

**Desarrollo del turismo: las percepciones
del comportamiento del turista**

**Development of tourism: the
perceptions of tourist behavior**

María Fernanda López-Bonilla

Universidad Técnica de Ambato - Ecuador
mafer41996@gmail.com

Eddy Santiago Montesdeoca-Peña

Universidad Técnica de Ambato - Ecuador
eddymontesdeoca1994@gmail.com

Hernán Mauricio Quisimalín-Santamaria

Universidad Técnica de Ambato - Ecuador
hernanmquisimalin@uta.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2021.5.649

RESUMEN

El sector del turismo en la actualidad ha sufrido cambios por el brote del COVID-19, su impacto es negativo y como resultado el desarrollo del turismo se ha visto afectado por el cierre de fronteras y la baja afluencia de turistas, lo que genera pérdidas para la economía nacional-local. El objetivo de la investigación es conocer cómo se encuentra la perspectiva, comportamiento, motivaciones y actitudes del turista al momento de tomar la decisión para viajar ante la situación sanitaria actual. La investigación se realizó por etapas la primera recopiló documentación basado en el objeto de estudio que nos permitió describir teorías y conceptos de autores, la segunda es exploratoria donde se analizó el perfil y comportamiento del turista, en la tercera etapa con enfoque cualitativo se llevó a cabo el desarrollo de encuestas aleatorias limitadas en la provincia de Tungurahua a un total de 384 personas, donde se recolectó, analizó y sintetizó la información con respecto al desarrollo, comportamiento, percepciones y resiliencia del visitante hacia los destinos turísticos bajo las nuevas normativas de bioseguridad implementadas a nivel mundial.

Palabras clave: desarrollo del turismo; comportamiento del turista; COVID-19; percepciones; motivaciones.

Cómo citar este artículo:

APA:

López-Bonilla, M., & Montesdeoca-Peña, E., & Quisimalín-Santamaria, H., (2021). Desarrollo del turismo: las percepciones del comportamiento del turista. 593 Digital Publisher CEIT, 6(5), 155-167. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.5.649>

Descargar para Mendeley y Zotero

ABSTRACT

The tourism sector has now undergone changes from the COVID-19 outbreak, its impact is negative and as a result the development of tourism has been affected by the closure of borders and the low influx of tourists, resulting in losses for the national-local economy. The objective of the research is to know how the perspective, behavior, motivations and attitudes of the tourist is when making the decision to travel in the face of the current health situation. The research was carried out in the province of Tungurahua, where information regarding the development, behavior, perceptions and resilience of the visitor to tourist destinations was collected, analyzed and synchronized under the new biosecurity regulations implemented worldwide.

Keywords: develop; behavior; COVID-19; perception; motivation

Introducción

Existen alrededor de 17 países que abarcan el 60 y 70% de la biodiversidad, lo que influye para que el turismo se convierta en el factor principal para el desarrollo de la economía a nivel mundial (Ministerio de Turismo, 2017). Ecuador es de los pocos países que tiene diversidad de cultura, en el que existen 18 pueblos y 14 nacionalidades indígenas, pero tan solo 4 pertenecen a la provincia de Tungurahua, cada uno de ellos consta de tradiciones propias, lo que hace que el país persiga el desarrollo sostenible, esta diversidad es ofertada al turista con la finalidad de brindar experiencias únicas (Plandetur, 2020). El desarrollo turístico es la tercera fuente no petrolera generadora de empleo, en el año 2019 generó alrededor de 701.000 plazas de trabajo, así mismo su aporte a la economía fue del 2.3% lo que representa el ingreso de \$2 400 millones más el aporte de las actividades relacionadas al sector que aumentó el 5.6% con un aporte total de \$6.070 millones, Con el impacto del COVID-19 en el 2020 el sector turístico contaba con alrededor de 600 mil empleos y solo 3% de la capacidad hotelera máxima lograba ser cubierta, lo que representó la pérdida de \$600 millones, la situación turística en el 2021 no muestra mejoría, debido al decaimiento del 70% en las actividades turísticas, y la pérdida de \$700 millones hasta la fecha con relación a los períodos anteriores. El ministerio de turismo informó que en todo el país las personas duplican sus esfuerzos para que el turismo sea sobresaliente a partir de la seguridad, la calidad, los destinos, los productos, la conectividad y la promoción.

El aporte de esta investigación se basa en los cambios que se dan en el comportamiento del turista en la actualidad debido a la pandemia del COVID-19, su estudio se basa en conocer las percepciones actuales de los visitantes en el turismo local y como las experiencias generadas aportan al desarrollo sostenible del turismo.

El síndrome respiratorio agudo severo, la gripe porcina, el ébola y actualmente COVID-19 catalogadas como enfermedades severas se han transformado en pandemias y epidemias

que han afectado al mundo. Actualmente el desarrollo del turismo tiene problemas en el tráfico de turistas, el refuerzo de la seguridad, las medidas que resguardan el bienestar de los visitantes y el conocimiento de los cambios en el comportamiento de este, debido a que las cepas del virus COVID-19 mutan rápidamente y las vacunas actuales no ofrecen una solución a corto, mediano y largo plazo.

Metodología

El diseño de la investigación aporta al desarrollo del turismo y las perspectivas del comportamiento del turista en la actualidad. El enfoque de estudio se basa en conocer como la expansión del COVID-19 afecta al comportamiento y desarrollo del turismo.

