

Víctor Llugsha G.
Coordinador-editor

Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19

Serie Territorios en Debate - Segunda Etapa - N° 14



2021

Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19 / coordinado y editado por Víctor Llugsha. Quito : CONGOPE : Ediciones Abya Yala : Incidencia Pública Ecuador. 2021
xii, 197 páginas : figuras, tablas. - (Serie Territorios en Debate. Segunda etapa ; 14)

Incluye bibliografía

ISBN: 9789942097538

TURISMO ; VIAJES ; DESARROLLO TERRITORIAL ; ECONOMÍA ; REACTIVACIÓN
ECONÓMICA ; RECESIÓN ECONÓMICA ; GÉNERO ; TRABAJO ; PANDEMIA ; CO-
VID-19 ; ECUADOR. I.LUGSHA, VÍCTOR, COORDINADOR-EDITOR.

306.4819 - CDD

Primera edición: 2021

© **Consortio de Gobiernos Autónomos**

Provinciales del Ecuador – CONGOPE

Wilson E8-166 y Av. 6 de Diciembre

Teléfono: 593 2 3801 750

www.congope.gob.ec

Quito-Ecuador

Ediciones Abya Yala

Av. 12 de Octubre N24-22 y Wilson, bloque A

Apartado Postal: 17-12-719

Teléfonos: 593 2 2506 267 / 3962 800

e-mail: editorial@abyayala.org / abyayalaeditorial@gmail.com

Quito-Ecuador

Incidencia Pública Ecuador

Calle San Luis Oe8-78

San Francisco de Pinsha, Cumbayá

Teléfono: 593 999 012 226

e-mail: incidenciapublica.ecuador@gmail.com

Quito-Ecuador

Coordinador general de la serie: Francisco Enríquez Bermeo

Edición: Víctor Llugsha

Corrección: María Victoria Toral

Diseño y diagramación: Antonio Mena

Impresión: Ediciones Abya Yala, Quito-Ecuador

ISBN: 978-9942-09-753-8

Tiraje: 1000 ejemplares

Impreso en Quito-Ecuador, junio de 2021

Las opiniones de los autores no reflejan la opinión de las instituciones
que patrocinan o auspician la publicación.

Este trabajo se llevó a cabo con una subvención del Consorcio de
Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador – CONGOPE

Serie Territorios en Debate

Es un espacio creado por el CONGOPE e Incidencia Pública para debatir entre los gestores de la política pública, la academia y la sociedad civil, sobre el desarrollo desde una perspectiva territorial, que mire a lo urbano y lo rural como un espacio diverso y articulado de construcción social.

Índice

Presentación	VII
-------------------------------	-----

Pablo Jurado Moreno

Prólogo	IX
--------------------------	----

Francisco Enríquez

Introducción

Turismo y desarrollo

La necesidad de contar con un enfoque territorial frente a los efectos de la pandemia COVID 19	1
---	---

Víctor Llugsha G.

Ecuador: una visión ex ante del turismo y los efectos de la pandemia COVID 19	7
--	---

Victor Llugsha G. y Sheyla Camacho

Tendencias del turismo post covid-19

Una reflexión para Ecuador	37
---	----

María Soledad Oviedo y Fernanda Olivo

La nueva realidad del turismo post COVID 19	63
--	----

Enrique Cabanilla, Walter Ocaña, Carlos Garrido y Edison Molina

Sinergias y barreras de las guías de turismo en el Ecuador durante la pandemia Covid-19	99
--	----

Roberto Carrillo-Flores

Imbabura Geoparque Mundial de la UNESCO:

Un enfoque integral para el desarrollo del territorio	123
--	-----

Pablo Jurado Moreno y Carlos Merizalde Leiton

El turismo mundial y los efectos de COVID 19 ¿qué nos espera?	155
--	-----

Pedro Longart

Autores y autoras	192
------------------------------------	-----

La nueva realidad del turismo post COVID 19

Enrique Cabanilla* Walter Ocaña**
Carlos Garrido*** Edison Molina****

Resumen:

Sin lugar a duda era muy difícil imaginar al mundo confinado y cerrando sus puertas a la hipermovilidad lograda en las últimas décadas. Sin embargo, entre el 2020 y el 2021, este ha sido un escenario por lo demás común a causa de las restricciones de movilidad ocasionadas por la pandemia del Covid-19, que ha producido un impacto sin precedentes en la caída del turismo a nivel mundial y nacional. Esta caída, de casi un 90%, deja un 2020 salvado por sus primeros meses, de todos modos irregulares, y un sector turístico duramente golpeado en su tejido empresarial, laboral y operativo. Ante este escenario, este capítulo aborda sus impactos y perspectivas de reactivación desde un enfoque territorial. Con sendas consultas a los gobiernos autónomos descentralizados, empresas, trabajadores, y siguiendo la estrategia ministerial de reactivación, se observa un lento resurgimiento de la actividad con algunas características, como la activación primaria del turismo doméstico y de búsqueda de espacios alternativos, especialmente en lo rural. La falta de visualización del turismo como un sector estratégico en el desarrollo nacional afecta aún más este proceso, donde los actores pugnan por medidas compensatorias, que se han dado, pero no en el nivel esperado.

Palabras claves: Turismo, Viajes, Crisis económica, Covid-19, Desarrollo Territorial

* eacabanilla@uce.edu.ec

** walter.ocanaz@gmail.com

*** crgarrido@uce.edu.ec o cagarridoco@uide.edu.ec

**** ermolina@uce.edu.ec

Introducción

El turismo ha sido el sector más fuertemente perjudicado por la pandemia mundial del Covid-19. El impacto ha sido de grandes magnitudes. Un desplome en el funcionamiento del sistema turístico de hasta un 95%, con etapas de recuperación diversas a nivel mundial, son un reto para todos los territorios que dependen en mayor o menor medida de este sector productivo. El Ecuador no escapó a esta grave crisis, con matices de gravedad en provincias como Galápagos donde el turismo es el mayor ingreso de la economía local, hasta otros gobiernos autónomos descentralizados que, aún sin depender de forma significativa de la actividad, han tenido que afrontar la caída en su estructura empresarial y laboral.

El presente trabajo parte de un breve análisis de lo sucedido en el turismo a nivel mundial, planteando además los grandes criterios que han sido base del debate académico y empresarial para su próxima reactivación: la deslocalización prominentemente urbana del turismo hacia lo rural, la incorporación de protocolos de bioseguridad que seguramente trascenderán la crisis Covid-19, la nueva misión de un turismo apartado exclusivamente de sus logros económicos y mayormente alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el cuestionamiento al turismo masivo, el turismo fobia, la gentrificación y los graves impactos ambientales y culturales al ser sustituido por un turismo consciente.

Posteriormente se aborda la realidad territorial en el Ecuador, del turismo y su proceso de reactivación, con una mirada desde los gobiernos locales que entienden perfectamente la magnitud de la crisis. Al mismo tiempo se descubre un sistema territorial con varias falencias, que invita a repensar modelos como los consorcios o mancomunidades turísticas, que no solo desarrollen nuevos e innovadores productos sino que puedan solidificar una oferta más atractiva para el mercado nacional e internacional.

Finalmente, hay una reflexión sobre las modalidades emergentes del turismo. Sin esperar grandes sorpresas puesto que como se ha visto, a nivel nacional e internacional, las grandes motivaciones como sol y playa se han vuelto a instalar inmediatamente que hubo oportunidad de viajar; se destaca el fortalecimiento de otras motivaciones menores como el turismo

rural, agroturismo, turismo de aventura, turismo de naturaleza, turismo científico, ecoturismo, turismo comunitario, entre otros.

No cabe duda que las discusiones sobre esta temática están en su fase exploratoria, por lo que este trabajo invita a continuar con los temas expuestos en busca de alternativas que consoliden al turismo como una alternativa alineada a los ODS, más amigable y con un modelo de desarrollo sostenible del país.

El impacto del Covid-19 en el turismo a nivel mundial

Mucha tinta ha corrido acerca de las ventajas del sector turístico en las sociedades modernas: mejora en los ingresos para las familias, generación de empleo, elevación de los índices de la calidad de vida, reactivación económica de sitios tradicionalmente olvidados, etc. Sin embargo, el año 2020, como en otras ocasiones en el pasado, nos recordó que el turismo es una actividad frágil y que depende en buena parte de las favorables condiciones a nivel global¹.

La pandemia del COVID-19 se originó, según reportes oficiales de la Organización Mundial de la Salud (OMS), en la población de Wuhan (China) a finales del 2019, lo que obligó a las autoridades asiáticas a declarar la emergencia en esa ciudad y un confinamiento de algunos meses. Para el mes de marzo de 2020, el virus se había desplazado hacia Occidente y toda esta región iniciaba un confinamiento que sería la causa de una de las crisis sanitarias y económicas más grandes que ha visto el mundo contemporáneo.

