



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS**

**TEMA**

**EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA RELACIONADA A  
LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS POST COVID-19 A TRAVÉS DEL CRITERIO DE  
USUARIO EN LA CIUDAD DE MANTA**

**AUTOR**

**MAYDA CAROLINA GOROZABEL CHANCAY**

**TUTORA**

**LCI. CLAUDIA KATIUSKA LOOR CAICEDO, MG.**

**MANTA, OCTUBRE 2021**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación bajo la autoría de la estudiante Gorozabel Chancay Mayda Carolina legalmente matriculado/a en la carrera de, Turismo período académico 2020(1)-2021(1), cumpliendo el total de 380 horas de trabajo autónomo dirigido, bajo la opción de titulación de tesis, cuyo tema del proyecto es **“EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA RELACIONADA A LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS POST COVID-19 A TRAVÉS DEL CRITERIO DE USUARIO EN LA CIUDAD DE MANTA”**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, Manta 13 de septiembre de 2021

Lo certifico,

Lic. Claudia Loor Caicedo, Mg.  
**Docente Tutor(a)**  
**Área: Turismo**

## **AUTORÍA**

El presente trabajo realizado previo a la obtención del título de ingeniero de Administración de Empresas Turísticas, con el tema “EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA RELACIONADA A LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS POST COVID-19 A TRAVÉS DEL CRITERIO DE USUARIO EN LA CIUDAD DE MANTA”, corresponde únicamente al autor, de tal manera que si se dispone de la información de este documento ubicar los respectivos créditos.

---

**Gorozabel Chancay Mayda Carolina**  
131566384-7

## **APROBACIÓN**

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de fin de carrera, titulado “EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA RELACIONADA A LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS POST COVID-19 A TRAVÉS DEL CRITERIO DE USUARIO EN LA CIUDAD DE MANTA”, ha sido realizado y concluido por la estudiante **Mayda Carolina Gorozabel Chancay**, el mismo que ha sido controlado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para testimonio y autenticidad. Firmamos:

---

Lic. Marco Durán Vasco, Mg.  
**PRESIDENTE TRIBUNAL  
DE TITULACIÓN**

---

Ing. Diego Guzmán Vera, Mg.  
**DELEGADO DEL PRESIDENTE DEL  
TRIBUNAL**

---

A.S. Carlos Piguave, Mg.  
**MIEMBRO TRIBUNAL  
DE TITULACIÓN**

---

Ing. Karla Cornejo, Mg.  
**MIEMBRO TRIBUNAL  
DE TITULACIÓN**

---

Lic. Claudia Loor Caicedo, Mg.  
**DOCENTE TUTORA  
DE TITULACIÓN**

---

Mayda Carolina Gorozabel Chancay  
**GRADUADA**

## DEDICATORIA

Primordialmente agradecerles a mis dos pilares fundamentales que son mis padres Flor Chancay y Stalin Gorozabel, quienes me dieron la educación como su mejor regalo y cultivaron en mí grandes valores, principios, perseverancia y empeño, todo aquello de una manera desinteresada, llena de amor y ahora me ven cumplir un logro más.

A mi hermana María José por todo su cariño, por el apoyo en todo el camino de vida, por motivarme a no decaer, por esa esa hermana incondicional, que está llena de tanta paciencia, sabiduría y ganas de seguir adelante. Es una emoción muy grande poder llamarte hermana y ser ese ejemplo para ti.

Agradecerle a una persona muy especial, quien se ha ganado un gran espacio de mi ser, Daniel Flores (de corazón Pichono), por brindarme su apoyo, por ser tan paciente, por alentarme a seguir y no rendirme cuando ya no podía más, por ser una persona llena de tantos valores, por sostener mi mano en el momento cuando justo me desvanecía, por cuidar de mí en todo instante y enseñarme que rendirse no es un atajo, que a pesar de las circunstancias difíciles siempre se encontrará una solución. Con cariño futuro colega.

Y, por último, pero no el menos importante, mi ángel, mi abuelo Severo Chancay, quien en unos meses está cuidándonos desde el cielo, quien en vida nos cuidó con todo su amor, quien me llevaba de la mano a la escuela, quien le sonreía a los problemas, por ser un abuelito lleno con un cariño inmenso, quien demostraba a todos que en esta vida todo se puede.

## **RECONOCIMIENTO**

A Dios por la vida que me ha regalado, por brindarme sabiduría y bendecirme todos los días con mucho más de lo que merezco.

A mis profesores que han estado a lo largo de mi camino académico, a sus enseñanzas brindadas, a sus paciencias y a la entrega valiosa de conocimientos.

A mi tutora Lcda. Claudia Loor por impulsarme a no rendirme y brindarme todo su apoyo en el proceso de titulación el cual está basado con mucho esfuerzo y dedicación.

# ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	2
AUTORÍA .....	3
APROBACIÓN .....	4
DEDICATORIA.....	5
RECONOCIMIENTO .....	6
RESUMEN .....	9
ABSTRACT .....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
Contextos de la investigación.....	12
Contexto Macro (regional, nacional, internacional).....	12
Contexto Meso (institucional) .....	12
Contexto Micro (regional, nacional, internacional).....	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
OBJETIVO GENERAL .....	14
Objetivos Específicos .....	14
MARCO TEÓRICO .....	16
Panorama del turismo en la pandemia de COVID-19 en Ecuador.....	16
La sostenibilidad como nueva impronta del turismo post-COVID-19.....	18
¿El turismo sostenible puede ayudarnos contra la pandemia del COVID-19?.....	19
¿Cuáles serán las tendencias en turismo sostenible? .....	20
Nuevas maneras de pensar después de la pandemia para ser mucho más sostenible el turismo.....	21
Indicadores de Sostenibilidad Turística.....	24
El estudio de usuario y opinión pública en las actividades turísticas .....	26

Ventajas del Sondeo de Opinión para medir la precepción del turismo.....	29
MARCO METODOLÓGICO .....	31
Diseño de investigación.....	31
Según su propósito.....	31
Según su profundidad .....	31
Según su uso de datos.....	33
Enfoque mixto .....	34
Toma de Muestras .....	35
Herramientas aplicadas en la investigación.....	36
Sondeo de Opinión .....	36
Estudio de Usuario.....	38
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	40
Resultados del Sondeo de Opiniones .....	41
Estudio de Usuario.....	46
Resultados del Estudio de Usuario .....	46
Categorización de criterios de usuario.....	49
Conclusiones.....	50
Recomendaciones .....	52
Bibliografía.....	53

## RESUMEN

La pandemia de COVID-19 ha impactado severamente las actividades turísticas y ha limitado su desarrollo al año que actualmente lleva desde que se alertaron las primeras señales de confinamiento, por la facilidad con la que el virus puede afectar a las personas si estas se encuentran dispersas en grandes grupos de personas como lo es en el turismo y sus derivados. Conocer la opinión pública de la población mantense es importante para determinar futuros planes de desarrollo turístico y cómo éstos se irán desarrollando a partir de que la misma pandemia finalice.