Se plantearon tres etapas de investigación, la primera etapa es descriptiva donde se recopiló las principales teorías y conceptos de autores, información de artículos científicos, tesis y documentos gubernamentales referentes al objeto de estudio. La segunda etapa es exploratoria donde se analizó el perfil y el comportamiento actual del turista. La tercera es la aplicación del enfoque cualitativo que analiza y sintetiza el comportamiento del turista (Moral et al., 2017); (Cadena et al., 2017); (Brill, et al., 2017). El alcance de la investigación estuvo limitada a la provincia de Tungurahua, se diseñó un cuestionario que constó de tres bloques, el primero analiza la sociodemográfica, la segunda se realizaron preguntas sobre el desarrollo del turismo, y la tercera sobre las percepciones y motivaciones del comportamiento de los turistas en la actualidad del COVID-19.

Teorías desarrollo del turismo

Los factores económicos, sociales, políticos, cultural y ambientales, son parte del proceso de desarrollo turístico, el mismo que se da de manera colectiva, dinámico y multidimensional, para promover la mejorar en la calidad de vida, la generación de nuevas conductas y actitudes que le permitan a la sociedad adaptarse a la modernización (Cardenas et al., 2018).

El objetivo del desarrollo turístico es *dinamizar* las economía urbana y rural a través de la potencialización, *diversificación* de recursos y el impulso del turismo para mejorar la calidad de vida de una población.

Rodriguez Mateos (2017) indica que la estrategia para generar flujos económicos parte del uso de tecnología y marketing digital que impacta en el comportamiento de los ciudadanos.

A continuación, se presenta las principales teorías y autores del desarrollo vinculadas al turismo

Tabla 1

Teorías de desarrollo

Autor y año	Entorno	Teoría	Variables
Oscario Méndez 1971	Política	Dependencia	Poder, grupo, clase
José Luis Sarpedón 1980	Social	Convencional ampliado (reformista)	Calidad de vida Necesidades básicas
Capitán Hidalgo 1988	Económico	Convencional	Microeconómica keynesiana
Manuel Figueroa 1990	Axiológico	Nuevo Desarrollo	Sistema de valores
Luis Jiménez 1997	Axiológico Social Económico Ecológico	Desarrollo Sostenible Desarrollo Humano Sostenible Ecodearrollo	Nuevos valores, ética ecológica (non-humanismo), bienestar de futuras generaciones, sostenibilidad del desarrollo
Samuel Pérez 2010	Social, Cultural Económico Ambiental	Desarrollo Territorial	Relación social, cultural y ambiental
Rafael López, Fidencio Cruz, Salomón Medina, Martha Rivera, Fernando Flores 2016	Económicas, Sociales Productivas	Desarrollo Territorial	Estilo de vida, satisfacción de necesidades, reducción a problemáticas

La teoría de modernización surgió en la década de los 50's en el siglo XX, con el propósito de cambiar a la sociedad tradicional y llevarla a lo moderno, con la aplicación de modelos económicos utilizados por los países desarrollados (Furtado, 2001).

La teoría de dependencia se dio en los 70's como herramienta para detectar los obstáculos que impiden a la sociedad adaptarse a la modernidad, su enfoque económico favoreció a los países desarrollados y subdesarrollados, esta teoría explica el comportamiento de los

mercados nacionales, al ser parte de la economía mundial (Orozco y Núñez , 2013).

Teoría de desarrollo local surgió en la década de los 70 y 80's en el siglo XX, con el objetivo de que las zonas locales y regionales aprovechen sus propios recursos, y de esa manera mejorar su calidad de vida poblacional, la particularidad de este modelo económico fue factor clave para responder las necesidades de los habitantes (Quintero, 2008). Actualmente los territorios que disponen de espacios turísticos se han visto afectadas las expectativas de los visitantes por el brote del COVID-19.

El desarrollo busca satisfacer las necesidades de las comunidades mediante los factores económicos, sociales, productivos que mejoran su estilo de vida y actualmente se han visto vulnerados debido a la expansión del COVID-19 en el territorio local-nacional. Para resguardar el bienestar de sus habitantes se implementaron cambios con el fin de mantener viva su cultura, fortalecer el crecimiento para potencializar las capacidades internas, reforzaron las normativas públicas, restricciones gubernamentales, medidas sanitarias, distanciamiento físico en los destinos turísticos, y la alta regulación en normas de bioseguridad en productos turísticos (ONU, 2020).

Desarrollo sostenible del turismo en Ecuador

Monge y Perales (2015) expone que el desarrollo del turismo sostenible se analizó como un balance entre el crecimiento potencial del turismo y la necesidad de conservación, que apunta a minimizar daños ambientales y culturales, maximizar el desarrollo económico a largo plazo y *optimizar la satisfacción del turista*. Sustentar y proporcionar el buen uso de los recursos naturales-culturales de manera que los paradigmas económicos, sociales y estéticos sean cubiertos mientras se mantiene la identidad cultural, la diversidad biológica, los procesos ecológicos, y los sistemas de vida.

El proceso de cambio que atraviesa el sector turístico inicia por el rediseño de políticas públicas, la mejora de los modelos de gestión y la ejecución del plan de desarrollo vigente que se adapte a la situación actual, así como considerar la resiliencia del turista que es importante para erradicar el temor a viajar e impulsar el desarrollo del turismo sostenible (Sinamanca, et al., 2020).

