DOI: https://doi.org/10.34070

La crisis y la importancia del fortalecimiento del turismo interno para mejorar las economías locales

The crisis and the importance of strengthening domestic tourism to improve local economies

Evelyn Carchipulla Alvarado, MSc.
Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional
https://orcid.org/0000-0002-9396-9536
evelyn.carchipulla@formacion.edu.ec

Christopher Andrés Carchipulla Alvarado, MSc.
Instituto Superior Tecnológico ARGOS
https://orcid.org/0000-0002-4387-0095
c.carchipulla@tecnologicoargos.edu.ec

Palabras clave: turismo interno, economía, mercado, marketing turístico, acuerdos internacionales
Keywords: internal tourism, economy, market, tourism marketing, international agreements

Recibido: 3 de abril de 2023
Aceptado: 30 de junio de 2023

RESUMEN

El presente trabajo analiza la crisis del turismo interno, así como la importancia para el mejoramiento de este sector para las economías locales. El gobierno ecuatoriano ha realizado e incentivado este sector dentro de su presupuesto otorgado a la reactivación turística. En especial promoviendo microcréditos a través de sus Bancos estatales, para una reactivación sostenible. Por lo que, los autores desarrollaron un muestreo No probabilístico segmentado a personas guayaquileñas entre edades económicamente activas, en búsqueda de los comportamientos de los turistas al momento de realizar turismo interno. Lastimosamente factores como la delincuencia han mermado las motivaciones que los viajeros puedan acceder a puntos de turismo interno, aunque la calidad del servicio y los lugares a visitar siempre son un gran atractivo para los visitantes.

ABSTRACT

This paper analyzes the crisis of domestic tourism, as well as the importance for the improvement of this sector for local economies. The Ecuadorian government has carried out and encouraged this sector within its budget granted to tourism reactivation. In particular, promoting microcredits through its state banks, for a sustainable reactivation. Therefore, the authors developed a non-probabilistic sampling segmented to people from Guayaquil between economically active ages, in search of the behaviors of tourists when making domestic tourism. Unfortunately, factors such as crime have diminished the motivations that travelers can access domestic tourism points, although the quality of service and the places to visit are always a great attraction for visitors.

INTRODUCCIÓN

El mundo siempre ha enfrentado a lo largo de su historia diversas crisis económicas que han hecho tambalear los países. Es importante recordar que detrás de una gran prosperidad y despilfarro llegan las crisis. Uno de los peores momentos que se ha dado en la historia ha sido a partir de 1340 en donde aparecen las guerras y cambios climáticos que afectan a la agricultura local. Aunque la historia es lineal los acontecimientos parecen repetirse reiteradamente con diferentes países, diferentes actores, pero situaciones muy parecidas. Para el 1347 aparece la muy conocida peste bubónica desde el Imperio Mongol, que se fue expandiendo por el imperio Islámico hasta llegar a Europa en donde llega a matar hasta el 40% de la población. El caos y la crisis se vio por todas partes, la desesperación y la muerte tocaban la puerta de las casas de todos tanto ricos como pobres, es por esto que la economía se vio completamente devastada. A esta enfermedad que arremetió el mundo se lo conoció como la muerte negra que era trasmitida por medio de una plaga incontrolable, las ratas.

DESARROLLO

Para Modesto, Morales, Cabanillas y Diaz (2002):

> La peste es una enfermedad zoonótica producida por la bacteria Yersinia pestis, bacilo gram negativo causante de grandes epidemias a través de la historia. En el curso de su desarrollo desde la era cristiana, se han presentado tres grandes pandemias: en el año 542 (Peste de Justiniano), que se estima pudo haber causado 100 millones de víctimas; en 1346, que duró 3 siglos, con cerca de 25 millones de víctimas; y en 1894, que duró hasta el decenio de 1930. Como consecuencia de esta última epidemia se establecieron focos naturales de infección en América del Sur, África Occidental, Sudáfrica, Madagascar e Indochina. (p. 23)

Es importante analizar las consecuencias de dicha peste: en primera instancia y más importante es la cantidad de muertes que existieron, para muchos hasta el 60% de la población, y debido a esas muertes los campos quedaron sin personas que las trabajen, tanto afecto a la economía que para poder recuperarse se tuvo que esperar hasta 1 siglo. Las ciudades grandes se quedaban vacías, el comercio no existía si no la supervivencia. No había productos agrícolas y los precios se encarecían, para el 2003 en Montpellier Francia se encontraron en fosas comunes casi 650 cadáveres agrupados. Al no encontrar personas hombres para que trabajen las mujeres se vuelven una opción en el mercado laboral.