La investigación tiene la finalidad de elaborar un artículo que evidencie la opinión pública de la ciudadanía a través del estudio de usuario, una herramienta para medir los aspectos relacionados a los intereses de las personas y las encuestas de opinión, que ayudan a sondear las diferentes opiniones y la relevancia que tienen en la población.

La metodología de la investigación tiene un enfoque mixto, utilizando la encuesta de opinión y el criterio de usuario para obtención y representación de los datos. Los resultados evidenciaron una notable preocupación por cumplir las normas de bioseguridad, pero aún no una completa optimización, utilización y adaptación de sus recursos a los nuevos paradigmas del turismo post-COVID-19.

La investigación concluye con formalidad que las personas están expectantes a cómo el turismo se desarrollará sin el virus, pero con la firme convicción de que el turismo debe evolucionar a algo más sostenible para fomentar actividades sanas, responsables y optimizar recursos con mejores resultados.

**Palabras Clave:** Opinión Pública, Estudios de Usuario, Encuestas de Opinión, Turismo Sostenible

## **ABSTRACT**

The COVID-19 pandemic has severely impacted tourism activities and has limited its development to the year that currently has taken place since the first signs of confinement were alerted, due to the ease with which the virus can affect people if they are dispersed in large groups of people as it is in tourism and its derivatives. Knowing the public opinion of the citizens of Manta is important to determine future tourism development plans and how they will develop after the same pandemic ends.

The purpose of the research is to develop an article that evidences the public opinion of citizens through the user study, a tool to measure aspects related to people's interests and opinion polls, which help to probe different opinions and the relevance they have in the population.

The research methodology has a mixed approach, using the opinion survey and the user's criteria to obtain and represent the data. The results showed a notable concern to comply with biosafety regulations, but not yet a complete optimization, use and adaptation of its resources to the new paradigms of post-COVID-19 tourism.

The research formally concludes that people are expectant about how tourism will develop without the virus, but with the firm conviction that tourism must evolve to something more sustainable to promote healthy, responsible activities and optimize resources with better results.

**Key Words:** Public Opinion, User Studies, Opinion Surveys, Sustainable Tourism

## INTRODUCCIÓN

Debido a la situación sanitaria mundial del COVID-19, nos hemos encontrado con la paralización de las actividades turísticas, siendo una de las actividades más demandadas en la economía mundial, provocando un efecto dominó: los turistas no deciden viajar causando la caída de ingresos del sector turístico y hotelero, lo que trae consigo la quiebra y el cierre de empresas con el respectivo recorte de personal.

Debido a muchas limitantes a la hora de ejercer el turismo debido a la situación actual, nuestro país necesita ofertar un mejor turismo, mirar hacia la sostenibilidad de sus recursos si quiere salir impulsando la débil economía que el mundo actualmente está atravesando junto con la acumulación de recesiones económicas anteriores.

El turismo sostenible es aquel desarrollo, que expresa la consideración de los ambientes naturales y culturales, para así satisfacer las necesidades del presente, asegurando poder satisfacerlas en el futuro, la gestión de este desarrollo emplea los recursos de manera consciente sin agotarlos, posibilitando su renovación, respetando los procesos que permiten hacerlo. (entornoturístico, 2018)

Los recursos naturales pueden ser mejor gestionados si llevamos un enfoque sostenible con el entorno natural y cultural, pudiendo continuar ofertando el turismo por mucho más tiempo y con mejores avances para el bien de todos. Para llegar a este punto, debemos medir la percepción de la ciudadanía en general sobre sus criterios o pensamientos de como analizan la situación actual y como está afectando.

## **Contextos de la investigación**

### **Contexto Macro (regional, nacional, internacional)**

Según (UNWTO, 2020) “La última edición del Barómetro OMT del Turismo Mundial muestra que el confinamiento casi total impuesto como respuesta a la pandemia redujo en mayo el número de turistas internacionales en un 98% en comparación con 2019.”

### **Contexto Meso (institucional)**

Según el (Ministerio de Turismo EC, 2020) a enero de 2020, este sector ocupa el 6,1% del total de empleados en la economía, ya que el turismo es una actividad intensiva en mano de obra. Este aporte ubica a la actividad de alojamiento y servicios de comida entre las 6 industrias económicas de mayor contribución al empleo nacional.

### **Contexto Micro (regional, nacional, internacional)**

La universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, consecuente con el pedido del Municipio de Manta, en relación a la situación pandémica, contribuyó a través de sus diferentes facultades a elaborar “El plan de sostenibilidad y reactivación económica del cantón Manta”, donde incluye estudios sobre el sector comercial, industrial, construcción, turismo y hotelería, la facultad de hospitalidad y turismo, presenta un portafolio de estrategias de recuperación para contribuir con la toma de decisiones, cuya información fue proporcionada por el Observatorio Turístico Zonal 4 ULEAM, apoyado por el inventario actualizado de activos ambientales, los activos socioculturales, y la identificación del sector. (Becerra, Becerra, & Vicent, 2020)

La investigación del trabajo apunta a conocer la opinión pública sobre las actividades turísticas que la ciudad debe retomar luego de que la pandemia se haya terminado y decidir si la ciudad de Manta está preparada para convertirse en un referente turístico sostenible a nivel nacional e internacional, formulándose el siguiente problema de Investigación: ¿Cómo percibe la población mantense que serán las actividades turísticas cuando haya terminado la pandemia de COVID-19?

**El objeto de estudio** a tratarse en la investigación recae en la opinión pública sobre las actividades turísticas y cómo se desarrollarían en el contexto actual.