Principales atractivos turísticos del turismo en Tungurahua

MINTUR (2020); Velásquez (2011) indica que durante el año 2010 el ministerio de turismo y los gobiernos autónomos descentralizados firmaron convenios para mejorar la infraestructura turística provincial, y promover el desarrollo económico, la sostenibilidad y responsabilidad social mediante sus recursos, atractivos naturales, culturales, e implementación de servicios turísticos.

Existen alrededor de 280 atractivos turísticos principales y potenciales en los nueve cantones de Tungurahua de los cuales resalta:

Ambato con una latitud de -1.24908 y longitud de -78.61675 tiene su fiesta principal tradicional denominada “fiesta de las flores y de las frutas”, y sus atractivos históricos turísticos como las iglesias: La Catedral, Santo Domingo, Medalla Milagrosa, La Merced, La Casa del Portal ubicadas por el centro de la ciudad. El museo de Juan Benigno Vela en honor al ilustre personaje ambateño en presencia de sus descendientes, reinas y autoridades de la ciudad, el museo pictórico de Edmundo Martínez Mera, hijo del ilustre ambateño Luis A. Martínez donde se exhiben obras de importancia a nivel nacional, la casa museo de Juan León Mera con gran valor arquitectónico por el uso de materiales de la época colonial: la teja, la madera y el adobe, La Casa de Juan Montalvo considerado patrimonio cultural de la nación y la quinta de Juan Montalvo ubicada en Ficoa. Parque Cevallos el segundo en construirse en toda la historia, el parque Montalvo siendo el más representativo, el parque provincial de la Familia el más grande de la ciudad y el jardín botánico La Liria ubicado en Atocha. El recorrido tradicional gastronómico

de los mercados Central y Modelo donde encuentran el platillo representativo de la ciudad llamado llapingacho; en Atocha se prepara todos los días la bebida tradicional colada morada; y, en la parroquia urbana Pinllo las gallinas y el pan.

El cantón Baños de Agua Santa se encuentra ubicada a las faldas del volcán Tungurahua a una latitud de -1.39699 y longitud de -78.42289, es la región central de la sierra y la entrada a la amazonia Ecuatoriana, el cantón se encuentra rodeado por la naturaleza perfecta para descansar, relajarse y practicar de deportes de aventura como senderismo, montañismo y ciclismo de carretera-montaña; sus principales atractivos el balneario Santa Clara destacado por la naturaleza de sus aguas, las termas de la Virgen y de Santa Ana en beneficio de la salud, otro de sus atractivos representativos son sus cascadas de Agoyan, el Manto de la novia, el Pailón del diablo, Cashaurco, el Rocío de Machay, San Pedro, San Jorge, San Francisco y cascada de la Virgen llenos de atributos naturales, también cuenta con increíbles miradores como Casa del Árbol, de la Virgen de ventanas, Runtun, entre otros lugares turísticos se encuentra el parque de la Familia, la tarabita Manto de la Novia, galería el refugio del viento donde se disfruta exhibición del volcán Tungurahua.

El cantón Cevallos con su latitud de -1.3535428 y una longitud de -78.6171753 se encuentra en el centro sur de Tungurahua, tiene una extensión de 19 km², el cantón tiene como atractivos turísticos la cascada de Jun Punzan destino perfecto para los amantes del vértigo ya que puede practicar escalinata, la apreciación de huertos frutales donde se encuentran plantaciones de claudia, durazno, pera y manzana, la estación del tren siendo punto de encuentro para los turistas, reconocido por su tradicional feria del calzado productos hechos en de cuero y alta calidad, el parque Cevallos donde se puede tomar un descanso y observar el monumento en honor a Pedro Fermín Cevallos, en los alrededores del mismo se puede visualizar su iglesia parroquial San Pedro.

El cantón Mocha tiene una superficie de 82,63km² con longitud occidental de 78°43'03" y una latitud de 1°28'03", se localiza en la parte sur-occidental de Tungurahua, es parte de la reserva de producción faunística de Chimborazo, desde allí se puede observar la flora y fauna que se localiza en los páramos, cuenta con variedad de atractivos en las cuales se mencionan las lagunas de Llullucha y Malenda representadas por el frío de sus aguas y su hermosa vegetación, se aprecia las cascadas de Calipiedra, Loma Verde y Paccha ideales para el turismo aventurero y ecoturismo. Se aprecia el cerro Puñalica y la ruta ecológica los Pogyos en ella se encuentran fuentes de agua mineral, el mirador pie de San Juan, y el parque central Padre Gonzalo Lozada.

El cantón Patate es conocido como el pueblo mágico, reúne objetos pertenecientes a la cultura Panzaleo y Puruhá tiene una latitud de -1.31215 y una longitud de -78.508 se encuentra localizada en la zona centro del Ecuador, parte del cantón pertenece al Parque Nacional Llanganates. Se encuentran las lagunas de San Borja, Cocha negra y de Sudahua donde se puede apreciar a volcanes como: Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi y Carihuayrazo. La ruta Kuripishkula que tiene un recorrido de 340km donde se han registrado 310 especies de aves, durante su trayecto se puede disfrutar de la flora, fauna, y senderos como Mundug, Platupamba, Mantales y Platuquiral, también se aprecia el parque central Simón Bolívar y pasaje Soria en el que se localiza el museo religioso y arqueológico del terremoto. La tradición gastronómica del cantón son las arepas de zapallo.