Otra de las pandemias que tuvieron terribles consecuencias en la humanidad fue la gripe española para muchos conocidos como la madre de las pandemias con casi 50 millones de muertes, debido a la cantidad de muertes de hombres las mujeres al no encontrar pareja aumentaron su participación en la economía mediante su ingreso al trabajo en la industria.

En Ecuador en 1842 se dio la fiebre amarilla (EMERGENTES, 2001) teniendo una figura como Vicente Rocafuerte como gobernador, se conoce que llego a una cúspide de muerte de 60 personas diarias en la ciudad. Esta crisis golpeo terriblemente al país, en aquel momento el gobernador Vicente Rocafuerte combatió arduamente frente a la enfermedad. El COVID también fue una terrible pandemia que azoto este periodo. En este sentido, y frente a un escenario base en el que no existía COVID-19 (año 2019), las pérdidas totales (públicas y privadas) bajo metodología PDNA sumaron un total de USD 16.381,7 millones durante el período marzo-diciembre de 2020, de las cuales al sector privado le corresponden USD 12.790,51 millones, que representan el 78,1%. (Banco Central del Ecuador , 2021)

Una de las herramientas que ayudan a traer divisas del extranjero y mejorar la economía es el turismo, pero primero se debe de entender a la economía. La economía es una ciencia que preocupa a todo el mundo, desde la edad antigua a la actualidad. Para esto el ser humano ha diseñado diferentes sistemas económicos que buscan mejorar la calidad de vida de los habitantes sin embargo la pobreza, el hambre, el desempleo siguen existiendo. A demás muchos de los imperios desarrollados han sido fundados con sangre y muerte. ¿Será entonces que el ser humano fracasó?, pues definitivamente si, el ser humano ha fracasado, sin embargo, la esperanza está en el futuro mediante decisiones pertinentes que ayuden a que las economías y seres humanos mejoren s situación, y no solo se habla de la economía porque el error es pensar que el ser humano estará bien si mejora su economía, lo cual no es cierto.

Ahora es inevitable escuchar comentarios sobre el por qué la situación de los seres humanos está mal la escasez de productos en el mercado. Para Acemoglu, Laibson, & List (2017) “La escasez existe porque la gente quiere sin límite en un mundo de recursos limitados. El mundo no tiene suficientes recursos para dar a todos todo lo que desean” (p. 18). Uno de los problemas de las familias, de los individuos en el extremo consumismo que existe, todo lo que moldea el ambiente del individuo es hacerle creer que necesita más cosas, que no son suficientes los pares de zapatos que tienen en los pies sino que debe de tener zapatos de todo tipo, de todos los colores, de todos los tamaños y por supuestos que las ediciones limitadas, y cada vez más hay opciones en el mercado y se vuelve un círculo vicioso en el que el ser humano exprimido a diario en una esclavitud económica.

Feijoo & Fabbroni et. al (2018)

> El turismo es un sistema complejo de interrelaciones que está en permanente cambio. Uno de los grandes desafíos que se presentan en la actualidad es saber adaptarse a ellos y tener una visión amplia e integral para planificar de manera eficaz y luego actuar eficientemente. La planificación actual se identifica como un proceso en el que se desarrollan relaciones de poder, en un escenario de confrontación de intereses, aspiraciones, creencias y modos de ver la realidad. En esta situación es importante prever conflictos y confrontaciones a partir de la negociación y la concertación, el compromiso y las alianzas. Por lo cual la planificación exige además de la participación comunitaria, la coordinación interinstitucional y el diálogo de saberes. (p. 36)