Mientras que su **campo de acción** está en el diseño de una encuesta de opinión y un estudio de criterio de usuario para conocer las opiniones y los temas relevantes al mismo.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Conocer cómo se desarrollarían las actividades turísticas en la ciudad cuando ya no haya COVID-19, si se deberían decantar por un modelo más sostenible y qué es lo que la población opina de estos temas

El tema de investigación aborda LA PERCEPCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA DE LA CIUDAD DE MANTA Y EL USO DEL ESTUDIO DE USUARIO, Siendo el uso del estudio de usuario la **variable independiente** y La percepción de la opinión pública de la Ciudad de Manta, **la dependiente**, ya que se necesita del uso del estudio de usuario para medir la opinión pública que se necesita conocer para tomar medidas a la hora de apertura los servicios turísticos completamente.

## **OBJETIVO GENERAL**

- evaluar la percepción de la opinión pública en la ciudad de Manta con respecto al turismo Post-COVID-19, mediante el procesamiento y análisis de datos obtenidos de la percepción común de la población mantense, que contribuirán como un indicador de estudios de usuario para futuros planes turísticos y desarrollo hotelero.

### **Objetivos Específicos**

- Conocer el funcionamiento de los estudios de usuario y las encuestas de opinión como herramientas de extracción de opinión pública que servirá de base teórica para la investigación.
- Identificar los parámetros con los que se medirá la opinión pública de la población para convertirlos a datos cuantificables.
- Implementar un modelo de cuantificación de datos basados en los parámetros establecidos que nos permita conocer la situación real.
- Sintetizar la información obtenida de los parámetros de medición y objetividad que nos ayudarán a solidificar la credibilidad de la investigación.

En el **diseño metodológico** de presente proyecto está vinculado principalmente con la utilización de herramientas de campo: encuestas por medio virtual por la situación actual que se está atravesando. La metodología es mixta, combina la obtención de datos estadísticos cualitativos y cuantitativos que nos permitan medir la percepción ciudadana con respecto al tema que interesa conocer en esta investigación.

El proyecto se estructura en: **Capítulo I**, es la parte teórica de la investigación, anexando artículos relacionados con el tema, citación de autores en los conceptos que estén de la

mano con la información necesaria, en la cual se incluye argumentación de lo abordado.

**El Capítulo II**, corresponde a los métodos específicos utilizados, las técnicas, herramientas a utilizar en la investigación, la metodología que se maneja es de tipo descriptiva, para ello se utilizan encuestas con valores cualitativos y cuantitativos. **El Capítulo III**, información relacionada con la investigación, se analizan y sintetizan los resultados que se han obtenido en relación con el campo de estudio. Posterior a esto, se detallarán las **conclusiones y recomendaciones** de la investigación.

## MARCO TEÓRICO

### **Panorama del turismo en la pandemia de COVID-19 en Ecuador**

La enfermedad COVID-19 se extendió a los cinco continentes en un período de tres meses. En el caso de América Latina y el Caribe, los primeros brotes se presentaron a finales de febrero de 2020, lo cual llevó a los gobiernos de la región a tomar medidas de contención contra el virus, sobre todo a partir del 11 de marzo de 2020. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021).

La estimación del impacto de la caída de la actividad turística está rodeada de una enorme incertidumbre y depende de varios factores. Estos incluyen la progresión de la pandemia, la velocidad del cambio de las políticas, las respuestas de comportamiento de los turistas residentes y visitantes, y los impactos de los bajos niveles sostenidos de actividad y los mayores costos operativos en la supervivencia de las empresas turísticas. Además, su recuperación también dependerá de varios factores, entre los que destaca la reactivación de los viajes nacionales antes que el turismo internacional, ya que las restricciones al primero se levantarán antes.

En un escenario bastante ajetreado, los flujos turísticos mensuales irán tomando en consideración algunos patrones como la recuperación de los ingresos internos y externos, haciendo probable que el turismo sea diferente, ya que las restricciones sobre el primero se levanten antes que sobre el segundo. El flujo de turistas ha cambiado de acuerdo a los fuertes movimientos estacionales y al hecho de que algunos países tuvieron su pico de turismo meses antes de la pandemia. El alto grado de incertidumbre ha hecho mucha merma en cómo perciban de seguro o no el destino turístico y dado que el distanciamiento social será la norma, el sector turístico no se recuperará por completo, sino que evolucionará poco a poco en los escenarios pesimistas, base y optimista.

Luego de que la Organización Mundial de Salud llego a emitir la declaratoria del COVID19, Ecuador tomó medidas de confinamiento y de bioseguridad, provocando de esta manera una nueva normalidad; la crisis sanitaria ha provocado una fuerte inestabilidad económica ocasionada por el cierre temporal de las empresas y pequeños negocios de los distintos lugares del país. Manta llega a ser el primer puerto marítimo, turístico y pesquero del Ecuador, donde se da una parada obligatoria de los cruceros internacionales y de los turistas, los cuales, requieren disfrutar de los atractivos naturales que tiene la costa ecuatoriana, de acuerdo a las comodidades que se dan por la infraestructura que tiene el turismo. (Becerra, Vega, & Orellana, 2021).

La inversión en el sector turístico es un acierto seguro para la reactivación económica y social después de la crisis. Las políticas organizadas hacia el turismo sustentable pueden reducir significativamente la pobreza y fomentar el espíritu empresarial entre los grupos vulnerables. Además, los esfuerzos en la conservación responsable de los recursos naturales y culturales son una oportunidad para posicionar al turismo como una actividad sostenible.

Por lo tanto, es hora de repensar el turismo ecuatoriano desde una perspectiva de resiliencia y sustentabilidad económica, social y ambiental. Implica reconocer las amenazas y oportunidades de cada territorio. La recuperación a medio plazo del sector debe estar guiada por la gestión del turismo activo. Es necesario asegurar la participación constante de los gobiernos nacionales y locales, las grandes y pequeñas empresas y los consumidores. Asimismo, se debe fomentar la colaboración internacional para la generación de redes para implementar medidas de control en caso de nuevos brotes pandémicos. Los elementos mencionados anteriormente permiten que el turismo se adapte rápidamente a los nuevos escenarios relacionados con COVID-19.

## **La sostenibilidad como nueva impronta del turismo post-COVID-19**

El turismo es un importante motor económico, en algunos lugares imprescindibles para el desarrollo de sus sociedades, y para sacarle el máximo provecho en muchos casos se ofrece “barra libre” al turista para que deje su dinero a cualquier precio, aunque implique causar un grave daño ecológico. (Ruiz, 2018).

La manera en cómo se realiza el turismo no puede seguir sosteniéndose por muchas décadas y debe reestructurarse independientemente de que una pandemia mundial suceda y afecte sus rubros principales. Los recursos naturales, culturales y paisajísticos no son renovables y deben de aprovecharse de una manera que no dañen su integridad y contaminen agresivamente.