El cantón Pelileo cuenta con una latitud de -1.3299 y longitud de -78.54341 se ubica en el centro del Ecuador al suroccidente de la provincia de Tungurahua es conocida como la ciudad azul, por su especialización en la industria del jean; posee como atractivos turísticos la plaza artesanal ubicada en Salasaca lugar que comercializa artesanías realizadas con lana de borrego y alpaca, tapices coloridos y prendas de vestir, cerca de la plaza artesanal esta su museo que representa la diversidad cultural del pueblo Salasaca. El cerro Nitón se ubica a 4km de Pelileo en el que se practica parapente y caminatas,

el cerro Teligote localizado en la parroquia Benítez, donde se disfruta de actividades como caminatas, camping, vista a la flora y fauna, el memorial de conciencia un atractivo que recuerda el terremoto del 5 de agosto de 1949, el complejo recreacional la Moya, valle hermoso con aguas cristalinas y criaderos de truchas, las comunidades de Cruzpamba y Huambaló que elabora finos muebles de madera. Lo más representativo en gastronomía son los tamales y las empanadas de tiesto con panela.

El cantón Píllaro rodeada de la naturaleza se encuentra en la latitud de -1.17414 y longitud de 78.54676 se localiza al norte de la provincia de Tungurahua, mantiene la tradición de la diablada Pillareña; dentro del cantón se encuentra Huaynacuri lugar de nacimiento de Rumiñahui, como atractivos turísticos tiene la laguna Pisayambo situada en el parque nacional Llanganates, sus aguas son utilizadas para la generación de electricidad y en lo alto de la laguna se observa las cordilleras de los Llanganates, la flora y fauna, el complejo turístico de Guapante, el centro turístico de Quillán, sector 7 chorros, pesca deportiva en centro turístico El Porvenir y la iglesia San Miguelito.

El cantón Quero situada geográficamente a 78°30' de latitud sur y 1°15' de longitud oeste es conocido por ser un destino agroturístico, entre sus atractivos turísticos está el mirador Hierba Buena con vista al volcán Tungurahua, el monumento al Labrador, el Parque Central, el Cerro Igualata, la ruta ecológica al cerro Llimpe, sus tierras son consideradas para la agricultura y cultivo de tubérculos, La vega del río Quero, Camino real, Comunidad 12 de octubre donde se encuentran lagunas piscícolas y se observa las elevaciones del Carihuayrazo o Chimborazo, también se encuentra la cascada de Jun Llampo.

El cantón Tisaleo tiene una latitud de -1.34884 y una longitud de -78.66875 se encuentra localizada al suroeste de la ciudad, limita al volcán Carihuayrazo. Posee atractivos turísticos como el complejo Lacustre Puñalica donde se encuentran las lagunas de Cacapón y Malenda y las pampas de Salasaca que se localizan en las faldas del Carihuayrazo, destino

ideal para realizar senderismo, camping, turismo de aventura y ecoturismo.

Calderón (2020) manifiesta que las empresas público-privadas, promueven la implementación de normativas de bioseguridad en los destinos que se adapten a la situación actual para salvaguardar la integridad de la población, erradicar la expansión del virus y promover de esta manera el desarrollo del territorio urbano-rural de Tungurahua.

Comportamiento del turista

Tabla 2

Teorías del comportamiento

Autor y Año	Teoría	Aporta a la investigación
Maslow Maslow 1943	Teoría de Necesidades	Experiencias, Seguridad, Sociales, Estimo, Auto realización
Frederick Herzberg 1959	Teoría de Motivación e Higiene	Supervisión, Relaciones, Condiciones Físicas, Remuneraciones, Seguridad, Políticas Administrativas Relaciones Personales, Reconocimiento, Interés y Transcendencia, Responsabilidad
David McClelland 1961	Teoría de Motivación	Logro, Afectual, Poder
Clayton Alderfer 1969	Teoría ERG	Existencial, Relación, Crecimiento
Erick Cohen 1972	Tipos de Turistas	Turistas en masa, Turistas individuales, Exploradores, Vagabundos
Graham Dann 1977	Teoría Push y Pull	Atracción y Evaluación del ego
Samuel Crompton 1979	Motivaciones socio-psicológicas para viajar	Novedad, Educación, Auto-desarrollo, Religión, Privilegio, Regreso, Unión, Familiar, Refugio Social, Escape de la Cotidianidad
Iso-Ahola 1988	Modelo socio-psicológico del turista	Búsqueda personal, Búsqueda interpersonal
Philip Pearce 1988	Teoría de Necesidades	Religión, Exotismo, Relaciones, Aventura, Desarrollo y realización
Jack Ajzen 1991	Theory of planned behavior	Actitud conductual, Subjetividad, Control Conductual
Philip Pearce y U. H. Lee 2005	Teoría de Necesidades	Auto realización, imagen personal, romance, pertenencia atención, auto-desarrollo, naturaleza, religión, novedad, parentesco, sociología, estimulación, aislamiento, reconocimiento y status.
Vidion y Rickly 2018	Teoría de la Autenticidad	Sentimientos corporales y auto-recreación

Al hablar de la motivación las teorías mas relevantes son las cinco necesidades propuesta por Maslow (1943), factores push pull de Dann (1977) y Crompton (1979), las escalas de motivación de viaje Pearce (1988) y los patrones motivacionales de viaje de Pearce y Lee (2005).