El confinamiento supuso el cierre de miles de actividades económicas, con excepción de las consideradas indispensables: alimentos, servicios bancarios y financieros, servicios médicos, farmacéuticas, empresas dedicadas a la elaboración de productos sanitarios y de limpieza, entre otras. Las actividades de servicios de la educación pasaron a realizarse desde casa, así

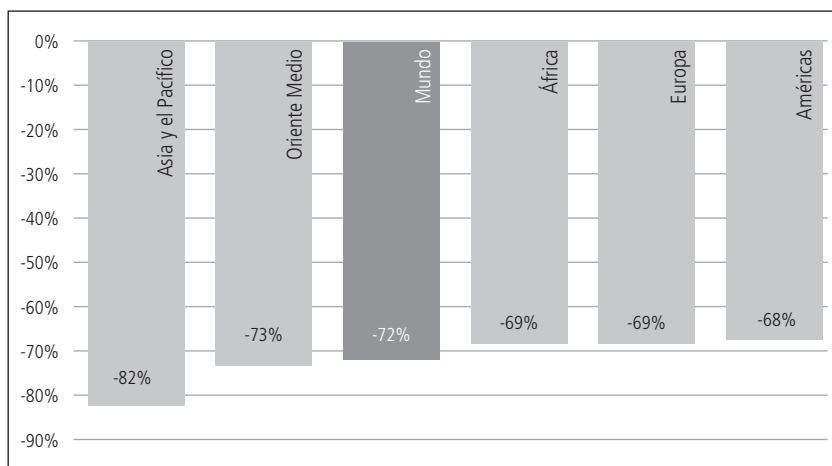
¹ Para más información acerca de este tema, puede consultarse Garrido et al (2020) donde se exponen las ocasiones en las que, en el pasado, el turismo ha sido fuertemente golpeado por situaciones ajenas a esta actividad

como labores de oficina que podían realizarse bajo esta modalidad, lo que se conoce como “teletrabajo”.

Una de los tantos sectores de la economía que debió suspender sus actividades fue el turismo. Destinos como Barcelona, Venecia, París, Atenas entre otros que solo dos semanas antes lucían atestados de turistas, a partir de marzo quedaron vacíos. Así mismo, destinos considerados menores, como algunos ubicados en América del Sur, entre los cuales se encuentra Ecuador, tuvieron la misma consecuencia: los turistas simplemente dejaron de llegar.

Las consecuencias fueron simplemente desastrosas. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el sector perdió en el 2020 cerca de 1.1 billones de dólares, con un descenso del 75% en las llegadas internacionales. Las cifras de viajeros de este año son las mismas de 1990, es decir, en apenas ocho meses, el turismo retrocedió treinta años (OMT, 2020). Así lo refleja el Gráfico 1 donde se puede observar que la región más afectada fue la de Asia Pacífico, teniendo prácticamente los mismos niveles África, Europa y las Américas:

Gráfico 1
Impacto de la pandemia en las regiones mundiales



Fuente: Barómetro del Turismo (OMT), 2020: p.7

Este comportamiento tiene varios componentes. El primero de ellos fue la cuarentena impuesta en muchos países, como consecuencia de las altas tasas de contagio registradas en el primer semestre del 2020 que suspendió los viajes turísticos; la cuarentena además obligó al cierre de las aerolíneas y la cancelación de miles de vuelos en todo el hemisferio occidental; finalmente, el cierre de fronteras por parte de muchos países considerados destinos turísticos hicieron que cualquier intento de viaje, tanto interno como externo, sea prácticamente imposible.

Los niveles de impacto sobre el sector del turismo fueron distintos: agencias de viajes, operadoras de turismo, aerolíneas y guías de turismo llevaron la peor parte, debido a que sus clientes se encontraban confinados en sus hogares. Algunos restaurantes que tenían servicio a domicilio lograron sostenerse gracias a esta modalidad, que tuvo una alta demanda en los primeros seis meses de confinamiento. Así mismo, una pequeña parte del sector alojamiento se vio beneficiada por ser el sitio donde algunos de los pocos viajeros que llegaban en vuelos humanitarios, podían realizar la cuarentena obligatoria.

Sin embargo, de manera general, en el Ecuador durante el año 2020, los turistas internacionales llegaron apenas en los meses de enero, febrero y los primeros días del mes de marzo, de ahí en adelante hasta finalizar el año no hubo reportes de migración de turistas internacionales. Esto le generó al país, según estimaciones del Ministerio de Turismo, una pérdida de 300 millones de dólares, sumado a despidos masivos que alcanzaron, según cifras de la misma cartera cerca de 100.000 empleos directos e indirectos (Ministerio de Turismo, 2020a).

Sin embargo, y a pesar de haber pasado varios meses en cuarentena, se podría pensar que el turismo interno sufrió el mismo impacto, y aunque las cifras no son positivas, pero tuvo un comportamiento mejor que el esperado y el impacto fue otro. Así, por ejemplo, se puede ver si analizamos los feriados a lo largo del año. El primero fue de cinco días: desde el sábado 28 de diciembre del 2019 al miércoles 1 de enero del 2020 en el que el sector se dinamizó alcanzando cerca 83 millones de dólares de ingresos por turismo, casi 30 millones más que en el año 2018 (Ministerio de Turismo, 2020:13).

Así mismo, el feriado de Carnaval se llevó a cabo sin contratiempos en el mes de febrero, pocos días antes del inicio de la cuarentena y reportó altos ingresos para el sector con los viajes realizados por el turismo interno. Los siguientes cuatro feriados: Viernes Santo, Batalla de Pichincha y fundación de Guayaquil, que eran de tres días, se vieron afectados ya que fueron justamente los meses más fuertes de la pandemia.

Para el mes de agosto, las restricciones de movilidad en el Ecuador fueron menores, con lo cual, pese al miedo de gran parte de la población, el feriado del 10 de agosto tuvo cierto movimiento de turistas, principalmente hacia las playas. Ya para el segundo feriado más largo del año (cuatro días), Finados e Independencia de Cuenca, si bien las medidas de restricción estaban completamente eliminadas, el número de viajeros fue escaso a nivel nacional.

Como lo mencionan Garrido et al. (2021), las crisis que ha sufrido el turismo a lo largo del siglo XX han podido ser superadas gracias a dos elementos: el turismo interno y la diversificación de destinos, especialmente los rurales. Para el caso ecuatoriano, estos elementos, si bien forman parte del proceso de resiliencia turística, han sido los más afectados por la pandemia. El turismo interno se ha visto seriamente debilitado, principalmente debido al alto índice de desempleo que se generó desde los primeros meses de confinamiento. En el mes de agosto, Ecuador reportaba la pérdida de cerca de medio millón de empleos formales, cayendo el porcentaje del empleo pleno a apenas un 17% (Ministerio de Trabajo, 2020:2); lo que afectó directamente a las familias que usualmente realizaban excursiones o viajes turísticos los fines de semana o durante feriados nacionales.

De igual modo, los destinos rurales, que venían teniendo un crecimiento sostenido desde 2017, convirtiéndose en destino regular no solo para el turismo interno sino, también para el internacional. Casos como Agua Blanca, en la provincia de Manabí, dentro del Parque Nacional Machalilla, en Yunguilla, a pocos kilómetros al norte de la ciudad de Quito; o Salinas en la provincia de Bolívar, son ejemplos del desarrollo turístico que las áreas rurales venían teniendo (Mullo Romero E. et al. 2019).

Uno de los elementos clave para el desarrollo turístico en las áreas rurales fue la puesta en marcha de las distintas rutas ferroviarias las cuales,

gracias al modelo de gestión establecido, lograron integrar a comunidades rurales en la operación turística, permitiendo a los miembros de esas comunidades un contacto directo con los visitantes y a la vez generar ingresos tanto directos como indirectos. Un componente que hay que destacar es la amplia participación de mujeres, usualmente madres y cabezas de familia, que estaban al frente de las actividades turísticas.

Figura 1
Comunidades locales atienden a pasajeros en el tren



Fuente: Diario Expreso.
<https://www.expreso.cc/guayaquil/nueve-anos-tren-recupero-5-inversion-4515.html>

Lastimosamente, como consecuencia de la pandemia, todo este impulso y desarrollo local que venían teniendo las zonas rurales, en muchos casos, se detuvo; y en algunas zonas se produjo el cierre definitivo de muchos establecimientos turísticos. Centros de turismo comunitario, restaurantes, sitios de alojamiento, sitios de ventas de artesanías, entre otros, debieron cerrar definitivamente sus puertas. Las comunidades vinculadas a la operación turística del tren también fueron afectadas ya que, debido a la crisis económica del país producida por la pandemia, la caída de los precios del petróleo y la rotura del oleoducto que transportaba ese petróleo en el mes

de abril de 2020, el Gobierno, a través del decreto 1057, decidió eliminar algunas empresas públicas con el fin de reducir gastos, entre ellas la Empresa Nacional de Ferrocarriles, la que desde entonces dejó de operar provocando un efecto negativo en las comunidades vinculadas.

A los cierres parciales o definitivos que mencionamos, se suman otros factores como: la vacuna no ha sido aplicada de manera general a la población (y al parecer no ocurrirá hasta finales del año 2021); las personas temen viajar, tanto fuera como dentro del país; las autoridades competentes no han elaborado un catastro fiable de las empresas vinculadas al turismo que han cerrado. Todo esto hace muy difícil prever el tiempo de recuperación del sector, especialmente el rural.