Así lo indica (Expansión.mx, 2018): “La huella de carbono del turismo mundial aumentó cuatro veces más de lo que se creía hasta ahora, según un estudio publicado en Australia, que le atribuyó el 8% de las emisiones de gases contaminantes del mundo.”

El sector turístico es un sistema complejo, que incluye industrias de transporte, edificación y construcción, manejo de alimentos y residuos, entre otras, produciendo la mayor parte de todas las emisiones de CO<sub>2</sub>. Aunque las emisiones del transporte turístico son relativamente fáciles de medir con precisión, las emisiones generadas en otras partes del sector turístico, incluida la construcción y operación de hoteles, la producción de alimentos, la gestión de desechos relacionados con el turismo y el sector de servicios, son más difíciles de cuantificar y medir. A medida que se desarrolla la situación, ¿Cómo se puede garantizar que la industria del turismo no solo se recupere de la crisis causada por el COVID-19, sino que también incorpore las lecciones aprendidas y se vuelva más sostenible en el futuro?

## **¿El turismo sostenible puede ayudarnos contra la pandemia del COVID-19?**

Pandemia y cambio climático son dos procesos que refieren a una misma causa: el crecimiento económico global impuesto como patrón, único, de desarrollo mundial, en un planeta con población creciente y constante presión por el aprovechamiento de unos recursos naturales finitos. (Olcina, 2020).

Los recursos que tenemos no serán perennes, ya que hemos visto muy evidentemente cómo en 20 años, las posibilidades de aún mantener los ecosistemas y las ciudades cada vez son más difíciles. Un cambio climático evidente y una década incierta de pandemias provocadas por virus desconocidos, producto de una deficiente investigación sobre ellos, están afectando la forma en cómo esta industria funciona, pero nuestra responsabilidad es orientarla a soluciones que sean efectivas para ambos lados, ya que en estos dos frentes ocurren varias de las consecuencias que la industria está sufriendo.

La pandemia de COVID-19 obligará al sector turístico a cambiar su enfoque hacia la resiliencia, la sostenibilidad y la interconexión entre las diversas partes interesadas del sector. La naturaleza presencial del sector turístico es compatible con las tendencias de sostenibilidad que ocurren en cualquier otra industria relevante, pudiendo y debiendo, aplicarse al turismo. Es por eso que las tendencias globales de energía limpia, edificios ecológicos y gestión sostenible de residuos, por ejemplo, también se reflejarán en el turismo.

“Necesitamos adoptar un enfoque basado en la ciencia y apoyar a los gobiernos, las empresas y las comunidades locales para garantizar que estamos tomando las medidas más efectivas para proteger la higiene y la salud sin crear contaminación ni causar daños a nuestro entorno natural.” (UNWTO, 2020).

Al mismo tiempo, la demanda de los consumidores de prácticas sostenibles en el turismo irá creciendo inevitablemente, lo que lleva al sector a responder. Sin embargo, el comportamiento de los consumidores seguirá siendo difícil de predecir en lo que respecta al turismo, que definitivamente es algo en lo que la industria debería trabajar para mejorar en los próximos años.

### **¿Cuáles serán las tendencias en turismo sostenible?**

El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas. Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige la sostenibilidad de los recursos de los que depende. (Entorno Turístico Staff, 2017).

Los objetivos del turismo sostenible son minimizar los impactos negativos y maximizar los impactos sociales, económicos y ambientales positivos del turismo en las comunidades y entornos de destino, mediante la promoción del consumo y la producción éticos entre los turistas y todas las partes interesadas.

La sostenibilidad en el turismo se relaciona, en primer lugar, con cuestiones de los entornos naturales y culturales. El turismo a menudo puede causar daños ambientales que van desde la transformación de lugares con riesgos como la erosión, la contaminación, la pérdida de hábitats naturales y los incendios forestales, hasta el impacto en el clima y la troposfera en general (p. Ej., Contaminación del aire, CO<sub>2</sub> huellas dejadas por los viajes) y consumo de recursos.

Sin embargo, la presencia de un número cada vez mayor de turistas en destinos populares en todo el mundo ha provocado muchos problemas y ha dado lugar a muchos conflictos. La excesiva concentración del tráfico turístico, conocida como “sobre turismo” o “saturación turística”, conduce al hacinamiento en lugares atractivos, describe los efectos negativos del turismo y se ha aplicado al problema del número excesivo de turistas en las ciudades, a lo largo de las costas y en áreas naturalmente valiosas.

### **Nuevas maneras de pensar después de la pandemia para ser mucho más sostenible el turismo.**

El futuro del turismo debe ser sostenible para todos. Los trabajadores son la cara de la industria; por lo tanto, el trabajo decente, la protección de los derechos laborales y de salud y la profesionalización son clave para reiniciar una industria más competitiva. Del mismo modo, las microempresas y las pymes son los principales proveedores turísticos de la región y aportan una importante cantidad de empleo. (CEPAL, 2021)

Si bien una pandemia mundial puede no eliminar el turismo, puede cambiarlo enormemente. La industria del turismo mundial se ha detenido y, en consecuencia, la preocupación por el sobre-turismo ha sido reemplazada por una nueva preocupación de que la falta de turismo amenazará el futuro de las economías y sociedades en todo el mundo.

Así mismo, (CEPAL, 2021), indica que: “La conmoción en los negocios y las próximas tendencias turísticas exigen la construcción de modernas habilidades empresariales, financieras y digitales, así como el acceso a financiamiento para la innovación.”

Sin embargo, dado que toda crisis también representa una oportunidad, pensamos y esperamos que el cambio post-COVID presente una oportunidad para modificar los comportamientos de los turistas, habiendo ahora una evolución en la dirección de que los destinos se adapten a las necesidades de sostenibilidad y la posibilidad de descubrir ellos.

Existen diversos componentes que afectan al turismo y uno de ellos es el transporte, uno de los ejes vertebrales que es capaz de fomentar la actividad turística, comunicando a varias localidades y generando empleo (mayormente informal). El desarrollo de nuevos modos de transporte sostenibles, la reducción de los impactos negativos y la planificación desempeñarán un papel fundamental en este proceso, llamándolo movilidad turística sostenible.

Según (Martínez Álvaro, 2021) “La combinación de ambos enfoques, el de la movilidad sostenible y el del turismo competitivo, presenta una importante potencialidad. Un planteamiento adecuado puede facilitar simultáneamente una mejora ambiental y una ventaja económica.”