En el ambito turístico los factores socio-psicológicos motivacionales, son los que impulsan al ser humano a ser participe de actividades relacionadas con el sector del

turismo (Iso-Ahola, 1982). Pearce (1988) concuerda con Maslow (1943) y establece que el turista progresa mejor al seguir una jerarquia de necesidades, donde las mejores experiencias se generan desde las perspectivas y el aprendizaje. Por otra parte la escala motivacional de Pearce y Lee (2005) da libertad al turista de elegir que necesidades va a satisfacer, de acuerdo al tipo de viaje vaya a realizar.

Soldatenko y Backer (2019) hacen énfasis a la teoría de factores push y pull presentada por Dann (1977) y Crompton (1979) como una de las teorías mas importantes y en la cual se fundamenta esta investigación en la cual los autores exponen que esta teoría no solo determinan la motivación del viaje, tambien se enfoca en los atributos del entorno de esa manera capta la atención de los turistas para visitar los destinos seleccionados.

Vidion y Rickly (2018) dan a conocer la teoría de alineación y autenticidad, basada en la búsqueda de nuevas experiencias donde los individuos incluye sentimientos y emociones que impulsan a los turistas a encontrar su verdadero yo, dirigiéndose fuera de lo cotidiano mediante sentimientos corporales y de desarrollo personal; Kirillova, et al. (2017) aporta a la teoría de alineación y autenticidad al incluir a la ansiedad y la parte existencial como estudio global en el comportamiento del turista, afirmó que la vida al ser tan inestable como la emergencia sanitaria mundial actual impulsa a la autenticidad, y es donde se da a búsqueda del sentido a la vida.

Factores del comportamiento

Factores externos

Crespo y Soria (2019) analizan los factores sociales – culturales que influyen de manera directa e indirecta a la relación que mantiene el turista con su entorno, de esa manera analiza como los deseos, valores, las percepciones y actitudes presentes han alterado el comportamiento del los turista.

Garrido y Gonzáles (2020) dan a conocer que el confinamiento, la existencia y expansión del COVID-19 afecta las relaciones con el entorno social, esta problemática tiende a desallorar sentimientos y emociones negativos como la ansiedad, depresión, angustia, vulnerabilidad, miedo, tristeza e inseguridad, estos factores son generadores de cambios en la perspectiva del turista al emprender un viaje. La responsabilidad actual de los destinos en la provincia de Tungurahua, es concientizar a visitantes y personas locales sobre la aplicación adecuada de las normas de bioseguridad, la prudencia con el distanciamiento físico, la capacidad o aforo de los destinos, el uso adecuado de alcohol y mascarilla con los cuales se prevé contrarrestar la expansión del virus.

Con la rápida mutación del COVID-19, la afectación al turismo urbano-rural y a la libre movilización, las personas lo que hoy en día más anhelan es obtener la vacuna con el fin de resguardar su integridad, disminuir el riesgo de contagio, y poder desplazarse a diferentes destinos dentro - fuera del país para impulsar la actividad turística, y descubrir sus nuevos intereses, gustos, preferencias y actitudes que afectan a su comportamiento actual.

Factores internos

Martínez (2011) manifestó que las actitudes se relacionan con la parte cognitiva del turista es por ello por lo que reacciona de manera positiva o negativa ante un producto o servicio turístico.

En la actualidad lo que predice comportamiento del visitante es el enfoque que le dan a la imagen y la seguridad proporcionada por el destino, el conocimiento de esta información ayuda a que los profesionales en marketing apliquen estrategias y creen campañas afines a la situación actual que transmitan sentimientos y emociones positivas para impulsar el turismo rural-urbano.

Possebon, et al. (2019), (Marquez, et al., 2018), (Pereira y Gosling, 2017) señalan que que las motivaciones turísticas más

comunes están relacionadas con el descanso, el deporte, la gastronomía, religión, la aventura, el aprovechamiento del destino, el contacto social, conocer nuevas culturas y lugares, el autoconocimiento, y la relación con un nuevo entorno.

La *resiliencia* del turismo ante la emergencia sanitaria por COVID-19 en los destinos turísticos, impactan en el comportamiento del visitante. Conocer sus adaptaciones a los cambios actuales y motivaciones del entorno en lo referente al descanso y práctica de deportes al aire libre, fomentan la relación con la naturaleza, evita el contacto físico, y las aglomeraciones.

Cohen et al. (2014); Vaca (2016) definen a las percepciones como el conjunto de valores, creencias, actitudes, atributos, experiencias, motivos y preferencias, que forman parte de la creación de imagen del destino, vuelven al turista más selectivo, mientras que los factores culturales, sociales y demográficos son quienes estimulan la percepción del turista.

Las personas al ser naturalmente sociales buscan relacionarse con su entorno permitiéndose conocer más de otras culturas y de sí mismo; con la actual paralización del turismo, la crisis económica, el ingreso y salida de turistas se ha frenado de manera temporal, esto conlleva a que los gobiernos consideren la situación, y proyecten de mejor manera un plan que impulse la nueva modalidad turística, con el recordatorio que la salud, la integridad, los servicios que se brinde, son importantes para salvaguardar al turista y de esa manera se genera empatía hacia la imagen del destino, y experiencias inolvidables que motiven a visitar el lugar.

Finalmente decir que las necesidades, deseos y motivaciones se transforman en *experiencias y aprendizaje* para el turista y la comunidad, es asesorar a los profesionales que utilizan el marketing como herramienta para mejorar la relación entre turistas y empresas con el objetivo de generar valor y satisfacción.