Cuando se dieron cuenta los gobiernos de la gran importancia del turismo y que este no solo estaba direccionado hacia el ocio y que inclusive estaba ayudando a países a sostener sus economías, y que además ayudan tremendamente a generar empleabilidad. Para la década de los 90 empieza el crecimiento del sector turístico en el Ecuador mediante la formalidad, sin embargo a fines de la década de los 90 empieza una gran crisis en el Ecuador que se da por en primera instancia el grabe fenómeno del Nino: se tuvo enfermedades, epidemias, enfermedades, sin embargo de esta crisis se pudo sacar puntos de importancia para prevenir a las generaciones futuras mediante la experiencia obtenida, por ejemplo acuerdos comerciales, promoción de proyectos de inversión para el cuidado y disminución del impacto ambiental, el gobierno debe de reconocer que debe de estar al frente de su responsabilidad y hacer todo lo que está en sus manos para la disminución de los riesgos.

Para Santamaría Freire y López Pérez (2019):

> El turismo como sector impacta en el 2% del PIB del Ecuador, por ello es necesario que los esfuerzos de política pública creen beneficios más allá de lo económico, siendo necesario enfocar el estudio del sector en las implicaciones que existen en la sociedad a través del ofrecimiento de productos y servicios que sean atendidos como una marca país, para evitar gastos innecesarios y generar ingresos y mayor rentabilidad de la oferta turística actual. (p. 42)

El turismo como generador de divisas ayuda al incide directamente en el crecimiento del PIB, inyectando circulante en aquellos pequeños pueblos y grandes ciudades, aquellos comercios que luego inyectan efectivo a las grandes empresas y generar movimiento del flujo de efectivo. Y aunque el turismo también tiene un impacto negativo estos tienen que ser regulados y controlados tanto por el gobierno de la Republica, así como los gobiernos zonales y la misma sociedad

El gobierno del Ecuador destinado $56.64 millones en recuperar las redes estatales, y directamente para el MinTur más de $33 millones, lo cual es aún bajo comparado con sus competidores directos, sin embargo, mediante una acción responsable conociendo siempre que se puede desarrollar mejora continua, que se puede hacer más. Dentro de los objetivos logrados en cuanto a turismo se refiere en el Ecuador están: el incentivo al empresario con créditos, disminución de la tarifa de luz eléctrica, ayuda a nuevos proyectos de desarrollos turísticos, participación en ferias internacionales, promociones de turismo interno dejando en feriado de carnaval $94 millones en el gasto de los turistas, incentivo en el trabajo femenino y en la inclusión en el área laboral, capacitaciones en línea, impulsar la productividad para el crecimiento económico sostenible, es por esto que poco a poco se va normalizando las cifras pre pandemia en cuanto a visitantes al país.

Según los pronósticos de la OMT (Comercio, 2023) para 2023, las llegadas de turistas internacionales podrían situarse entre el 80% y el 95% de los niveles prepandémicos este año, dependiendo de en qué medida se produzca una ralentización económica, de cómo se vayan recuperando los viajes en Asia y el Pacífico y de cuál sea la evolución de la ofensiva rusa en Ucrania, entre otros factores. (Turismo, 2023). De acuerdo con la página oficial de la OMT se duplicó los viajeros

del 2021 al siguiente año. Parte de los datos que la Organización Mundial de Turismo ofrece a sus lectores son el alza de visitantes en todo el mundo, y se empieza a ver un panorama alentador a toda la industria.

A veces se tiene el pensamiento que muchos productos son gratis y no es así, Facebook no cobra dinero a sus usuarios, por lo que resulta tentador decir que es gratis. Sin embargo, pregúntate a que renuncias cuando utilizas Facebook. Esta es otra forma de verlo. Facebook no te quita dinero, pero si el tiempo destinado al ocio (en sentido económico). Si decides una hora diaria a Facebook, estas dejando de darle un uso alternativo a ese tiempo. (Acemoglu, Laibson, & List, 2017), conocido también como el costo de oportunidad. De la misma forma el servicio puede ser tangibilizado y hoy por hoy el servicio es un punto crítico en el desarrollo de las industrias. Este es una de los principales beneficios del turismo, que elevan tan tanto el estándar nacional de servicio no solo de la industria si no de todas las industrias que tienen como estandarte del servicio el turismo.