Parecería que, en el turismo, y especialmente en las relaciones transporte-turismo, tres elementos serán importantes para un uso más sostenible: turismo de proximidad, viajes más lentos, de bajo consumo energético y transporte verde.

**Turismo de proximidad:** Según indica (blog.avanzabus.com, 2021) es “viajar a aquellas zonas cercanas a nuestro lugar de residencia habitual, ya sea nuestro municipio, comarca o región y puede darse con pernoctaciones o sin ellas, usando el transporte por carretera o el ferrocarril, sólo de fin de semana o aprovechando puentes y días festivos”.

Para que el turismo pueda generarse de manera sostenible debe reducirse la distancia entre los mercados residenciales y de estancia de los turistas, cuanto más corta la estancia, más corta debe ser la ruta de viaje. También es importante moldear los

mercados de destinos turísticos y las decisiones de comportamiento de los turistas, que deben intentar elegir destinos turísticos más cercanos a sus lugares de residencia.

**Viajes de baja velocidad y energía reducida:** “El visitante del futuro será más calmado; viajará menos, pero se quedará más tiempo en cada sitio. Pero la pandemia también ha constituido un shock inesperado del que tenemos que aprender que si bien el turismo es un sector económico que tiene que seguir teniendo un papel importante en una economía bien diversificada, no debería, en cambio, convertirse en primordial.” (Mas-Colell, 2021).

La esencia de esto es el acceso (su duración y elección del medio de transporte), la frecuencia de los viajes turísticos y la duración de la estancia (y la elección de los medios de transporte específicos durante la estancia). Debe concederse mayor importancia al uso por parte de los turistas de los medios de transporte menos dañinos y ofrecer estancias más duraderas con actividades más emocionantes.

**Transporte verde:** Según (Castaño Molina & Valencia Arias, 2016) “La prestación del servicio de transporte es un estímulo importante en el desarrollo turístico de una región, ya que éste ha representado el medio por el cual los turistas llegan a un destino”.

Se debe aumentar el uso del movimiento no motorizado en las zonas turísticas, que puede (según el entorno natural y las posibilidades) implicar caminar, andar en bicicleta o recorridos en cuerpos de agua. Sin embargo, se necesita una estrategia y una propuesta para ello, siendo necesario que existan posibilidades reales para el transporte y la necesaria organización en el área turística.

**Facilitación de los viajes:** Según (UNWTO, 2020) “La facilitación de los viajes turísticos se relaciona íntimamente con el desarrollo turístico y puede ser una herramienta

para fomentar una mayor demanda e impulsar el desarrollo económico, la creación de empleo y el entendimiento internacional.”

Los viajes pueden ser más accesibles y con una oferta interesante, proponiendo presupuestos que llamen la atención e inviten a que se dinamice el turismo, ya que el inconveniente con la forma de hacer turismo local es confiar en la asistencia masiva del turista nacional, pero con la situación sanitaria actual, se debe empelar estrategias para empezar a valorar turistas de calidad y no cantidad, para seguir conservando los recursos con los que se podría seguir haciendo turismo por muchos mas años.

### **Indicadores de Sostenibilidad Turística**

La sostenibilidad turística, según (Esposito, 2018) “Es aquel desarrollo, que expresa la consideración de los ambientes naturales y culturales, para así satisfacer las necesidades del presente, asegurando poder satisfacerlas en el futuro, la gestión de este desarrollo emplea los recursos de manera consciente sin agotarlos.”

Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico, debiendo establecerse un adecuado equilibrio entre estas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Como no podía ser de otro modo, también el sector turístico ha hecho uso de los indicadores como instrumento de medición de su sostenibilidad elaborando propuestas de diferente naturaleza. Así, de forma progresiva, se ha configurado un amplísimo corpus con el que observar los más distintos aspectos de la actividad. (Trujillo, Garzón, & Ramírez, 2018).

La sustentabilidad puede medirse en las actividades e intenciones que se quieren obtener cuando se piensa en el impacto del medio ambiente con las actividades masivas

turísticas a las que se está acostumbrado. Sin embargo, algunas van más allá de lo que hace un turista, permitiendo analizar más variables que no se presentan exponencialmente, pero con el tiempo irán manifestándose y su medición será más exacta conforme el tiempo y la exposición del recurso natural o cultural al turismo.

Estos parámetros corresponden a los autores y en ellos relejan las variables que participan cuando hay actividad turística y otras que mejoran procesos tradicionales para transformarlos en actividades sostenibles.

**Pertinencia:** Responde a cuestiones específicas de interés

**Rigor:** Está basado en criterios técnicos y científicos

**Posibilidad de aplicación:** Tiene perspectivas reales de obtener y analizar la información necesaria

**Disponibilidad:** Utiliza datos procedentes de fuentes accesibles y fiables

**Transparencia:** Se apoya en una metodología clara de construcción y recogida de datos

**Eficiencia:** Es mensurable con costes económicos y de tiempo razonables

**Fiabilidad:** Refleja una imagen fiel de la realidad a través de datos representativos

**Claridad:** Proporciona información de fácil comprensión

**Comparabilidad:** Permite cotejar la información en momentos y espacios diferentes

**Sensibilidad a los cambios:** Posibilita la identificación de variaciones en el tiempo y en el espacio

**Participación:** Tiene capacidad de dar respuesta a los agentes implicados y despertar su interés.

## **El estudio de usuario y opinión pública en las actividades turísticas**

El estudio de usuario, es entendido como método que se estructura a partir de la comprensión subjetiva de la realidad, basándose en el conocimiento y juicio de sujetos sometido a diferente grado de implicación con el resultado científico. El mismo, he considerado como un método de naturaleza empírica en la cual a través de los estudios a sujetos beneficiarios directo de una propuesta o resultado científico permiten valorar la factibilidad o viabilidad de su implementación en los contextos sociales. (Nápoles, 2016).

En términos simples, el estudio de usuario se apoya en el desarrollo de las opiniones sostenidas por la gente en un momento determinado sobre un tema determinado. En un sentido estricto puede significar una masa no contigua y transitoria de individuos con un interés común o general.

Un número de personas puede dispersarse en diferentes lugares, reaccionar a un estímulo común proporcionado por medios de comunicación indirectos y mecánicos como periódicos, revistas, radios, televisores, películas, carteles y folletos, etc. El público en este sentido se refiere a un grupo de personas que se enfrentan a un problema, divididos en sus ideas, participan en una discusión sobre el tema y llegan a una decisión.