Tampoco se puede afirmar que el modelo, tipo, modalidad o forma de viaje cambiará. No se conoce con certeza si una vez que la población mundial, y en especial la vinculada a los países emisores de turistas, haya sido vacunada inicie nuevamente los planes de viaje hacia los sitios antes programados. Tampoco se sabe con certeza hasta cuando los establecimientos turísticos que aún siguen funcionando con las restricciones de aforo, deberán seguir invirtiendo dinero en dotar tanto a sus empleados como a los visitantes de elementos vinculados a la bioseguridad; es incierto aún más el panorama para el sector rural, del cual poco o nada sabemos respecto a cómo y qué condiciones afrontarán las consecuencias de la pandemia, cuántos volverán a funcionar y cuántos cerrarán definitivamente.

Es por ello que hablar de turismo y ruralidad en pos-pandemia es aún incierto. Dependerá mucho, como así lo demuestra la historia, de que el gobierno de turno genere las condiciones adecuadas, principalmente en el ámbito tributario y de créditos, y no de declaraciones que no quedan más que en un papel, para poder realmente reactivar al que ha sido quizás el sector más afectado a nivel mundial: el turismo.

Las expectativas mundiales del nuevo turismo

El bienestar del ser humano es la prioridad en el escenario actual mundial. La manera de pensar ha ido evolucionando a temas más allá de la supera-

ción económica. Grandes destinos turísticos han sido afectados catastróficamente, sin duda ha sido el momento más crítico de la humanidad en el aspecto sanitario, social y económico. Las actividades humanas se han ido normalizando; sin embargo, aparecen rebrotes de la enfermedad Covid-19 y esto conlleva a tener un clima permanente de zozobra y miedo.

Si bien el país cuenta con una amplia oferta turística registrada ante el organismo oficial, que es el Ministerio de Turismo del Ecuador, en el año 2020 la actividad experimentó un fuerte remezón desde sus bases, debido a la pandemia de Covid-19. Se ha considerado que el viajar podría aumentar las probabilidades de contagios; no obstante, el ser humano tiene la imperiosa necesidad de salir del entorno habitual tan estresado del momento. Ahora el turista es más precavido en desplazarse hacia los espacios de ocio o a los destinos turísticos, es por ello por lo que, se debe estudiar el comportamiento de los flujos turísticos mundiales y que incide en la toma de decisiones de los visitantes.

Varios países y organizaciones, a diferentes escalas², han tomado medidas para aportar en la reactivación del turismo, como priorizar la difusión de campañas comunicacionales orientadas a la renovación y cuidado en la práctica turística. Islandia, en los primeros días del mes de febrero de 2021, modificó las normas de acceso al país para las personas que demuestren estar inmunizados del Covid-19, esta medida está destinada para los ciudadanos del Espacio Económico Europeo y de la Asociación Europea de Libre Comercio, que incluye toda la Unión Europea y países como Noruega o Suiza (Viajes National Geographic, 2021). Por su parte, la OMT (2020) señala que, “la organización ha estado aportando la perspectiva analítica necesaria para entender mejor la pandemia y dar una respuesta más efectiva mediante publicaciones, generación de datos actualizados y la elaboración de una panorámica mundial de las medidas para apoyar al turismo” (p.1).

La bioseguridad ha sido un tema preponderante de análisis en los tiempos de pandemia. Se han diseñado protocolos y recomendaciones para poder

2 México, Estados Unidos, Dinamarca, Portugal, Islandia, Jordania, Organización Mundial del Turismo (OMT), Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), Aeropuerto Josep Tarradellas Barcelona-El Prat, Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas, Aerolínea Etihad, Delta Airlines, entre otros países y organismos.

viajar en el escenario actual, en especial el estricto cuidado que deben tener las personas vulnerables. El transporte aéreo ha aplicado importantes medidas para transportar pasajeros “Las aerolíneas están haciendo todo lo que pueden, como exigir el uso de mascarillas por parte de los pasajeros y la tripulación, mejorar los procedimientos de saneamiento y desinfección, y embarcar desde la parte posterior del avión hacia la parte delantera” (AARP, 2020).

Al momento de desplazarse, los visitantes han evitado las grandes concentraciones y han buscado las nuevas ofertas locales del turismo rural, en especial las propuestas que integren a la familia. “La estructura de viajes no ha cambiado y se mantiene consistente con respecto al comportamiento previo a la pandemia, pues el 53% de los viajeros sigue prefiriendo viajar junto a su familia” (Mintur, 2020b, p.41). La tendencia mundial actual es visitar parajes rurales de proximidad, en donde el componente natural es preponderante, aún más por la amplitud del espacio geográfico, al mismo tiempo que el visitante se ha sensibilizado de la situación actual de los emprendedores del turismo y tiene la necesidad de apoyar a la reactivación del turismo.

El turista, en su constante búsqueda de nuevas propuestas que alivien sus cargas emocionales, ha ido buscando modalidades turísticas alternativas, en las que además de nuevas experiencias buscan seguridad. Los destinos masivos se han ido debilitando, las grandes ciudades han sido abandonadas por el turista; por otro lado, las prácticas en los territorios que ofertan ecoturismo se han incrementado, pero es importante señalar que la elección de un destino está encaminada por la revisión de las estadísticas de contagio y facilidades que dan los países a los viajeros.

En concordancia con esa tendencia, La OMT declaró al año 2020 como el del turismo rural. Los anfitriones de las comunidades rurales se prepararon para recibir crecientes flujos de visitantes. Y, debido a las exigencias de los turistas, han diseñado nuevos productos con, además, un fuerte compromiso social que vaya articulándose pormenorizadamente en el diseño de nuevos productos turísticos que van respondiendo a un compromiso social muy fuerte.

En Colombia, por ejemplo, se planteó un escenario post Covid-19 en el que, para mantener el turismo rural, las estrategias den respuesta a las exigencias de los viajeros a la vez que garanticen la seguridad de la pobla-

ción local, los nuevos valores, necesidades y conocimiento e investigación turística (Castano, M. 12/11/2020).

El agroturismo es una importante modalidad que va tomando fuerza en varias regiones del mundo, las expectativas de los visitantes van delineando a este nicho de mercado, es necesario tomar en cuenta que el sector agropecuario siguió garantizando la alimentación de la población. “La contingencia sanitaria actual vino a reforzar el papel de la agricultura en la seguridad y soberanía alimentaria mundial” (De Jesús Contreras, 2020, p.1).

El tipo de investigación utilizada fue descriptiva, en cuanto buscó caracterizar las diversas aristas del fenómeno turístico bajo el impacto del Covid-19 en el país. Se utilizó una metodología mixta, cualitativa en cuanto se establecen infinidad de características del objeto de estudio, en base a investigaciones relacionadas y vinculadas con los autores. Por otro lado, lo cuantitativo se refleja en la interpretación de datos de encuestas a los GAD's, en lo referente a su visión sobre el turismo frente a la pandemia.

Los autores han estado muy activos investigando varios hechos vinculados al estado del turismo en el país desde marzo del 2020, por lo que este capítulo hace un análisis de contenido de varias de sus publicaciones y presentaciones, aportando a caracterizar elementos y ejes claves sobre la realidad del turismo en el escenario post Covid-19. Este análisis se alimentó de varios datos que fueron minuciosamente sistematizados para perfilar conceptos centrales que son base del debate académico en esta crisis.

Se evidenció una gran participación de los GAD's en este estudio, al aportar datos importantes que permitieron un acercamiento pragmático a las necesidades que deberán enfrentar en el período de reactivación turística e, inclusive, varios años por venir, ya que la fuerza del impacto ha fracturado el tejido empresarial turístico a nivel nacional. Finalmente, instituciones, redes, foros y académicos han producido vasto material, que también ha sido consultado y sistematizado a la luz de obtener una amplia interpretación bajo la incertidumbre de lo que está por venir en el futuro inmediato.

Visión de reactivación del turismo en los territorios

Los gobiernos autónomos descentralizados (GAD's) se han visto involucrados directamente en tres instancias de esta crisis. En primer lugar, el observar y estudiar el impacto que se dio en sus territorios a partir del Covid-19. En segundo lugar, tratar de investigar cuales son los visos de reactivación y los principales retos. Y finalmente, en tercer lugar, el acompañar a las empresas turísticas con asistencia y ayudas específicas para enfrentar el 2021 como el año de una posible reactivación parcial del sistema productivo del turismo.

La Asociación de Municipalidades Ecuatorianas y la Fundación Turismo Cuenca, con el apoyo del Grupo de Investigación sobre el Observatorio Turístico de la Zona 2, de la Carrera de Turismo de la Universidad Central del Ecuador (UCE), realizaron una encuesta a nivel nacional sobre un universo de 152 encuestados, buscando detectar las percepciones de posibilidad de recuperación, para el segundo semestre del año 2020, en los GAD's.

Los resultados se observan en la Tabla 1.

Tabla 1
Percepción de posibilidades de recuperación

	Alojamiento	A&B	Trans. Tur.	AAVV	Entreten.	Tur. Com.
Pésimo	10,81%	0,00%	13,01%	19,42%	17,39%	17,54%
Bajo	47,30%	29,66%	56,91%	55,34%	44,93%	50,00%
Medio	35,14%	48,97%	27,64%	22,33%	26,81%	26,32%
Bueno	6,76%	21,38%	2,44%	2,91%	10,87%	6,14%
Excelente	0,00%	1,38%	0,81%	0,00%	0,00%	0,88%

Fuente: Cabanilla & Lastra-Bravo, 2020:2

A excepción del sector de alimentos y bebidas, la perspectiva de los otros servicios turísticos fue considerada siempre negativamente. El único sector, al que ya se avizoraba cierta recuperación, fue el de alimentos y bebidas que, efectivamente en base a un cambio en su modo de servicio (adapta-

ron la entrega a domicilio), mayormente lograron cierta reactivación. Sin embargo, según los datos catastrales del Ministerio de Turismo, comparando los datos de enero del 2020 y enero del 2021, fue también el sector de mayor cantidad de empresas que cerraron y que han dado de baja (ver tabla 2).