Es vital describir cuales son los beneficios de turismo: en primera instancia el beneficio social, el intercambio cultural, el aprender nuevas lenguas, el desarrollo social y las ganas de mejorar para brindar el mejor servicio. Uno de los ejemplos que se puede apreciar es Japón, un país que lamentablemente fue devastado por dos bombas atómicas, y que a pesar de eso ha podido convertirse en uno de los países más industrializados luego de la pandemia ha desarrollado inversiones fuertes en el área de turismo por lo cual ha obtenido excelente puntaje de sus turistas en todos los sentidos. Francia lidera las visitas en turismo seguido de Estados Unidos, España e Italia por sus monumentos, por su historia, por su belleza y por el desarrollo de marketing y campanas internacionales del conocimiento de la marca.

Para Munoz Mendoza, Carranza Patino, Tubay Moreira y Chang Munoz (2022):

> El marketing se considera en la actualidad como un segmento primordial en la industria turística ya que permite la generación de negocios y oportunidades, basándose en la sensibilización, estimulación, convencimiento y publicidad continua para llegar a los potenciales usuarios o visitantes, considerando cada una de sus necesidades cuando llegan a un destino desconocido. El marketing turístico admite que las personas que desean vivir una experiencia visitando otros lugares lleguen a tener contacto con quienes pueden facilitarla profesionalmente, generando expectativa sobre un aspecto único de una zona de interés y contar con todas las herramientas necesarias para tomar una decisión final. (p. 28)

Lamentablemente debido al índice de delincuencia, de asesinatos, sicariatos y robos la ciudad de Guayaquil, según la BBC Guayaquil es el mayor puerto del país y es utilizado para la salida de droga hacia el norte. Es por esto que es muy complicado ubicar al país en el mundo, ya que el miedo de los turistas extranjeros por todo lo que ven en las noticias o en redes sociales, a veces inclusive información falsa o sacada de contexto hace un país completo de crónica roja, en la que inclusive los mismos habitantes tienen miedo de salir, de hacer inversiones, inclusive de ir a comer a un restaurante. Es debido a estos factores y debido a muchos otros factores; además de que la inversión turística en el extranjero es que puede llevar años para poder ver resultados, que se sugiere el desarrollo del turismo interno como una herramienta valiosa de mover flujos de efectivos en el país.

Turismo interno es el desplazamiento que realizan los residentes de un país en el mismo Greco (2015), es decir que el turismo interno es realizado por los mismos habitantes dentro del país, esto resulta una herramienta con resultados más próximos y menos tiempo, según el Mintur para el feriado de Carnaval hubo aproximadamente un millón de viajes, que se traduce en dinero en flujo de efectivo.

Mas, sin embargo, esta ardua tarea en la que tanto los locales comerciales dedicados al turismo, hoteles, restaurantes y todas las personas que se dedican al turismo y los que se ven beneficiados de los mismos no puede ser realizada sin que el gobierno cumpla su parte. Uno de los puntos más conocidos para visitar es Salinas en la provincia de Santa Elena, luego del feriado de carnaval debido al descontrol de la ciudadanía y la falta de control de la policía, se pudo denotar dado que circularon por redes sociales actos que ofenden a la moral del país en espacios públicos. El gobierno ayudado por la policía nacional debe hacer cumplir las leyes, y el cuidado del espacio público, sin que se llegue al desenfreno, estos espectáculos de moral dudosa causan que los turistas de familias renuncien a visitas este tipo de destinos turísticos por temor de encontrarse con espectáculos desagradables.

Metodología

Se desarrolló un muestreo No probabilístico con 121 personas guayaquileñas entre 18 a 54 años, el objetivo del estudio es conocer las diferentes variables y comportamientos de los turistas al momento de realizar turismo interno. El tipo de investigación es descriptiva explicativa para conocer el cómo, cuándo, dónde y por qué y para qué. El estudio corresponde a paradigma epistemológico cualitativo y cuantitativo, este grupo de personas son principalmente estudiantes de turismo.