Para ser eficaz, una opinión pública debe preocupar a la comunidad en su conjunto, el problema de la opinión pública sería un problema para la mayoría de los miembros de la comunidad o la sociedad, de lo contrario, no se extenderá ni se sostendrá. Ejemplo de esta frase es una comunidad donde la pobreza no es el problema y todo el mundo está muy por encima de la línea de pobreza, cualquier cuestión sobre la pobreza no tocará su mente, ya que están bastante bien asentados económicamente.

Desde una perspectiva sociológica más amplia, podría decirse que la actitud de la sociedad local hacia los turistas puede afectar al sistema de interacciones que se genera

en el entorno donde actúan los turistas y, en consecuencia, perturbar la experiencia del turismo para todos los agentes implicados. (Mantecón, 2016).

La opinión pública turística es la opinión pública que toma el turismo como tema principal en la situación y permite que se desarrollen juicios de acuerdo a las interacciones que fluctúen en el entorno, lo que hace que los turistas tengan una impresión positiva o negativa hacia los destinos turísticos y son capaces de albergar sentimientos, intenciones, actitudes y opiniones sobre asuntos que les interesan o que son muy cercanos relacionados con sus intereses.

La opinión pública turística, en las condiciones sociales adecuadas, es expresada tanto en plataforma de redes, medios digitales y de difusión. En comparación con los cuestionarios tradicionales, el internet puede reflejar las percepciones y opiniones de los turistas más de forma realista e instantánea.

Los estudios acerca de las actitudes hacia el turismo en la población receptora que de algún modo se inspiran en los fundamentos teóricos de la TIS se asientan sobre una premisa asumida como incuestionable por los investigadores: los encuestados emiten sus valoraciones a partir de juicios individuales y racionales acerca de los beneficios y costes que el turismo les supone. (Mantecón, 2016).

La opinión pública de los residentes locales de la ciudad (Manta), son siempre los receptores de los impactos económicos, ambientales y socioculturales del desarrollo turístico. Los impactos percibidos por los residentes, las actitudes hacia el turismo y las acciones de apoyo o de oposición resultantes afectan colectivamente el éxito del turismo, pero no se comprenden a fondo, especialmente en regiones pequeñas con un rápido crecimiento como lo es nuestro país, por lo que averiguarlo es un asunto importante para medir futuros procesos turísticos que ayuden a promover iniciativas muy ligadas a

fortalecer la lealtad turística, que es un indicador esencial para reestablecer uno de los rubros económicos más importante de nuestro país.

### **El Sondeo de Opinión como herramienta para medir la percepción acerca del turismo post-COVID-19.**

Las encuestas de opinión son una herramienta de investigación de mercado que le permite a las empresas obtener opiniones sobre cualquier tipo de tema, incluso de temas personales, políticos y sociales. Se pueden llevar a cabo a través de una llamada telefónica, emails o incluso se puede incrustar en una página web. También puedes realizar una Sondeo de Opinión a través de redes sociales como Facebook, Twitter y LinkedIn. (QuestionPro, 2021).

Las encuestas han cambiado a lo largo de los años, recopilando informalmente opiniones de una población o grupo no aleatorio. Los periódicos y las redes sociales continúan la tradición de las encuestas no oficiales, principalmente porque los lectores interesados desean expresar su opinión y sirve como un indicador importante para actividades que involucran interacciones sociales. Facebook y los periódicos en línea a menudo ofrecen cuestionarios informales y emergentes que hacen una sola pregunta sobre un evento o tema que puede ser debatible. La encuesta no pretende ser formal, pero proporciona una idea general de lo que piensan los lectores.

Las encuestas de opinión pública actuales son relativamente nuevas y son mucho más sofisticadas, estando cuidadosamente diseñadas para sondear lo que pensamos, queremos y valoramos. La información que recopilan puede ser transmitida a políticos o periódicos, y es analizada por estadísticos y científicos sociales. A medida que los medios de comunicación y las empresas involucradas prestan más atención a las encuestas, un número cada vez mayor se pone en el campo cada semana.

El modo de actuación preferente entre los científicos sociales que han estudiado la percepción de las repercusiones del turismo por parte de la población residente ha entrado en crisis, o en todo caso, ha encallado en una dinámica de resultados reiterativos a la vez que inconexos. (Mantecón, 2016)

La percepción ciudadana con respecto al turismo es siempre controversial y a veces, inexacta, independientemente que el factor credibilidad o disparate de situaciones influya en las conclusiones que se extraigan del estudio de opinión.

Las dinámicas de opiniones ayudan a comprobar de mejor forma las diferentes fluctuaciones de datos que se irán apareciendo a medida que la misma opinión tome una determinada postura y poderla categorizar de una manera apropiada para su respectiva formulación.

### **Ventajas del Sondeo de Opinión para medir la percepción del turismo**

En palabras de (Universidad de Antioquia, 2017) “En todos los casos los cuestionarios de una buena encuesta han de poder registrar tanto opiniones como información objetiva, no sólo para determinar o clasificar a los consumidores o usuarios sino para poder establecer comparaciones.”

Las ventajas de una encuesta de opinión aplicada para el turismo están relacionadas con la información y cómo esta puede ser útil para la implementación de futuros proyectos, teniendo en cuenta cómo estos datos pueden catalogar el comportamiento, los gustos y el contexto de cada individuo encuestado. Se puede:

- Conocer opiniones y diferentes intereses para los turistas
- Implementar estrategias enfocadas a aumentar el flujo de turistas
- Mejorar la experiencia de los clientes a través del conocimiento de los intereses

- Obtener grandes cantidades de información sobre los sitios turísticos más requeridos, para mejorar estrategias que sigan generando ingresos.
- Dar a conocer lugares que cumplan con los gustos de los turistas y darles mayor publicidad.

# MARCO METODOLÓGICO

## **Diseño de investigación**

### **Según su propósito**

#### **Investigación Aplicada**

Según (CRAI, 2018) “La Investigación Aplicada tiene por objetivo resolver un determinado problema o planteamiento específico, enfocándose en la búsqueda y consolidación del conocimiento para su aplicación y, por ende, para el enriquecimiento del desarrollo cultural y científico.”