Resultados y discusión

Tabla 3

Variables demográficas (n= 384)

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Variable	Frecuencia	Porcentaje	Variable	Frecuencia	Porcentaje
Género			Grupo Etéreo			Compañía de viaje		
Masculino	234	61 %	Jóvenes	58	15 %	Solo	104	27 %
Femenino	150	39 %	Adultos jóvenes	276	72 %	Con Amigos	100	26 %
Edad	Frecuencia	Porcentaje	Adultos Mayores	35	9 %	En Familia	180	47 %
18-25	131	34 %		15	4 %	Otros		
26-35	146	38 %	Educación	Frecuencia	Porcentaje	Estadía	Frecuencia	Porcentaje
36-45	96	25 %	Primaria	27	7 %	1 día	61	16 %
46 a más	11	3 %	Secundaria	96	25 %	1-3 noches	77	20 %
			Superior	102	50 %	3-6 noches	200	52 %
			Postgrado	69	18 %	7 a más	46	12 %
Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje	Ocupación	Frecuencia	Porcentaje			
Soltero	154	40 %	Servidor Público	173	45 %			
Casado	188	49 %	Empleado Privado	100	26 %			
Divorciado	42	11 %	Empresario	50	13 %			
			Estudiante	27	7 %			

Tabla 4

Variables de Desarrollo (n=384)

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Variable	Frecuencia	Porcentaje
Económicas			Social-Cultural		
Cuanto estaría dispuesto a gastar			Cual considera usted la mejor manera para impulsar el turismo local		
\$20-\$30	111	29 %	Plan de Desarrollo Turístico	115	30 %
\$40-\$50	180	47 %	Marketing Digital	173	45 %
\$60-\$70	62	16 %	Publicidad en medios locales	38	10 %
\$80 a más	31	8 %	Comercio electrónico	20	5 %
			Protección de datos personales	38	10 %
			Qué zona llama su atención para realizar turismo	Frecuencia	Porcentaje
			Zona Urbana	95	25 %
			Zona Rural	288	75 %

Tabla 5

Variables de comportamiento (n=384)

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Variable	Frecuencia	Porcentaje
Comportamiento			Actitud		
En qué momento usted viajaría por motivos turísticos			Cuántas veces viajaría por motivo turístico		
Viaja a pesar de la pandemia	123	32 %	2 a 3 veces	182	50 %
Totalmente si se le da la vacuna	38	10 %	6 a 9 veces	100	26 %
Medidos del 2021	77	20 %	10 a 13 veces	58	15 %
A partir del 2022	81	21 %	14 a más veces	34	9 %
Si planes de viajar	65	17 %	Que medida considera usted importante para los turistas que ingresan al país	Frecuencia	Porcentaje
Motivación			Aislamiento Obligatorio	77	20 %
Porque motivo usted viajaría	Frecuencia	Porcentaje	Presentar prueba Negativa	38	10 %
Descanso	157	41 %	Control estricto en aeropuertos y terminales	58	15 %
Cultura	77	20 %	Uso de mascarilla obligatoria	113	30 %
Ocio/recreación	54	14 %	Distanciamiento físico	96	25 %
Salud	65	17 %	Parquear		
Religión	31	8 %	Cual considera que es la medida de seguridad que más se interrumpen	Frecuencia	Porcentaje
Que factor llama su atención al momento de escoger un destino para viajar	Frecuencia	Porcentaje	El otro en lugares turísticos	265	69 %
Precios del destino	46	12 %	El uso de mascarilla	38	10 %
Calidad de servicios	69	18 %	El distanciamiento físico	81	21 %
Alojamiento	84	22 %	Al viajar considera que es mejor hospedarse	Frecuencia	Porcentaje
Seguridad	154	40 %	Hotels	154	40 %
Clima	31	8 %	Casas de turismo	111	29 %
Que actividad llama su atención cuando viaja	Frecuencia	Porcentaje	Con Familia	49	13 %
Recreación	182	50 %			
Sol y playa	115	30 %			
Deportes de aventura	77	20 %			

El impacto causado por la pandemia COVID-19 marca un precedente antes y después en el sector turístico debido a los *cambios progresivos y permanentes* en el comportamiento del turista, la incidencia de esta en este sector se ha visto afectada por las alertas sanitarias, confinamientos perimetrales y el cierre de fronteras emanados por el gobierno nacional.

Los elementos fueron analizados mediante el alfa de Cronbach dieron como resultado 0,982 de confiabilidad, su media fue de 2,158 con un rango de 1,906 y una variabilidad de 0.294 que demuestra la relación que mantienen los datos. El resultado del análisis permite dar a conocer el perfil del turista en la actualidad, para ello la investigación se limitó a la provincia de Tungurahua.

En la tabla 3, muestran las características demográficas donde se detalla datos personales en el mismo se da a conocer que el resultado y aleatoriedad dan a conocer que el 61% de los encuestados son de género masculino y el 39%

son de género femenino, de acuerdo la edad se puede conocer su grupo etareo tomando en cuenta que a jóvenes se los considera desde los 18 – 25 años, adultos jóvenes desde los 25 – 35 años, se les denomina personas adultas aquellas que tienen de 36 – 45 años y son adultos mayores desde 46 a más, en este caso el 72% de los encuestados pertenecen al segundo grupo etareo de los cuales el 38% tienen la edad que van de los 26 a 35 años.

La tabla 4 pertenece a la variable del desarrollo, que trata la parte económica y sociocultural, dando a conocer la disponibilidad de gastos y la zona que mas llama su atención para realizar turismo.