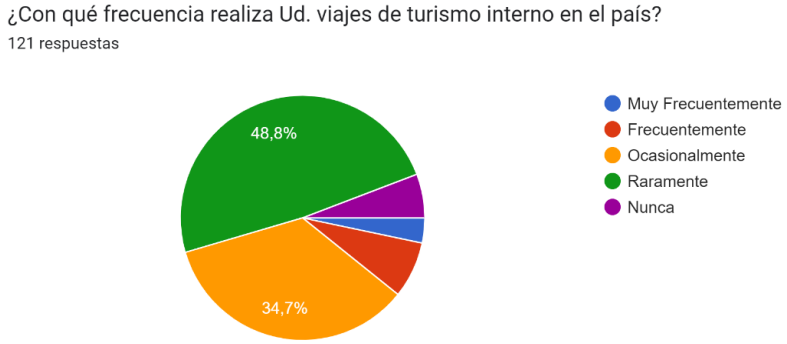
Resultados

El 78.5% de los encuestados fueron mujeres, el 20.7% fueron hombres y 0.8% prefiere no contestar. El 63.6% de los encuestados fueron personas de 18 a 24 años, el 23.1% de 25 a 34 años, el 11.6% de 35 a 44 años, el 0.8% de 45 a 54 años. El 84.3% es de estado civil soltero, el 14% casados y el 1.7% divorciados.

Un dato interesante es la situación actual de los encuestados en donde más del 50% de los encuestados son desempleados.

Ilustración 1.

Frecuencia de viajes realizado por medio del turismo

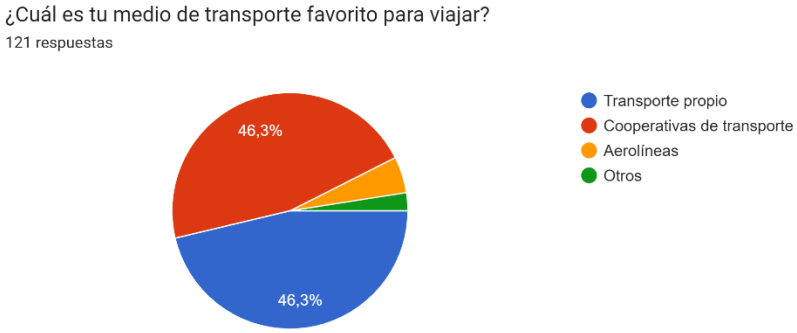


Nota. Frecuencia de las respuestas sobre viajes de turismo

Un punto que llama la atención es la escasa salida de viajes internos, ya que el 48.8% de las personas mencionan que raramente viajan por su país, el 5.8% de personas no salen nunca de su ciudad.

Ilustración 2.

Frecuencia sobre el transporte empleados para realizar turismo



Nota. Frecuencia de transporte empleados por los turistas

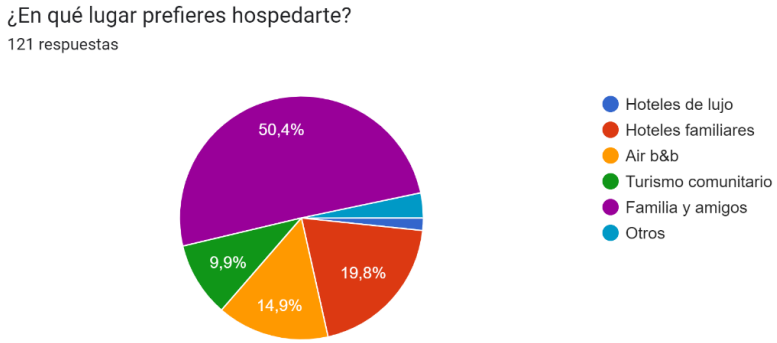
Un dato que llama la atención es que la mayoria de personas viajan en transporte propio o el cooperativas de transporte publico, este dato puede ser facilmente obsebable en la afluencia de personas que visitan las terminales de buses o en los peajes cuando realizan los controles de los vehiculos.

Ilustración 3.
Actividades de turismo a realizar

Nota. Frecuencia del tipo de turismo que se realiza

La grafica detalla que entre el turismo de aventura y el turismo de sol y playa el 57% de los viajeros prefieren dichas actividades en lugares que les permita contacto con la naturaleza y emociones extremas.