La investigación es aplicada de forma que el planteamiento está propuesto en una problemática reciente y se necesita información para conocer el fenómeno (turismo post-covid-19) de manera más concisa y su impacto en la opinión popular. Por tanto, la investigación aplicada se optó a utilizarse porque ofrece la opción de aportar con una herramienta de análisis desde una necesidad social (la incertidumbre social del covid-19 y cómo afectará al turismo en Manta)

### **Según su profundidad**

#### **Investigación Exploratoria**

Indica (Ortíz, 2021) “La investigación exploratoria corresponde al primer acercamiento a un tema específico antes de abordarlo en un trabajo investigativo más profundo. Se trata de un proceso para tener información básica relacionada con el problema de investigación.”

La investigación exploratoria es la indicada para abordar un tema que no tiene precedentes en la actualidad y que por su magnitud ha llegado a todos lados en el mundo,

por lo que la información está sugestionada a muchos aspectos que la pandemia de COVID-19 daña directa y colateralmente. Uno de esos aspectos es el turismo y el cómo se va a desarrollar cuando termine la pandemia es un punto de exploración inicial para abordar una cantidad de importantes asuntos que ayudarán a replantear la manera en la que seguiremos haciendo turismo en el futuro.

Según (Marketing E-nquest, 2018) “Las Investigaciones Exploratorias, al no disponer de investigaciones previas, permiten conocer, de primera mano, opiniones de expertos, usuarios, clientes, lo cual es muy útil porque se trata de información única y novedosa.”

La investigación es de carácter exploratoria por las características que la componen, como la poca información que se conoce acerca del turismo en nuestra ciudad y la opinión que tienen las personas del turismo en esta pandemia que se ha suscitado de forma extraordinaria, con los métodos de sondeo de opinión y de estudio de usuario, dieron una primera muestra de la información que antes no existía tanto en este periodo como en las circunstancias del turismo actual.

### **Investigación Explicativa**

“La investigación explicativa se realiza para un problema que no se investigó bien antes, exige prioridades, genera definiciones operativas y proporciona un modelo mejor investigado. En realidad, es un tipo de diseño de investigación que se centra en explicar los aspectos de su estudio.” (Dupuis, 2020)

La investigación explicativa es idónea para esta propuesta, ya que se va a explicar un fenómeno que no ha sido investigado de manera concisa y mucho menos aplicado a nuestra realidad nacional, aportando con la construcción de un modelo fortalecido y

completo sobre el turismo luego de la pandemia COVID-19 y cómo la opinión pública percibe esta información sobre el tema que está actualmente inconclusa y desconocida.

“Su objetivo principal es realizar una aproximación de tipo exploratorio. No busca emitir conclusiones determinantes sobre un asunto, sino conocerlo un poco más a fondo. Suele ser el punto de partida para otras como la aplicada, que sí utiliza métodos cuantitativos.” (Rus Arias, 2020)

En esta investigación, la opción explicativa permite empezar a contribuir con aportaciones más novedosas y obtener la mayor calidad de información posible sobre el tema en cuestión. Sin embargo, a diferencia de la investigación exploratoria, este modelo en particular, descomprime los aspectos más importantes y enfoca la investigación en entender el porqué del problema y su conexión con una solución al mismo.

### **Según su uso de datos**

#### **Investigación cualitativa**

“La investigación cualitativa es un método para recoger y evaluar datos no estandarizados. En la mayoría de los casos se utiliza una muestra pequeña y no representativa con el fin de obtener una comprensión más profunda de sus criterios de decisión y de su motivación.” (Qualtrics, 2019)

En esta investigación, el estudio de usuario es lo que se medirá con el enfoque cualitativo, ya que su principal objetivo como tal es abordar parámetros que no se pueden medir en números y los mismos no se pueden categorizar a partir de una variable en común, por lo que en este aspecto de la investigación se recalca este método para mantener el enfoque humano al proceso investigativo.

## **Investigación Cuantitativa**

“La investigación cuantitativa implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor.” (SIS International Research, 2018).

El aspecto cuantitativo de esta investigación radica en la cuantificación de la opinión pública de la ciudad de Manta con respecto a cómo se van a desarrollar las actividades turísticas cuando la pandemia de COVID-19 llegue a su fin. Por lo tanto, se ubican opciones para determinar hacia dónde va la opinión con respecto al tema y cómo esto nos puede servir de indicador para planificar de mejor forma la apertura del turismo en el periodo post. -pandemia.

## **Enfoque mixto**

En palabras de (QesitonPro, 2021) “La investigación mixta es una metodología de investigación que consiste en recopilar, analizar e integrar tanto investigación cuantitativa como cualitativa.”

La ventaja de tener un enfoque mixto en la investigación se acentúa en la variedad de contenido que se puede medir y analizar para formar los criterios que se desarrollan a partir de los resultados que cada pregunta y en cada respuesta generan. En el estudio de usuario se mide la calidad de las respuestas y cómo estas llegan a un punto en común, describiéndolo, en una palabra, mientras que el sondeo de opinión mide la cantidad de respuestas que coinciden entre los encuestados y se toma en cuenta el criterio más elegido por la población.

## Según su inferencia

### Investigación hipotética-deductiva

“Se ejecuta para crear una teoría científica que tendrá en cuenta los resultados obtenidos a través de la observación directa y experimentación y eso, a través de inferencia, predice efectos adicionales que luego pueden ser verificados o refutados por evidencia empírica derivada de otros experimentos.” (QuestionPro, 2021).

La hipótesis está propuesta en esta investigación y a partir del proceso que se ha ido concretando, podemos decir que se ha elaborado un proceso hipotético que necesita ser verificado mediante los resultados de los análisis cualitativos y cuantitativos que se presenten en la investigación y las directrices que marcarán las conclusiones de la misma. En resumidas cuentas, podemos decir que la hipótesis y la deducción son el resultado final que el proceso investigativo necesita para llegar a un resultado evidente.

### Toma de Muestras

El muestreo es un elemento clave en la metodología de la investigación ya que implica seleccionar a un grupo de elementos que se utilizarán para dirigir un estudio. Por lo tanto, es importante diseñar un plan de muestreo que defina el proceso de selección del grupo de elementos seleccionados. (Cantoni, 2009).