La tabla 5 detalla variables de comportamiento en la misma se resumen las motivaciones, actitudes, percepciones, la síntesis presenta las características actuales del turista en pandemia COVID-19.

Como resultado de la investigación se obtuvo que las personas encuestadas piensan que el reforzar las medidas o control de turistas al arribar al país es importante para precaver la expansión y contagios del virus así mismo piensan que para impulsar de mejor manera el turismo es necesario la implementación de un plan de desarrollo turístico que se adapte a las medidas establecidas por la situación actual y que beneficie a las zona urbana y rural. Los destinos deben tomar muy en cuenta la importancia y aplicación de las medidas de seguridad, el aforo, el distanciamiento físico en los destinos y la importancia de usar de alcohol y mascarilla para resguardar la integridad de los visitantes.

Conclusiones

El desarrollo de la actividad turística depende de la parte económica, tecnológica, político, social, demográfica y la globalización, estos factores permiten mejorar la calidad de vida e ingresos para las comunidades que poseen destinos turísticos. La utilización del marketing digital como herramienta de efectividad impulsa el producto turístico a diferentes nichos, el desarrollo local, regional, nacional y el respeto

de la cultura, etnia, religión, seguridad y bioseguridad implementada que brindan a los turistas. Todos estos factores generan cambios en el comportamiento del visitante y el estilo de vida, los mismos que se adaptan a las nuevas tendencias, gustos y preferencias crecientes de la población para mejorar sus experiencias y satisfacer las necesidades en emergencia sanitaria mundial.

La compilación de teorías indagadas de varios autores basadas en el comportamiento es fundamental para conocer las necesidades, motivaciones, deseos y satisfacciones actuales de los entornos turísticos. El COVID-19 ha cambiado la perspectiva del turista al momento de viajar, ha generado nuevas motivaciones, temores, necesidades, *confinamientos perimetrales* y comportamientos que impulsan a realizar actividades en lugares que no sean cerrados, con aforo reducido y distanciamiento físico para resguardar su seguridad.

El interés de entidades público – privadas se basa en el impulso y aplicación de normativas que promuevan la *resiliencia* del turismo y la seguridad de los destinos durante la pandemia para *potencializar* el desarrollo turístico de las zona urbana-rural, implementar o al menos mantener las plazas de empleos y desarrollar competencias que apoyen la recuperación de este sector mediante promoción, financiamiento, políticas, marketing y la confianza del consumidor.

En la actualidad el turista busca para él y su familia un destino que se acomode a la situación, cumpla con las medidas de bioseguridad y sobre todo trate de resguardar la integridad de los visitantes. A pesar de la pandemia, continua la planificación y realización de viajes familiares; la zona más recurrente es la parte rural donde puede descansar o realizar actividades al aire libre, toma en cuenta las consideraciones con respecto a la existencia del COVID-19, para erradicar el miedo a viajar a largas distancias que afecta al desplazamiento de los visitantes a otros destinos e impiden satisfacer sus necesidades por completo.

Referencias bibliográficas

- Jimenez, L. (1997). *Desarrollo sostenible y economía ecológica*. Madrid: Síntesis.
- Academic Rigor. (2020). *PIB*. Obtenido de <https://theconversation.com/turismo-en-tiempos-de-COVID-19-de-la-masificacion-al-distanciamiento-social-137567>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *50*(2), 179-211.
- Aldefer, C. (1969). An Empirical Test of a New Theory of Human Needs. 142-175. doi:[https://doi.org/10.1016/0030-5073\(69\)90004-X](https://doi.org/10.1016/0030-5073(69)90004-X)
- Banco Central del Ecuador. (30 de Septiembre de 2020). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuatoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>
- Brill, T., Maillet, A., & Mayaux, P. (2017). PROCESS TRACING. INDUCCIÓN, DEDUCCIÓN E INFERENCIA CAUSAL. *Scielo*, *37*(3), 659-684.
- Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., De la Cruz, F., & Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Redalyc*, *8*, 1603-1617.
- Calderón, F. (2020). El Ordenamiento Territorial y Desarrollo Turístico en la provincia de Tungurahua. 48-49-50.
- Capitán, H. (1988). *Desarrollo económico*. Madrid: Alianza.
- Cardenas Gomez, G. E., & Michel Nava, R. M. (2018). Descripción de las teorías del desarrollo económico y desigualdad.
- Cohen, S., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Current Issues in Tourism. *17*(10), 872-909. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2013.850064>
- Crespo, J. A., & Soria, B. W. (2019). Factores que influyen en el comportamiento del turista: estado de la cuestión. *Kalpana*(17), 120-136. doi:[1390-5775](https://doi.org/10.1390-5775) ISSN-e: 2661-6696
- Crompton, J. (1979). Motivations for pleasure vacation. *4*, 408-424.
- Dann, G. (1977). ANOMIE, EGO-ENHANCEMENT AND TOURISM. *ANNALS OF TOURISM RESEARCH*, *4*(4).
- Figuerola, M. (1990). *Desarrollo y Turismo*. Madrid.
- Furtado, C. (2001). *Revista Comercio Exterior*, *51*(2). Obtenido de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/sp/articleReader.jsp?id=6&idRevista=39>
- Furtado, C. (Febrero de 2001). Celso Furtado y el problema del desarrollo. *Revista Comercio Exterior*, *51*(2).
- Garrido, G., & Gonzáles, G. (1 de Agosto de 2020). ¿La pandemia de COVID-19 y las medidas de confinamiento aumentan el riesgo de violencia hacia niños/as y adolescentes? *Scielo*, *91*(4). doi:<http://dx.doi.org/10.31134/ap.91.4.1>
- Hidalgo, C. (1988). *Desarrollo económico*. Madrid: Alianza.
- Iso-Ahola, S. (1982). Toward A Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder .
- Kirillova, K., Lehto, X., & Cai, L. (2016). Tourism and Existential Transformation:. 1-13. doi:<https://doi.org/10.1177/0047287516650277>
- López, R., Cruz, F., Medina, S., Rivera, M., & Fernando, F. (enero-junio de 2016).