Ilustración 4.
Preferencia de hospedaje



Nota. Frecuencia de las preferencia de hospedaje

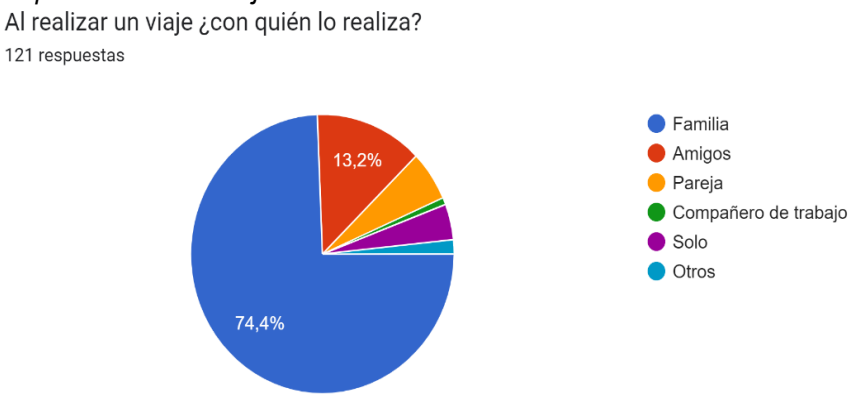
Conforme los datos reflejados, se puede establecer que las personas que viajan, prefieren hospedarse con familia y amigos, para lo cual buscan economizar, estrechar lazos familiares y sentirse mas cerca de los suyos.

Ilustración 5.
Gasto promedio de turismo

Nota. Frecuencia de los gastos premdio en la actividad de turismo

Con respecto al gasto promedio los viajeros gastan entre $26 a $50 diarios lo cual incluye alimentación y actividades realizadas.

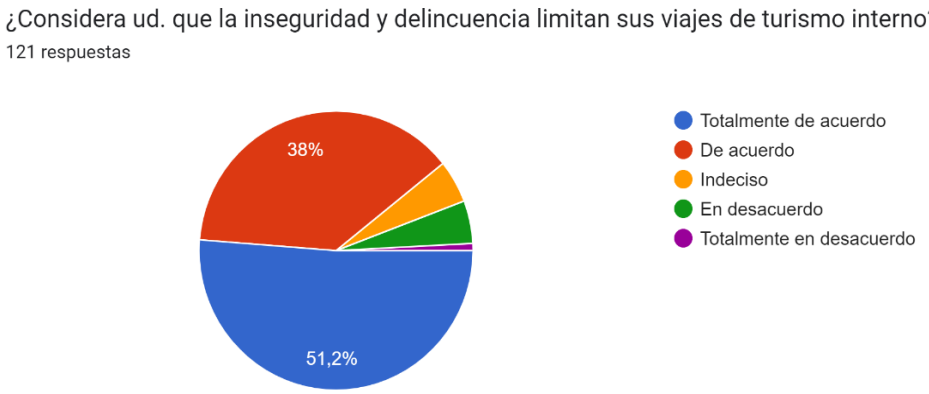
Ilustración 6.
Compañía para realizar el viaje



Nota. Frecuencia de las preferencias para viajar

Con respecto al acompañamiento, los viajeros prefieren realizar un viaje con la familia, dando prioridad a la unión familiar, buscando opciones que les permita relajarse de la rutina normal.

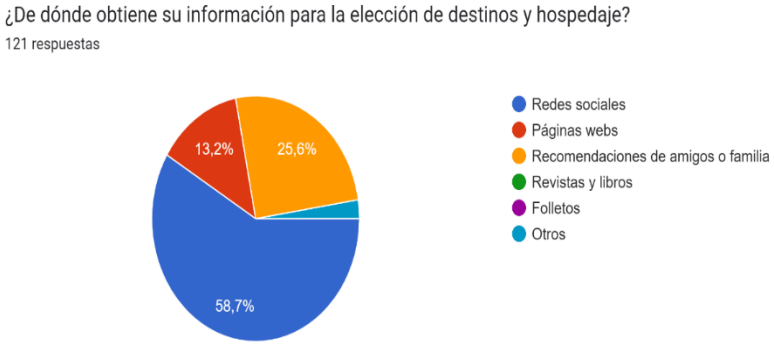
Ilustración 7.
Seguridad para realizar los viajes de turismo



Nota. Frecuencia de la perscepción de seguridad de los viajes de turismo

Llama la atención que, aunque Ecuador posee maravillas naturales, el 51.2% de los encuestados indicaron que la inseguridad ha limitado sus salidas por turismo, debido a que hace falta un eficiente y verdadero control que permita tanto a turistas extranjeros y nacionales a ser victimas de este tipo de peligro.