Tabla 2
Comparación del número de empresas turísticas en el Ecuador 2020-2021

Año	2020	2021	Var.
Alimentos y bebidas	14747	11659	-20,94
Alojamiento	4205	4326	2,88
Centro de turismo comunitario	38	39	2,63
Intermediación	374	353	-5,61
Operación e intermediación turística	2308	2323	0,65
Parques de atracciones estables	239	233	-2,51
Transporte turístico	582	557	-4,30
Total general	22493	19490	-13,35

Fuente: Cabanilla & Lastra-Bravo, 2020:2

La proyección de los GAD's no es tan alentadora, pues reconocen la fuerza del impacto y han sido cautos en avizorar un escenario de estabilidad. Para el primer semestre del 2021 su proyección mejora, pero no sale de un abultado porcentaje en la parte media, zona que además refleja la incertidumbre que existe para suponer que, de enero a junio del 2021, los servicios turísticos lograrán estabilidad en su operación, tal como se observa en la Tabla 3.

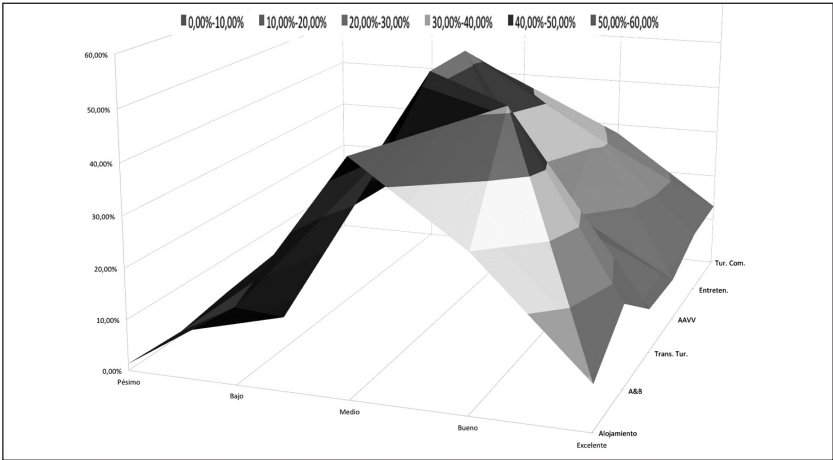
Tabla 3
Percepción de los GAD respecto a la recuperación del sector turístico

	Alojamiento	A&B	Trans. Tur.	AAVV	Entreten.	Tur. Com.
Pésimo	2,70%	0,71%	7,44%	7,84%	5,93%	6,25%
Bajo	34,46%	19,29%	35,54%	35,29%	31,85%	34,82%
Medio	39,19%	39,29%	41,32%	44,12%	41,48%	40,18%
Bueno	22,97%	40,71%	15,70%	12,75%	20,74%	18,75%
Excelente	0,68%	5,71%	2,48%	0,98%	3,70%	1,79%

Fuente: Cabanilla & Lastra-Bravo, 2020:3

Para el segundo semestre del 2021, si bien se estima una mejoría, tal como se observa en la siguiente figura, los diferentes sectores no tienen aún una estimación positiva. Alojamiento, alimentos y bebidas, transporte turístico y centros de turismo comunitario son quienes, a criterio de los encuestados tendrán mejores indicadores de ocupación, en claro contraste con agencias de viaje y lugares de entretenimiento que se mantendrán aún en una zona media y negativa.

Figura 2
Escenario julio-diciembre 2021 empresas turísticas



Fuente: Cabanilla & Lastra-Bravo, 2020

Sobre la proyección, los GAD's son cautos y tal como se observa en la Tabla 4, hay un alto porcentaje de ellos que piensan que recién en el primer semestre del año 2022, el 85,52% de los servicios turísticos del país podrían estar en plena operatividad. Esta fecha es muy similar a cuando se estima que en Ecuador se haya logrado un número de vacunas suficiente para una inmunización efectiva.

Tabla 4
Temporada en la que piensa se recuperará el turismo en el GAD

Año/trim	Temporada en la que piensa se recuperará el turismo en el gad	Semestre
2020	14,47%	
Trim.2	1,97%	1,97%
Trim.3	5,92%	12,50%
Trim.4	6,58%	
2021	49,34%	
Trim.1	15,13%	27,63%
Trim.2	12,50%	
Trim.3	15,13%	21,71%
Trim.4	6,58%	
2022	34,21%	
Trim.1	21,71%	31,58%
Trim.2	9,87%	
Trim.3	1,97%	2,63%
Trim.4	0,66%	
2023	1,97%	
Trim.2	1,97%	1,97%

Fuente: Cabanilla & Lastra-Bravo, 2020:4

Por otro lado, los GAD's manifestaron que los principales problemas que enfrentan actualmente en orden de importancias son:

Tabla 5
Problemas que enfrentan los GAD's

Prioridad	Problema
1	Acceso a crédito y financiamiento para las empresas turísticas
1	Adaptación de los atractivos turísticos para posibles visitantes
2	Acceso a información de la situación del turismo en el GAD
2	Trabajo con gremios, universidades y otros actores locales del sector
3	Promoción turística del GAD
3	Eliminación de impuestos municipales para el sector
4	Cursos de capacitación para profesionales del sector
4	Trabajo con el Ministerio de Turismo

Fuente: Cabanilla & Lastra-Bravo, 2020:4

Lamentablemente, hasta el final del año 2020, no se observaron acciones que minimicen, efectivamente, esta problemática territorial, por lo que el 2021 tiene varios retos para sostener al sector. Los GAD's sienten la presión de los emprendimientos en su territorio, ya que como actores locales buscan líneas de ayuda que les permita atravesar la crisis.

Los GAD's han identificado que su principal reto es enfrentar la reactivación del sector. Para ello, algunos están dando los primeros pasos para hacer realidad la idea de juntarse en torno a una mancomunidad o consorcio que se define jurídicamente como “entidades de derecho público con personalidad jurídica; regido por Constitución y el Código por la Constitución de la República, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización y lo determinado en el convenio de creación; así como en los estatutos o reglamentos que estos dicten para su funcionamiento” (Reglamento conformación y funcionamiento mancomunidades de los GADS, 2018, Art. 1). Así como también, en lo estableci-

do en los estatutos o reglamentos que estos dicten para su funcionamiento. Esta figura jurídica tiene como fines (Art. 4):

- 1. Promover el desarrollo local sostenible, la participación ciudadana y el mejoramiento de la calidad de los servicios públicos ofertados a los ciudadanos.*
- 2. Ejecutar acciones y proyectos conjuntos entre los GAD miembros que involucren participación financiera y mayor capacidad técnica.*
- 3. Mejorar su capacidad de generación de recursos propios en virtud de la prestación eficiente de los servicios.*
- 4. Optimizar recursos y procesos a través de la integración de los GAD para la gestión de una competencia.*
- 5. Elaborar, gestionar, promover e implementar proyectos ante entidades nacionales o internacionales, a fin de gestionar recursos financieros, técnicos y humanos para consolidar el desarrollo económico y productivo del territorio mancomunado, en concordancia con la normativa legal vigente.*
- 6. Procurar mejores niveles de eficiencia y eficacia en el ejercicio de las competencias propias de cada nivel de gobierno, contribuyendo con los procesos de integración, prestación complementaria de servicios y desarrollo territorial.*

En base a la consulta realizada, el 63,16% de los GAD's afirmaron que es importante mancomunar esfuerzos o unirse en consorcios. Los principales retos que identificaron como temas que pueden ser los objetivos de estas asociaciones son:

- **Diseño de productos:** una ronda de propuestas se generó alrededor de la idea de metas para el diseño de productos turísticos mancomunados o en consorcio, entre ellas destaca: puesta en valor del uso turístico al patrimonio natural y cultural, mejora de infraestructura que garantice la seguridad de la visitación turística, visibilización de lugares potenciales y adecuación de nuevos espacios, innovación de los productos a ofertar, creación de rutas y circuitos, manejo de lugares inclusivos como criterio de los sitios turísticos, entre otras.
- **Mercadeo:** un siguiente grupo de objetivos posibles de las mancomunidades se relacionaron con temas de mercadeo. Lo más destacado fue la

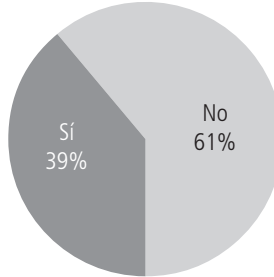
necesidad de planes y programas de promoción turística, seguido por estrategias de comercialización para los territorios, creación y recuperación de flujos turísticos, nuevos nichos y búsqueda de nuevos mercados.