- DESARROLLO TERRITORIAL: UNA PROPUESTA DE VALOR PARA EL DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO EN EL DISTRITO DE DESARROLLO RURAL. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 38, 241-252. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/141/14146082003.pdf>
- Marquez, C., Asad, M., & Lengler, J. (Diciembre de 2018). A multinational comparative study highlighting students' travel motivations and touristic trends. *Journal of Destination Marketing & Management*, 10, 87-100. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.06.002>
- Martínez, J. A. (2011). FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL TURISTA. 4(9).
- Maslow, A. (1943). Una teoría de la motivación Humana. *Revisión psicológica*, 50, 370-396.
- McClelland, D. (1961). The achieving society.
- Ministerio de Turismo . (2017). *Boletín de estadísticas Turísticas*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2011-2015.pdf>
- MINTUR. (2020). *Indicadores Turísticos*.
- Monge, J. G., & Perales, R. M. (2015). El Desarrollo Turístico Sostenible - Tren Crucero del Ecuador. *Redalyc*, 5-6-7.
- Moral, S., Orgaz, F., Cañero, P., & Jimber, J. A. (2017). ANÁLISIS DE LA MOTIVACIÓN Y EDAD DEL TURISTA Y SU SATISFACCIÓN EN DESTINOS FRONTERIZOS: EL CASO DE LA FRONTERA NORTE DOMINICO-HAITIANA. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(4), 431-445.
- Moreno, O. (1971). *El turismo como factor político en las relaciones internacionales*. Mexico: Foro internacional.
- OMS. (23 de noviembre de 2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Consejos para la población acerca de los rumores sobre el nuevo coronavirus (2019-nCoV): <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>
- OMT. (31 de enero de 2020). *DECLARACIÓN DE LA OMT SOBRE EL BROTE DEL NUEVO CORONAVIRUS*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/declaracion-de-la-omt-sobre-el-brote-del-nuevo-coronavirus>
- ONU. (Agosto de 2020). *World Tourism Organization*. Obtenido de Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_COVID-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf
- Orozco, J., & Núñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo: En el análisis del turismo sustentable. 14(27), 143-167. Obtenido de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/is/v14n27/a08v14n27.pdf>
- Pearce, P. (1988). *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York. doi:10.1007/978-1-4612-3924-6
- Pearce, P., & Lee, U.-I. (2005). *Journal of Travel Research*, 226-237. doi:DOI: 10.1177/0047287504272020
- Pereira, G., & Gosling, M. (2017). LOS VIAJEROS Y SUS MOTIVACIONES Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. 26(1), 62-85. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180749182004.pdf>
- Pérez, S. (septiembre-diciembre de 2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo

- territorial rural. 28(3), 507-513. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1803/180320698018.pdf>
- Plandetur. (26 de Septiembre de 2020). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO*. Obtenido de Tourism&Leisure: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Possebon, J., Cervi, C., & Baggio, D. K. (2019). FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE VIAJES TURÍSTICOS. 28, 903-922.
- Quintero, J. L. (2008). Turismo y desarrollo local en México El caso del municipio de Cabo Corrientes en Jalisco. *Universidad de Guadalajara, Universidad Complutense Madrid*.
- Rodriguez Mateos, J. C. (2017). *Teorias del Desarrollo*.
- Sampedro, J. (1980). *Desarrollo social-económico del turismo*. Barcelona.
- Sinamanca, M., Hernández, R., & Padrón, N. (julio de 2020). Turismo pos-COVID-19 reflexiones, retos y oportunidades. doi:<https://doi.org/10.25145/b.Turismopos-COVID-19.2020>
- Soldatenko, D., & Backer, E. (2019). A content analysis of cross-cultural motivational studies in tourism relating to nationalities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 122-139. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.12.004>
- Vaca, C. A. (2016). *PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO Y ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA NACIONAL QUE VISITA EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO*. Quito-Ecuador .
- Vázquez, A. (2007). *Desarrollo endógeno Teorías y políticas de desarrollo territorial*.
- Velásquez, P. (2011). *Fomentoturístico provincial: diagnóstico competencial, experiencias exitosas y propuesta de fortalecimiento institucional*. Quito-Ecuador. Obtenido de <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/Fomento-Turistico-Provincial.pdf>
- Vidion, E., & Rickly, J. (2018). Alienation and anxiety in tourism motivation. *Annals of Tourism Research*, 65-75. doi:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.02.001>
- WWTC. (2020). *WTTC revela consejos de viaje responsables para contrarrestar el brote de coronavirus. 11 de marzo de 2020*. Obtenido de World Travel & Tourism Council: <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2020/wttc-reveals-responsible-travel-tips-to-counter-the-coronavirus-outbreak>