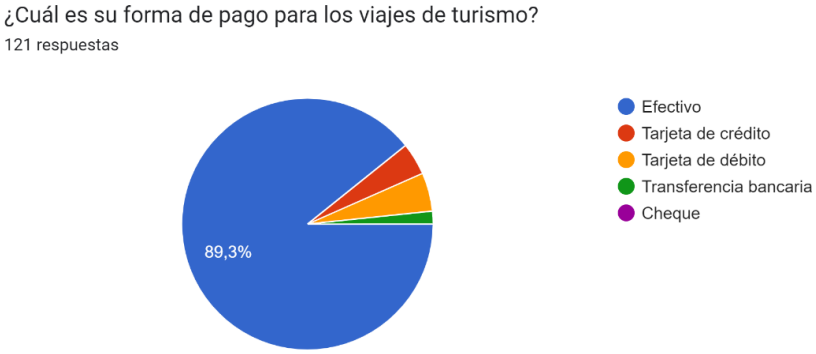
Ilustración 8.
Elección del destino



Nota. Frecuencia de la elección del destino

Las fuentes de información turística para el 58.7% son las redes sociales, debido a que hay cuentas de viajes en plataformas que les permiten estar informados en tiempo real con respecto a lugares, a traves de comentarios y videos que son subidos en dichas cuentas.

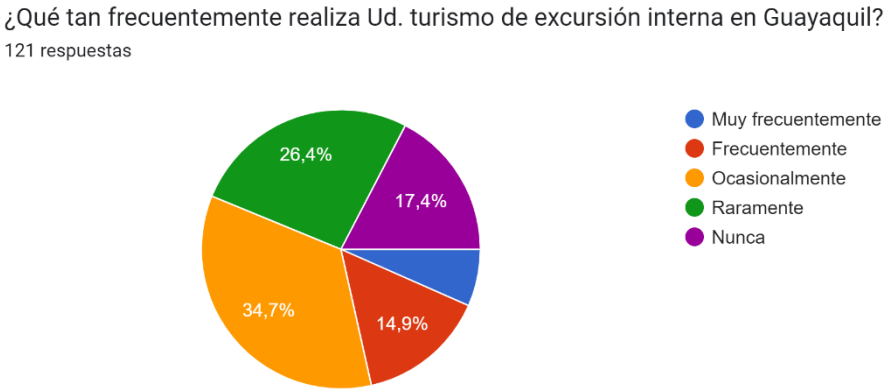
Ilustración 9.
Forma de pago



Nota. Frecuencia de las formas de pago más empleadas

Asimismo, los viajeros encuestados prefieren utilizar como medio de pago el efectivo; ya sea por los descuentos que realizan ciertos establecimientos o por evitar cargos adicionales por el uso de tarjetas de débito o de crédito.

Ilustración 10.
Turismo de excursión



Nota. Frecuencia del turismo de excursión

Cabe destacar que los viajeros en un 34.7% prefieren de manera ocasional realizar turismo de excursión en la ciudad de Guayaquil, debido a que no tienen mayor conocimiento de lugares diferentes para visitar dentro de la ciudad.

CONCLUSIONES

En base al uso de la técnica de análisis será necesario lo siguiente:

- Se recomienda que el Gobierno realice mejoras en lo que respecta a la seguridad, con el fin de recuperar la confianza de los turistas.
- Establecer protocolos de seguridad que eviten los riesgos por delincuencia a los turistas.
- Mayores programas de reactivación turística, por medio de alianzas estratégicas.
- Fortalecimiento con información de interés a los turistas con especial atención en las temporadas altas, feriados y viajes de fines de semana con activaciones en redes sociales.
- Implementación de normas que brinden la seguridad necesaria para que se disfrute de cada destino de forma armónica con el entorno social y natural.
- El gobierno debe de realizar capacitaciones para el acompañamiento y asistencia técnica a municipios para el levantamiento de proyectos que cuenten con viabilidad turística.