- **Gestión del destino.** Un tercer concepto se resumió a partir de ideas sobre lo que se entiende como gestión de destinos. En este apartado se sintetizaron los criterios en torno a sellos de certificación de calidad de los servicios turísticos en los territorios, normativa y ordenanzas para regulación del buen funcionamiento de las empresas, protocolos de bioseguridad para la crisis Covid-19 (tanto en atractivos como en las empresas), gestión para la mejora de la infraestructura básica de apoyo a la inversión en turismo (salud, seguridad, servicios básicos, etc.), planes de desarrollo sectoriales, planes estratégicos, entre otros.
- **Capacitación y estudios sectoriales.** En este grupo se sintetizaron ideas relacionadas con las necesidades de programas de capacitación para todos los actores turísticos, estudios enfocados a los territorios, desarrollo de habilidades y competencias en el talento humano que trabaja en el sector, entre las principales.
- **Crédito y financiamiento.** Finalmente, en este apartado se unificaron los conceptos relevantes y pertinentes a contar con líneas de crédito para el desarrollo de planes y programas, fortalecimiento y asistencia a las empresas del sector y ayudas económicas para los GAD's en temas relacionados con el turismo.

La evolución de la crisis turística del año 2020 fue un hecho sin precedentes. Esta nueva realidad impulsó a los GAD's a tomar medidas de acción y de apoyo a los emprendimientos locales. Para medir esta respuesta, junto con la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, se llevó a cabo otro estudio, en el cual se indagó en 221 cantones sobre la implementación o no de mecanismos de asistencia a su sector turístico.

Los principales datos obtenidos fueron que tan solo 4 de cada 10 habían determinado, en el 2020, un mecanismo de ayuda al sector. Ver Gráfico 3.

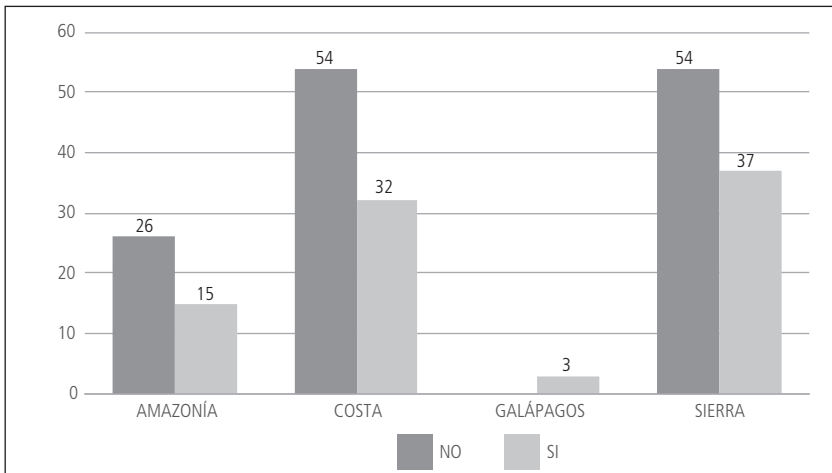
Gráfico 3
Porcentaje de cantones que implementaron un incentivo de reactivación a las empresas turísticas del país.



Fuente: elaboración propia

Mientras que en Galápagos, provincia que depende en gran medida del turismo, todos los GAD's aprobaron acciones de rescate, en el resto de los 4 mundos (costa, sierra, amazonia) la respuesta fue muy diferente.

Gráfico 4
Porcentaje de cantones que implementaron un incentivo de reactivación a las empresas turísticas del país, según los 4 mundos de Ministerio de Turismo.



Fuente: elaboración propia

Además, se advierte, si se cruzan el catastro turístico con los territorios, que tan solo 20 cantones de los 221, congreguen más del 75% de los servicios turísticos. Se hubiera esperado que al menos estos hubiesen tenido medidas de apoyo al sector, pero como se observa en la siguiente matriz esto no sucedió.

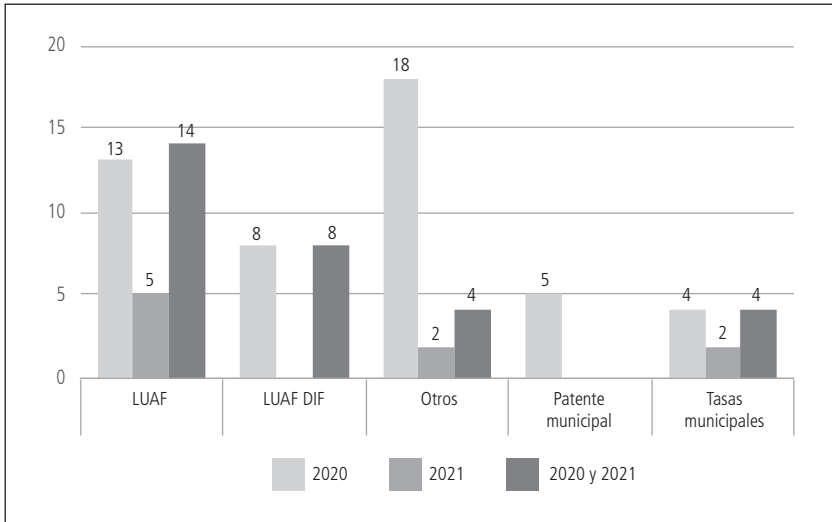
Tabla 6
Prestadores de servicios turísticos por cantón.

Cantón	Provincia	Total prestadores de servicio	Incentivos
Quito	Pichincha	4843	No
Guayaquil	Guayas	4017	Si
Cuenca	Azuay	1438	Si
Manta	Manabí	624	No
Ambato	Tungurahua	579	Si
Baños de Agua Santa	Tungurahua	461	Si
Santa Cruz	Galápagos	459	Si
Riobamba	Chimborazo	453	Si
Rumiñahui	Pichincha	396	No
Machala	El Oro	394	No
Santa Elena	Santa Elena	380	Si
Loja	Loja	377	Si
Salinas	Santa Elena	370	No
Portoviejo	Manabí	335	No
Samborondón	Guayas	328	Si
Santo Domingo de los Colorados	Santo Domingo de los Tsáchilas	318	Si
Ibarra	Imbabura	311	Si
Tena	Napo	257	Si
San Cristóbal	Galápagos	243	Si
Latacunga	Cotopaxi	232	Si

Fuente: elaboración propia

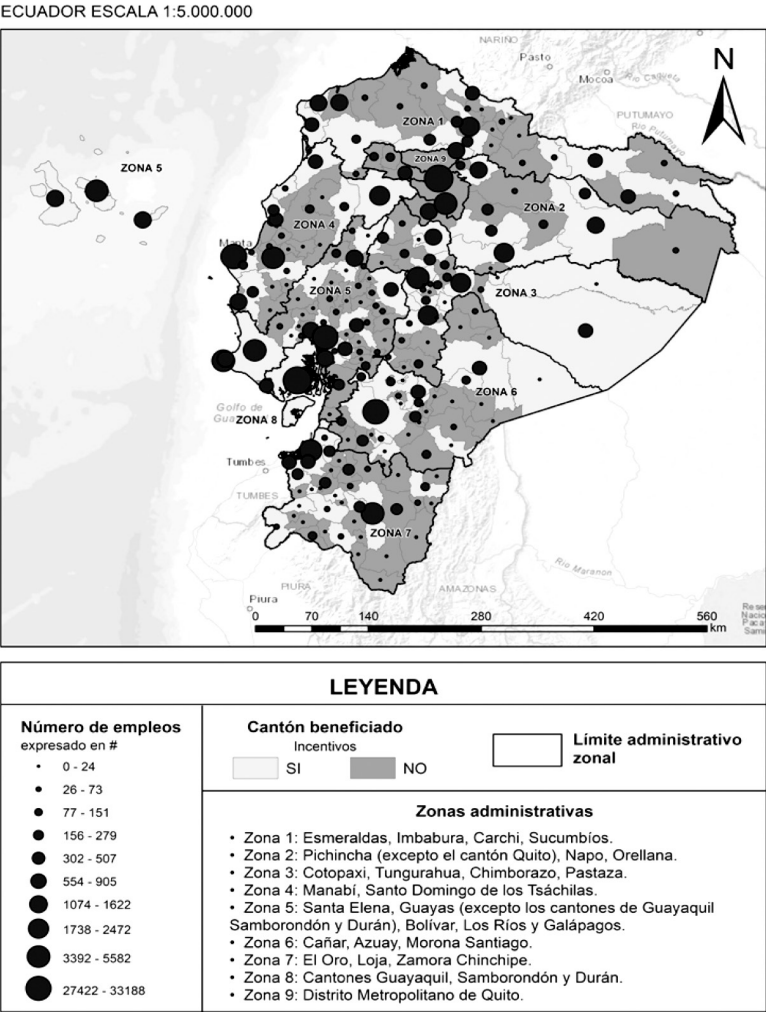
Sin embargo, tomando en cuenta un análisis global del catastro y los cantones del país, el 59% de las empresas turísticas gozan actualmente de algún beneficio. Estos han sido desde reducción cobro Licencia Única de Funcionamiento o diferimiento de su cobro, exoneración de tasas municipales, exoneración cobro patente u otros como el apoyo en programas de promoción y capacitación. Lastimosamente, tal como se observa en la cartografía a continuación, muchas empresas y empleos turísticos quedan sin soporte alguno, por lo que la situación es extremadamente delicada y exige nuevas resoluciones territoriales para la reactivación sectorial.

Gráfico 5
Tipo y total de cantones con incentivos por años de aplicación.



