encabezando las preferencias, mientras que los destinos internacionales están aún en un promedio muy bajo como elección de los ecuatorianos.

## CONCLUSIONES

Sin llegar a niveles óptimos pre pandemia, se observa que la demanda nacional se ha convertido en el sostén del sector turístico del Ecuador. El llamado turismo de proximidad marca una tendencia que seguramente se mantendrá por algún tiempo, caracterizado por una demanda doméstica de personas entre 16 a 45 años, tanto hombres como mujeres, que independientemente de su trabajo busca opciones cercanas a su lugar de residencia para realizar excursiones con sus grupos familiares o de amigos.

De forma similar, pero en menor porcentaje la reactivación del turismo ecuatoriano depende en mucho de la cantidad de personas que salen de viaje por más de 2 noches. Existió predisposición para salir en los primeros 9 meses del 2021 y se mantuvo la tendencia para finales de año. Los viajes turísticos se realizan mayormente en grupos de familia o amigos, con gran diferencia de rangos de gasto turístico por día, por



persona, pero con una percepción positiva sobre la seguridad de los viajes, especialmente en la proximidad o a nivel nacional.

Este estudio aporta al seguimiento del comportamiento de la demanda, que se ha venido realizando en varias investigaciones a nivel nacional. Sin embargo, debido a la incertidumbre y constantes cambios en las alertas de seguridad es un tema sobre el que se deberá seguir aportando datos de forma que las empresas y las instituciones públicas puedan tomar decisiones basadas en la demanda.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México. Ed. Trillas.
- Becerra-Astudillo, F., Vega-Ruiz, J., Orellana-Ulloa, M. (2021). Impacto financiero del covid-19 en el turismo ecuatoriano. Estrategias empresariales para la reactivación. *593-Digital Publisher*. Vol.6, (3), 201-220. <http://www.doi.org/10.33386/593dp.2021.3.566>
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México. Ed. Trillas.
- Batista Terrones E., Buenamañana del Fresno N., Cordero Codera, I., Martínez Domingo, M. (2010). *¿Porqué Barcelona? Análisis de la evolución del turismo en la ciudad*. Barcelona. Universidad Pompeu Fabra.
- Gambarota, D., Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, Vol. 8 (2), 346-359. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347753793006>
- Garrido-Cornejo, C., Cabanilla Vásconez, E., Molina Velásquez, E., Villagrán Olivo, P. (2021). *El Impacto del COVID-19 en el sector turístico ecuatoriano. Antecedentes, efectos, reflexiones y propuestas de reactivación*. Quito. Universidad Internacional del Ecuador.
- Hachtmann, R. (2007). *Tourismus-Geschichte*, Berlín. Ed. Vanderhoeck & Ruprecht.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta Edición. México D.F. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Marmolejo Martín, J., López Guzmán, T., Fernández González, V., Valenzuela Ruiz, S. (2016). Análisis de la demanda en un destino turístico singular, Melilla. *Cuadernos Geográficos*, Vol. 55 (2), 282-298. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17149048013>
-

- MINTUR. (2017). Perfiles de turismo internacional 2017. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-24-21-06-03/perfiles>
- Molina Velásquez, E., Mañay Mena, D., Mamarandi Mossot, A., Villagrán Olivo, P. (2021). Preferencias y tendencias turísticas de los visitantes de la zona 2 (Pichincha, Napo y Orellana) en tiempos de COVID-19. *Ecociencia*, Vol. 8(3), 33–56. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.83.509>
- Molina, E., Cabanilla, E., Garrido, C. (2020). *Cuando los ecuatorianos volvamos a viajar*. Quito. Universidad Central del Ecuador y Universidad Internacional del Ecuador.
- Murray Mas I. (2015). *Capitalismo y Turismo en España*. Barcelona. Ed. Alba Sud.
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Barómetro del Turismo*. Madrid. OMT.
- Ostelea. (2021). Tendencias en turismo para el 2022. Ostelea Tourism Management School. Obtenido de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/tendencias-en-turismo>
- Rivas, A. (2020). Impacto del Covid-19 en los guías de turismo de Ecuador. *Ecuadorian Science Journal*, Vol. 4 (2), 1-6
- Ryan, C., & Lockyer, T. (2001). An economic impact case study: The South Pacific Masters' games. *Tourism Economics*, 7, 267–275. <https://doi.org/10.5367/000000001101297865>
- Valls, J. F. (2004). *Gestión de empresas de turismo y ocio: el arte de provocar la satisfacción*. Grupo Planeta (GBS).
- World Travel & Tourism Council, (2020). Safe Travels': Protocolos globales y sello para la nueva normalidad. Obtenido de World Travel & Tourism Council: <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-GlobalProtocols-Stamp>
- Zuelow, E. (2016). *A Modern History of Tourism*. Londres. Palgrave