BIBLIOGRAFÍA

1. Acemoglu, D., Laibson, D. y List, J. (2017). *Economia.* Espana : Antoni Bosch Editor.
2. Banco Central del Ecuador . (2021). *La Pandemia por el covid 19 genero una caida en el PIB DE 6.4% de marzo a diciembre de 2020.* Quito: Banco Central.
3. Castillo, M. (2007). La investigación y epistemología del turismo: aportes y retos. *Revista Hospitalidade*, no. 2, pp. 79-95.
4. Collahuazo, D., y Vinueza, S. (2010). Estandarización y mejoramiento del servicio de alojamiento comunitario. Tesis de licenciatura. Quito: Universidad de Especialidades Turísticas.
5. Dachary, A., Arnaiz y Arnaiz (2018). La formación del mundo Turismo: una larga historia. Revista Latinoamericana de Turismología, pp. 1-8.
6. Feijoo, J. y Fabbroni, M. (2018). *Fundamentos del turismo> nuevo enfoque en el siglo XXI.* Buenos Aires: Ugerman Editor.
7. García-Vega, E. (2010). "Competitividad en el Perú: diagnóstico, sectores a priorizar y lineamientos a seguir para el periodo 2011 – 2016". Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad 5(1): 112-141.
8. Greco, O. (2015). *Diccionario de turismo.* Florida: Valletta Ediciones.
9. Ministerio del Turismo. (2008). Memoria Técnica de Taller de Sistema Nacional de Calidad Turística. Quito: MINTUR.
10. Modesto, J., Morales, A., Cabanillas, O., & Diaz, C. (2002). Impacto economico de la peste bubonica en Cajamarca, Peru. *Revista peruana de medicina experimental y salud publica*.
11. Montero, C. (2012). "Inversión pública en Bolivia y su Incidencia en el crecimiento económico: un análisis desde la perspectiva espacial". Revista de Análisis, Enero - Junio 2012, volumen N° 16, pp. 31-57
12. Munoz Mendoza, E., Carranza Patino, H., Tubay Moreira, M. F. y Chang Munoz, W. L. (2022). Marketing turistico y el incremento de la afluencia de visitantes en el Canton EL Empalme. *Revista Ciencia y Tecnologia*, pp. 39-50.
13. Ocegueda, J. (2007). Apertura comercial y crecimiento económico en las regiones de México. *Investigación económica,* 66(262), pp. 89-137.
14. OMT. (17 de enero de 2023). *https://www.unwto.org/*. Obtenido de UNWTO: https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-va-camino-de-recuperar-los-niveles-prepandemicos-en-algunas-regiones-en-2023
15. Pinzon, Camilo (2000) Encuesta a Establecimientos de alojamiento del Centro Histórico de Quito. Proyecto Social del Centro Histórico de Quito. Unión Europea. Quito.
16. Posada, C., y A. García (2006). ¿No importa la cantidad de dinero?: inflation targeting y la teoría cuantitativa. Banco de la República.
17. Roux, F. (2013). *Turismo Comunitario, Conservación Ambiental y Defensa de los Territorios*. Quito: Federación Plurinacional de Turismo.
18. Santamaria Freire, E. J. y Lopez Perez, S. D. (2019). Beneficio social de la actividad turistica en Ecuador . *Universidad del ZUlia*, 417-434.
19. Solis Carrión, D. (2007). Turismo comunitario en Ecuador. Quito: Abya - Yala.
20. Vasco Gonzales, María, & Santos Lacueva, Raquel (2016), La relación entre acción pública y turismo desde diversas perspectivas: ideas, actores e instituciones. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 14, no. 3, pp. 573576.
21. Villalobos Céspedes, D., Tolón Becerra, A. y Galdeano Gómez, E. (2012), Turismo aventura en Costa rica e influencia de los factores sociodemográficos, motivos y Condición de viaje del turista internacional en el número de actividades realizadas. Ciencias económicas, vol. 30, no. 1, pp. 163-180.