Fuente: elaboración propia

Figura 3
Incentivos a empresas turísticas y concentración de empleos



Fuente: Garrido, C., Cabanilla, E., Molina, E. y Villagrán, P. , 2021

Los nuevos perfiles y necesidades del turista a nivel mundial

Sin duda alguna, el mundo se dividió en dos momentos al inicio de la tercera década del siglo veintiuno, antes y después del Covid-19. Millones de personas confinadas, la economía global en crisis y la paralización del turismo a escala global, dando a entrever que el turismo sí tenía límites.

La OMT celebró el noveno año consecutivo de crecimiento sostenido de turistas alrededor del mundo, reflejado en los 1.462 millones de turistas que viajaron alrededor del mundo en el año 2019 (UNWTO World Tourism Barometer, 2020). Con esta tendencia sostenida se esperaba que ese crecimiento se mantuviera sin límites. Sin embargo, este hecho trajo consigo elementos negativos e impactos por demás notorios, ¿se puede imaginar un mundo sin turistas? Este paradigma se convirtió en una realidad durante gran parte del año 2020, y al parecer esta continuará durante el 2021 y probablemente hasta 2022, pues cada región del mundo se reactivará de forma distinta.

Pero ¿cuáles eran las tendencias de viaje de los turistas antes de la pandemia? Para Beltrán-Bueno y Parra-Meroño (2017), el turismo en la actualidad se fundamenta en cuatro elementos claves: un entorno competitivo y global, un elevado y especializado nivel tecnológico, clientes cada vez más sofisticados y (en el caso de España) una crisis económica con rentabilidad y beneficios mínimos. Los cada vez mayores flujos turísticos han traído consigo, a nivel global, destinos cada vez más saturados, o al menos en algunas regiones del mundo frente a otras con desplazamientos más limitados. Así mismo, estos nuevos flujos de turistas con un mayor acceso tecnológico, pero con menor conciencia ambiental y social, han recorrido cada rincón del mundo en su frenesí por viajar, y el aumento en número de los viajeros ha generado una competencia intensa entre los empresarios del sector, con la consiguiente “guerra de precios” que ha provocado baja en la calidad de los servicios y una creciente disminución de la satisfacción de los turistas. (Ocaña Zambrano y Osejo Angulo, 2018).

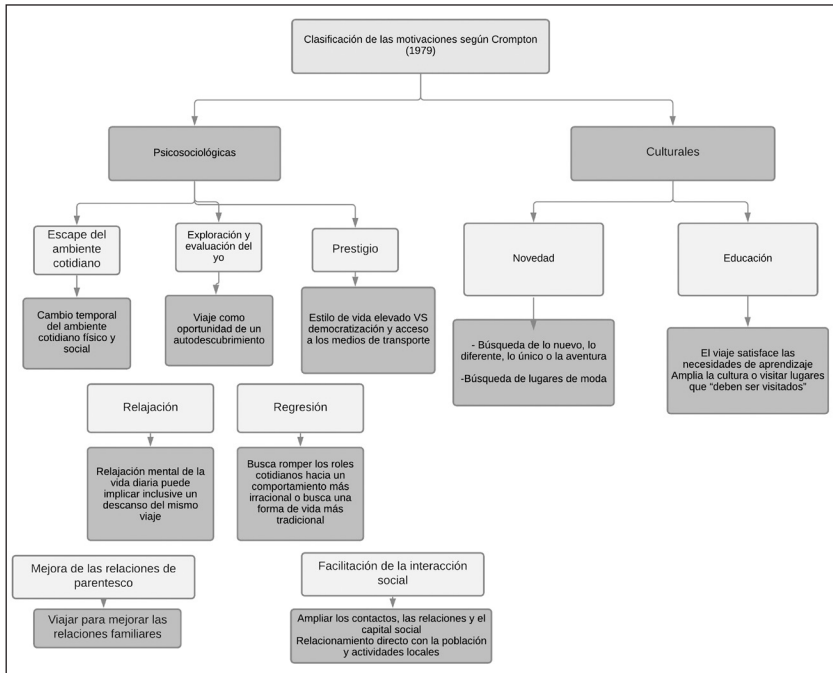
Sin embargo, el crecimiento desmedido y descontrolado de la actividad ha traído consigo la “Turistificación”, entendida como la masificación del turismo en las dinámicas económicas y sociales en determinados luga-

res que, por su historia, tradición o moda, tienden a concentrar la mayor cantidad de oferta de servicios, actividades económicas y culturales destinadas a los turistas en detrimento de la población local (Guerra Luzuriaga, 2020). Tal es el impacto de este fenómeno, que los Centros Históricos de las principales ciudades del mundo se han transformado en virtud de las necesidades de los turistas, esto no ha sido extraño para el caso de América Latina y de manera particular para Quito, primer Patrimonio Cultural de la Humanidad e identificado con el Centro Histórico (CHQ) más grande y mejor conservado de América, y es precisamente por ello que su recuperación y conservación estuvo vinculada de forma directa con la dinamización económica basada en el turismo. Las transformaciones que ha sufrido el CHQ en los últimos años han priorizado siempre a la actividad turística por sobre las actividades económicas y forma de vida de la población local (Oviedo Costales et al., 2020).

El punto clave para esos millones de desplazamientos se encuentra en las motivaciones de viaje, las cuales resultan complejas de descifrar, pues depende enteramente de los intereses individuales y colectivos de los viajeros. Uno de los mecanismos para comprender está basada en el modelo de Crompton (1979), y se deriva de dos elementos: por motivos o variables internas, o por factores externos. Para el primer caso se ubican las motivaciones como el “escape, descanso, relajarse, aventura o interacción social”, mientras que los elementos externos dependen de forma directa del destino, como “atractivos del lugar, infraestructuras recreativas o escenarios culturales y naturales” (Devesa et al., citado en Beltrán-Bueno y Parra-Meroño, 2017, p. 45).

Las motivaciones propuestas por Crompton (1979), se pueden agrupar en psicosociológicas y culturales, como se muestra en el siguiente gráfico (6):

Gráfico 6
Clasificación de motivaciones según Crompton



Adaptado de: Clasificación de las motivaciones según Crompton (1979)
citado en Beltrán-Bueno y Parra-Meroño, 2017, pp. 45 - 46.

A partir de las motivaciones ya mencionadas, se pueden identificar los tipos de turistas y sus posibles tendencias de viaje las que, a su vez, se dividen en dos grandes grupos: “los viajeros de corta duración o *short breakers* y los de larga duración o *long breakers*” (Moll de Alba et al., 2017, p. 344), es decir, en virtud de la temporalidad y estancia de permanencia en un destino, y que varían según el tipo de destino analizado. Para el caso de Latinoamérica y de manera particular en el país, estos estudios han sido por demás limitados.

Sin embargo, podría referirse a los viajeros de corta duración o *short breaker* como aquellos que permanecen 4 días o menos en un destino y dependen de sus motivaciones aquellas intrínsecas de cada persona; y aquellas externas, las que pueden incluir elementos intangibles como: el

entretenimiento nocturno, actividades al aire libre, cultura diferente, naturaleza, excursiones guiadas, entre otras; y el nivel de satisfacción, identificado como el resultado de la comparación de las expectativas previas del viaje con las experiencias vividas durante y después el viaje; la imagen del destino, integrada por el nivel de conocimiento previo del destino y las sensaciones que este despierta en el viajero; y finalmente, la posibilidad de repetitividad, que relaciona las percepciones previas al viaje y la probabilidad de volver, en la que los elementos post-venta del destino son claves (Moll de Alba et al., 2017).

Ahora bien, estos elementos son valorados casi de forma inmediata por parte del turista, por medio del acceso que los viajeros tienen a los múltiples destinos. Los mecanismos de búsqueda especializada, el uso de redes sociales y la publicidad selectiva, así como la tendencia creciente de *influencers*, han provocado que las motivaciones, tendencias y destinos se acerquen cada vez más. Visitar el destino de moda, buscar lugares inexplorados, hacer un *check list* de los “lugares a los que debes viajar antes de morir”, “postear” el lugar que visité en mis vacaciones o simplemente formar parte de una tendencia, son de los principales intereses de los viajeros actuales, particularmente de los *millennials* y *centennials*. Sin embargo, este segmento, que comprende a la población principalmente joven que viaja sola o en grupos pequeños, tiene una estancia corta en los destinos, y su nivel de consumo es bajo; prefieren alojamientos más baratos o compartidos en donde el *couchsurfing* (espacios de alojamiento compartido que pueden o no ser gratuitos) o el uso de aplicaciones como Airbnb, es muy común, principalmente para abaratar costos o visitar sitios poco convencionales y estar más cerca de la población local.

Otro segmento creciente de viajeros son los profesionales y parejas jóvenes sin hijos, que buscan un viaje más placentero y vivencial, con un gasto y una temporalidad mayor en los destinos. Este segmento es más exigente, usa la tecnología, pero también busca asesoramiento de viajes, selecciona el destino por intereses personales y sus motivaciones están del lado de explorar y aprender, degustar y, sobre todo, evitar los espacios masivos o saturados, pero a su vez busca también destinos tradicionales con espacios poco explorados. A este grupo se sumaría el de viajeros de

negocios con estancias cortas pero mayor nivel de gasto en alojamiento y alimentación, principalmente por el rango de edad que es lo que seguramente determina sus prioridades, como ciudades y centros de negocios que, por su parte, tengan una oferta diversa de comida y entretenimiento, así como una variada oferta para exploraciones cortas, en donde se pueda apreciar la cultura local.

Los grupos familiares y los que viajan en programas organizados con sistema todo incluido, son otro segmento de crecimiento en el periodo pre-pandemia: los cruceros, o tours que integran múltiples destinos, son quizá uno de los mayores grupos de viajeros que recorren el mundo y en los que mayor número de empresas interviene en la cadena de valor. Los destinos tradicionales, junto a una gran expectativa previa de viaje son sus principales motivaciones a la hora de seleccionar su lugar de viaje, los espacios para exploración o la posibilidad de visitar sitios alternativos no forman parte de sus intereses en una primera instancia, también pueden ubicarse aquí los cazadores de promociones, que priorizan el costo del billete aéreo o el precio del hotel. En este segmento también podrían ubicarse los adultos mayores que, si bien suelen tener mayor experiencia de viaje, prefieren los programas en donde puedan conocer e intercambiar con otros viajeros, siendo la comodidad y la seguridad sus principales preocupaciones.

Por otro lado, existen segmentos altamente especializados, con intereses específicos y exigencias mucho mayores, que buscan solventar sus intereses personales por sobre todas las cosas. Los amantes de la naturaleza, avituristas, ecoturistas, amantes de la aventura, apasionados por el arte y la cultura, el lujo y la exclusividad, entre otros, buscan ese trato personalizado y, sobre todo, explorar entre lo exótico y lo bizarro, pero también, se relacionan con las causas sociales y mantienen un trato más directo con la cultura y población local. Los destinos emergentes, como es el Ecuador, tienen una gran oportunidad en este tipo de segmentos, pues al no tener grandes flujos de turistas, y al contar con una naturaleza y diversidad exuberante, está más cerca de un destino exótico que de uno de lujo. Galápagos es la joya de la corona y, anclado a este destino de naturaleza reconocido mundialmente, debería desarrollarse la nueva oferta turística del país.

Los nuevos perfiles y necesidades del turismo a nivel Ecuador

Con las actividades turísticas mundiales paralizados casi en su totalidad, ¿cómo serán los nuevos viajeros post Covid-19? Al inicio de la pandemia muchos fueron los espacios académicos o sociales que vislumbraban al “nuevo turista” como un viajero ideal, casi celestial, respetuoso de la naturaleza, de los espacios culturales, altamente exigente y severamente consciente de su entorno y del impacto que su visita puede generar en los destinos receptores, con una visión social y empática, resultado de los meses de confinamiento y que busca, por medio del turismo, generar mayores encadenamientos y mejores condiciones de vida para la población local, respetando a las personas que le brindan, con su trabajo, las comodidades necesarias para disfrutar al máximo su viaje. Pero para ello, el contar con bioseguridad y, por ende, el contar con destinos bio seguros era clave, se pensó que la decisión de viaje ahora dependería mucho de cuan seguro fuera el destino.

Con el pasar del tiempo, y luego de un año del inicio de la pandemia, estas ideas del turista post-Covid, han ido aterrizando a una realidad quizá algo más humana y bastante desalentadora, al menos en una primera instancia. Los destinos tradicionales siguen vacíos y al parecer se mantendrán así mientras la tan ansiada vacuna no llegue a la mayoría de la población; solo cuando el 70% de la población esté vacunada el turismo volverá a ser ese factor clave de bienestar y desarrollo (Montenegro Fortique, 2021). Mientras eso suceda, lo que nos ha traído la flexibilización del confinamiento ha sido una oleada de viajes a espacios rurales, naturales y de sol y playa, con una falsa percepción de que en estos lugares, el “virus no llega”, por lo cual, el distanciamiento social, las medidas de bioseguridad individuales y colectivas al parecer se quedaron en las ciudades, desbordando la capacidad de acogida de estos espacios o superando los aforos propuestos por las entidades de control, dejando como resultado no solo ingresos económicos frescos, sino más bien: desechos infecciosos (mascarillas, guantes, protectores faciales, etc.) y fundamentalmente, nuevos casos de contagio en zonas donde la cobertura sanitaria es por demás deficitaria y que fácilmente se ha visto desbordada.

Pero, pensado en un mediano plazo y en un escenario post pandemia con una posibilidad real de vacunación masiva y un creciente interés por parte de los viajeros a regresar a los destinos alternativos, los turistas post Covid si serán mucho más exigentes, en donde a la comodidad y la calidad de los servicios se sumarán elementos de salud y bioseguridad, distanciamiento social o sensación de libertad serán claves (Gómez Bobillo, 2021). Para el portal *Business Insider*, las tendencias principales de los viajeros post Covid serían:

- Los viajes de última hora, con mayor flexibilidad de itinerarios y pasando al plano de los *long breakers* ubicándose entre 6 a 15 días de viaje, pero motivados principalmente por las promociones en los destinos, en donde los factores de atractividad, diversidad de actividades y fundamentalmente el precio serán cruciales, esto bien podría salvar la temporada de verano en 2021 y dinamizar los viajes de cierre de año, pero para ello mejores políticas de cancelación son clave.
- Seguridad, además de las políticas de viaje en origen y destino, los “pasaportes Covid” y las medidas de bioseguridad en origen y destino, los espacios abiertos, el distanciamiento y la visibilizar los protocolos de higiene, son cruciales a la hora de decidir por uno u otro destino, en ello la imagen que presente el destino es clave, pues ahora el viajero tomará mucho más tiempo en verificar las medidas y protocolos de seguridad en los establecimientos y destinos, una mala reseña o una noticia negativa afectará gravemente en la decisión de viaje.
- Viajes de proximidad, esta tendencia creció en los últimos años como un escape de fin de semana o como exploraciones de un día, esta ha sido la tónica durante la etapa de flexibilización, los destinos cercanos y de naturaleza son la elección, los alojamientos rurales, o las visitas a casas de campo, han dado una alternativa de escape al confinamiento, sin embargo, hay que reconocer que no todos los destinos próximos principalmente rurales están preparados para recibir una creciente carga de viajeros de fin de semana, y es ahí en donde, los actores y los gobiernos locales deben actuar, para prepararse para estos flujos de vi-

sitantes, que en algunos casos ya muestran indicios de saturación, con los consiguientes riesgos a la población local.

- Sostenibilidad, si bien se ve aún como un mito algo lejano, el confinamiento si ha generado un mayor nivel de conciencia ambiental, y en el segmento de viajeros familiar y de grupos pequeños, esta tendencia podría ayudar en la elección del destino de viaje, del otro lado, los establecimientos que se ubican en espacios rurales y naturales, por su misma dinámica buscando en la sostenibilidad su valor diferenciador, con lo cual el viajero también deberá educarse hacia la sostenibilidad, regresar a la ruralidad y a una vida más tranquila también es parte del paradigma del nuevo turista.
- Digitalización, los riesgos de contagio y la posibilidad de eliminar el pago manual, así como evitar al máximo el contacto físico han obligado a los establecimientos a implementar mecanismos de pago digital, pero más allá de ello, el facilitar el acceso a información de lugares, establecimientos y destinos es clave, lo que el viajero no encuentre en la web simplemente no existe, las brechas digitales en América Latina han pasado factura durante la pandemia, pero también es verdad, que en este último año, se han dado pasos agigantados respecto a digitalización y acceso a información en tiempo real, la posibilidad de reservar, interactuar y solventar dudas es crucial a la hora de escoger el próximo destino de viaje (Gómez Bobillo, 2021).

Si bien la incertidumbre de cuándo se normalicen los viajes, o cómo enfrentar a las nuevas exigencias post pandemia, son aún inciertas, pero si algo podemos aseverar es que la personalización del servicio, la generación de experiencias, la calidad y el lujo, son tendencias que han venido para quedarse y que los destinos deben adaptarse a esta realidad, en la cual la seguridad y el acceso a la información, serán las responsables de decisión final de viaje.

¿Pero estos elementos cambiarán la forma de viajar en el futuro?, en parte sí y en parte no, pues los viajes de negocios no se han detenido, si bien ahora el *networking* ha cobrado muchísima fuerza, las reuniones, los

acuerdos y sobre todo los viajes de familiarización continuarán con limitaciones y adaptaciones. Así mismo, los viajes escolares también volverán, pues las alternativas de aprender haciendo o el visitar espacios naturales y culturales como lugares de aprendizaje van a continuar, y serán aún más necesarios luego de un periodo de confinamiento extremo, pero claro, primero será necesario volver a las aulas y a un reencuentro, tan necesario actualmente. Pero sin duda, el segmento que mayor relevancia ha cobrado durante la pandemia fue el de los viajes familiares; los desplazamientos cortos, las excursiones de fin de semana o las aventuras de un día han sido realizadas principalmente por grupos familiares, siendo este segmento el que ha mantenido a los pequeños negocios turísticos, por lo que seguirá siendo clave en la etapa post pandemia (Hosteltur, 2021).

Frente a estos escenarios la intervención de los gobiernos locales es clave, no solo para mejorar infraestructura, facilidades y brindar información de sus territorios sino también para garantizar la seguridad del turista, en donde el fortalecimiento de los protocolos de bioseguridad, especialmente en los establecimientos turísticos, es crucial, para ello la capacitación a los prestadores de servicios es el punto de partida, articular mecanismos de monitoreo y valoración de la satisfacción del visitante, y claro, también es necesario “educar” al turista, o más bien, darles pautas de seguridad, para que la experiencia de visita vaya de la mano del cumplimiento de las normas y elementos de convivencia en el destino.

Conclusiones

El Covid-19 puso al descubierto las más profundas debilidades del turismo ecuatoriano y mundial en todos sus sectores: alimentación, hospedaje, operación e intermediación y transporte. Si hablamos del sector privado, en el caso ecuatoriano, durante casi cincuenta años le apostó a los mercados extranjeros como su principal fuente de ingresos, a los que destinó millones de dólares en promoción y difusión. Lastimosamente, olvidó quizás el principal mercado que tiene el país, el cual además le genera más ingresos al año que todos los extranjeros: el turismo interno.

Así mismo, el ente regulador dejó ver su escasa preparación para este tipo de problemática, pero sobre todo su nula capacidad de reacción frente a un sector privado que terminó hundiéndose en un sinnúmero de quiebras, perdiendo más de cien mil empleos directos y sin que nadie gestione créditos blandos o no reembolsables para este sector.

La crisis de la actividad turística en el Ecuador fue ahondada por la llegada de la pandemia del Covid-19 del año 2020. Los flujos turísticos internacionales fueron muy limitados, razón suficiente para que los prestadores de servicios y autoridades nacionales busquen en el turismo interno el apoyo a la dinamización de la economía local; sin embargo, las restricciones, la incertidumbre y el temor de la población por la pandemia, hacen que la reactivación turística sea lenta y lejana. El escenario de visita a la ruralidad aumentó, siendo así que, el turismo interno de proximidad tomó un importante protagonismo. Lamentablemente el cierre de establecimientos turísticos en los espacios urbanos y rurales fue notorio y devastador. En la actualidad, los emprendimientos que lograron soportar el escenario más complicado de Covid-19, se ven aún limitados por el tema de restricciones; además, de no deslumbrar las mejores condiciones para enrolarse con normalidad en el mercado turístico nacional.

Los territorios tienen una noción más ajustada de la magnitud del problema y revelan, al mismo tiempo, las dificultades que tienen que afrontar casi de forma autónoma. Están en un punto medio entre la necesidad de ayudar a sostener el sistema turístico local para su reactivación y la dificultad de atender las necesidades de los actores locales. Se evidencia una excesiva dependencia de un modelo centralizado, que ofrece pocas o nulas capacidades de apoyo a PYMES turísticas. Por otro lado, los departamentos encargados de turismo tienen mucha apertura a la conformación de consorcios o mancomunidades turísticas, pero los temas políticos locales y regionales son barreras que en algunos casos son un limitante de peso. Finalmente, algunos municipios tomaron medidas de apoyo locales a las empresas turísticas, esto es un paliativo en cierta forma, pero insuficiente ante la magnitud del problema.

La tendencia de un turismo creciente, próspero, sin límites y con la generación de impactos cada vez más notorios a nivel global ha sido la-

tente, durante varios años se discutió sobre ordenar al turismo, y claro ponerle límites, pero esto solo fue posible con la pandemia del Covid-19. A partir de allí, es posible pensar en una nueva forma para el desarrollo de esta actividad; con la que efectos de la turistificación sean limitados, y el nuevo turista respetuoso de la diversidad y actúe en forma sostenible con la población local; pero para ello es necesario educar a ese nuevo turista, así como también es necesario adecuar los destinos y los establecimientos turísticos a un escenario en el que la calidad, la seguridad, una adecuada imagen y una relación de cercanía sean la base de cara a una reactivación, donde el turista nacional es clave. Viajes cortos, hacia zonas rurales y naturales, en grupos familiares, con decisiones de último minuto y en donde la bioseguridad y el distanciamiento serán la tónica en las primeras fases de reactivación turística. Esto a su vez, será un escenario propicio de aprendizaje y adaptación respecto a la reactivación del turismo internacional, que seguirá en espera mientras la vacuna sea una realidad para la gran mayoría de la población a nivel mundial.

Bibliografía

- AARP. Org (12/01/ 2021). “Los viajes y el coronavirus: lo que debes saber”. Disponible en: <https://www.aarp.org/espanol/turismo/consejos-para-viajar/info-2020/cancelar-las-vacaciones-viaje-por-el-coronavirus.html> (visitada 15/01/2021)
- Beltrán-Bueno, M. Á., y Parra-Meroño, M. C. (2017). “Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar”. En: *Cuadernos de Turismo*, N° 39: 41-65. Disponible en: <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290391> (visitada 19/02/2021)
- Gómez Bobillo, A. (2021). “Los turistas pos-COVID serán aún más exigentes: Estas serán las tendencias estrella en 2021, según los principales directivos del sector.” *Business Insider*, enero 25. Disponible en: <https://www.businessinsider.es/cual-sera-tendencia-estrella-turismo-2021-796457> (visitada 25/02/2021)

- Castano, M. (2020). “El turismo rural se fortalece a pesar de la pandemia”. *El Espectador*, noviembre 12. Disponible en: <https://www.elespectador.com/noticias/mundo-destinos/el-turismo-rural-no-se-doblega-ante-la-pandemia> (visitada 10/01/2021).
- De Jesús Contreras. (2020). “Turismo rural: una oportunidad para fortalecer la agricultura ante la crisis ocasionada por el Covid-19. *IICA*. Disponible en: <https://blog.iica.int/blog/turismo-rural-una-oportunidad-para-fortalecer-agricultura-ante-crisis-ocasionada-por-covid-19> (visitada 15/01/2021).
- Garrido, C., Cabanilla, E., Molina, E. y Villagrán, P. (2021). *Impactos del COVID-19 en el sector turístico ecuatoriano. Antecedentes, efectos, reflexiones y propuestas de recuperación*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador.
- Gómez Bobillo, A. (2021). “Los turistas pos-COVID serán aún más exigentes: Estas serán las tendencias estrella en 2021, según los principales directivos del sector.” *Business Insider*, enero 25. Disponible en: <https://www.businessinsider.es/cual-sera-tendencia-estrella-turismo-2021-796457> (visitada 25/02/2021).
- Guerra Luzuriaga, P. (2020). “Reactivación vs turistificación: Los retos de las ciudades frente al turismo post pandemia”. En: *INNOVA Research Journal*, 5(3.2): 134-150. Disponible en: <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2.2020.1564>. (visitada 23/02/2021).
- Hosteltur, Edición España (2021). “Los segmentos de viajeros más prometedores de 2021”, febrero 24, | Economía. Disponible en: https://www.hosteltur.com/142492_los-segmentos-de-viajeros-mas-prometedor-de-2021.html (visitada 24/02/2021).
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (10 de junio de 2020). Turismo rural: una oportunidad para fortalecer la agricultura ante la crisis ocasionada por el COVID-19. Recuperada el 15 de enero de 2021. <https://blog.iica.int/blog/turismo-rural-una-oportunidad-para-fortalecer-agricultura-ante-crisis-ocasionada-por-COVID-19>.
- Ministerio de Trabajo. (2020). “Desempleo muestra la reducción más significativa en cinco años”. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gub.ec/>

- gob.ec/desempleo-muestra-la-reduccion-mas-significativa-de-los-ultimos-cinco-anos/ (visitado 20/02/2021).
- Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR). (2020a). Boletín de Feriado. Disponible en <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-24-21-06-03/feriados> (visitado 18/02/2021).
- Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR). (2020b). *Estudio del comportamiento del turismo nacional en el escenario COVID 19*. Quito. MINTUR.
- Moll de Alba, J., Prats, L., Coromina, L. (2017). “Análisis de los perfiles de corta y larga duración de los turistas de ocio de Barcelona”. En: *Cuadernos de Turismo*, 39: 343-366. Disponible en: <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290591> (visitado 19/02/2021).
- Montenegro Fortique, Á. (2021, febrero 22). El futuro del turismo. El Universal. <http://www.eluniversal.com/el-universal/90801/el-futuro-del-turismo>. (visitado 25/02/2021).
- Mullo Romero E., Vera Peña, V. Guillén Herrera, S. (2019). “El desarrollo del turismo comunitario en el Ecuador”. En: *Revista Universidad y Sociedad*, Vol 11, N. 2: 178-183.
- Ocaña Zambrano, W. O., Osejo Angulo, J. M. (2018). “La calidad en el sector servicios: El reto para la competitividad turística del Ecuador, experiencias de su aplicación”. En: *INNOVA Research Journal*, 3(2.1): 145-155.
- Oviedo Costales, M. S., Llugsha Guijarro, V. E., Ocaña Zambrano, W. O. (2020). “Actividad turística y su relación con la gentrificación en el centro histórico de Quito”. En: *INNOVA Research Journal*, 5(3.2): 151-162. Disponible en: <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2.2020.1560>. (visitada 23/02/2021).
- Organización Mundial del Turismo. (2020). “El turismo toma medidas para reabrir”. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/reiniciar-el-turismo> (visitada 12/01/2021).
- Organización Mundial del Turismo. (OMT). (2020). *Barómetro del Turismo*. OMT.
- Viajes National Geographic. (11/02/2021). “Viajar en tiempos del coronavirus”. Disponible en: https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/viajar-tiempos-coronavirus_15296/14 (visitada 11/01/2021).