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

N = Tamaño de la población o universo (Población de Manta = 226.477 Hab\*.)

e = Límite aceptable de error de muestra (se ubica 0,01 o 0,09)

p = Variación positiva perteneciente a la población (se ubica 0 y 1)

q = Variación negativa que no pertenece a la población (p\*1)

Z = Grado de confianza de la muestra que desea usar

<b>Z</b>	<b>1,28</b>	<b>1,65</b>	<b>1,96</b>	<b>2,17</b>	<b>2,33</b>	<b>2,58</b>
<b>Nivel de confianza</b>	80%	90%	95%	97%	98%	99%

*Tabla de grado de confianza de la muestra*

\* Según proyección del INEC 2019

### Desarrollo de la fórmula

$$n = \frac{226477 * 1,96^2 * 1 * 1}{(0,01)^2(226477 - 1) + (1,96^2 * 1 * 1)}$$

$$n = \frac{870034.0432}{2268.6016}$$

$$n = 383.51 \cong 384$$

### Herramientas aplicadas en la investigación

#### Sondeo de Opinión

Un sondeo de opinión es un método para recolectar información sobre la opinión pública de un grupo de personas. Esta herramienta generalmente involucra una muestra de participantes que representan una población más grande. (QuestionPro, 2021)

Los sondeos de opinión son esenciales para determinar cuán relevante es un hecho social y cómo la población ha reaccionado al mismo. Se convierte en una herramienta que puede medir a través de preguntas el enfoque de la investigación y a través de esto, se sabrá qué resultados pueden aparecer.

“Es imprescindible como instrumento investigativo, para llegar a diferentes conclusiones basadas en las conjeturas de las personas sobre un tema o sobre una persona como icono de la comunidad; captando de manera regular como actúan y se comportan los humanos en lo social, estudiando y anticipando un desarrollo estable que dan diversos fenómenos como económicos y sociales.” (Definicionyque.es, 2016)

Las encuestas completan el sondeo cuando la muestra de público que se ha obtenido en específico ha sido finalizada y mediante porcentajes y análisis de datos cuantitativos, se revela un mayor sesgo hacia opiniones que coinciden en común.

Idealmente, cuando se elaboran y realizan las encuestas no tienen otra misión que la medición objetiva y sistemática de la opinión pública. No obstante, es posible que el sesgo entre en el proceso en cualquier momento, especialmente en los casos en que el que se encarga de la encuesta tiene un interés en el resultado o desea utilizar el resultado para promover un objetivo en específico.

Indica (CEO - ANTIOQUIA, 2018) “El sondeo investiga acerca de un aspecto de la realidad social, como las opiniones de ciertas personas, o los ingresos de un grupo familiar u hogar.”

Las encuestas nos dicen qué proporción de una población tiene un punto de vista específico. No explican porque los encuestados creen lo que creen o cómo cambiar sus mentes. Las encuestas son una herramienta de medición que nos dice cómo piensa y siente una población sobre cualquier tema dado y es el reflejo de un pensamiento colectivo.

A través de un sondeo de opinión, es posible conocer el camino que tomará el público objetivo, ya que aplicando una o varias preguntas, el investigador puede obtener una gran variedad de respuestas que lo orientarán hacia una mejor toma de decisiones. (QuestionPro, 2021).

Los sondeos de opinión generalmente involucran una muestra de encuestados, extraídos para representar una población relevante más grande, a quienes se les hace una serie estandarizada de preguntas en una forma fija. Los resultados se analizan para toda la muestra de encuestados, así como para sub-muestras específicas que representan subgrupos de la población.

Son buenas herramientas para medir "qué" o "cuánto". Sin embargo, averiguar "cómo" o "por qué" es la función principal de la investigación cualitativa, que incluye especialmente el uso de grupos focales, que implica observar interacciones entre un número limitado de personas en lugar de plantear una serie de preguntas a un individuo en una encuesta en profundidad.

### **Estudio de Usuario**

El objetivo principal de los estudios de usuarios, es conocer los hábitos, comportamientos, motivaciones, actitudes, opiniones, deseos, necesidades, demandas y grado de satisfacción de los individuos en relación tanto con la información como con los servicios de los centros que se la proporcionan. (Martín Moreno, 2007)

Uno de los principales objetivos de los estudios de usuarios es el comportamiento de las personas en su relación con la información. Analizan los hábitos y prácticas de los usuarios y también su grado de satisfacción con la calidad de los servicios de las unidades de información, como bibliotecas, archivos y centros de documentación.

La satisfacción del usuario es una de las prioridades de las unidades de información. De ahí la importancia de los estudios de usuarios, ya que el análisis de su comportamiento y sus valoraciones servirá de base para planificar o mejorar los servicios que ofrecen las unidades de información.

Se trata de un proceso que da importancia a la planificación y la formulación de objetivos de investigación, y los integra como parte de la investigación misma. Además, es un proceso en bucle que no tiene por qué ser largo y costoso, ni ejecutarse una sola vez. Es espiral y tiene el potencial de ser un proceso cíclico e iterativo, y que se puede aplicar según sea necesario en las diferentes etapas de un proceso de diseño y en contextos diferentes. (Artigas, 2016)

Además de su carácter interdisciplinario, la relevancia de los estudios de usuarios radica en el hecho de que se abordan desde la perspectiva de la experiencia del usuario en un contexto informativo determinado. Se trata de un tipo de investigación que utiliza métodos tanto cuantitativos (recopilación de datos) como cualitativos (interpretación de datos, elaboración de conclusiones).

El conjunto de datos y valoraciones que se obtengan permitirá, por un lado, evaluar la calidad de los servicios de las unidades de información, y por otro, realizar propuestas de mejora para satisfacer la necesidad de información del usuario.

Se trata de una actividad que mediante la aplicación de uno o varios métodos busca el conocimiento (identificación y caracterización) de todo lo relativo a las necesidades informativas del ser humano. (Villaseñor, 2010).

Si bien la satisfacción del usuario es una de las prioridades de cualquier servicio de información, cabe señalar que el enfoque de estos estudios se aborda desde la perspectiva del usuario.

En el estudio de usuario, se va a considerar necesidades que se conocen de antemano cuando se investiga un tema en específico. Al empezar con un tema que es tendencia como el COVID-19, se abordan criterios que se deben averiguar mediante de

preguntas con un objetivo fijo, luego de abordarlas, se categorizan de acuerdo al objetivo que se presentó en el principio.

Existe una estrecha relación entre el desarrollo de las colecciones y los estudios de usuarios, dado que, cuando se construye un fondo se lo hace teniendo en mente la satisfacción de una comunidad determinada. (Albornoz, 2015)

Cuando se piensa en estudio de usuarios, se piensa en cómo esa información debe ser atendida y observada para generar directrices que permitan el correcto acercamiento a estudiar los hábitos, comportamientos y actividades comunes de la población que son útiles para generar contenido.

Lo más importante es, por tanto, el estudio y comprensión de los usuarios, de sus prácticas y el uso de la información, en un contexto determinado (social, histórico, cultural, político).

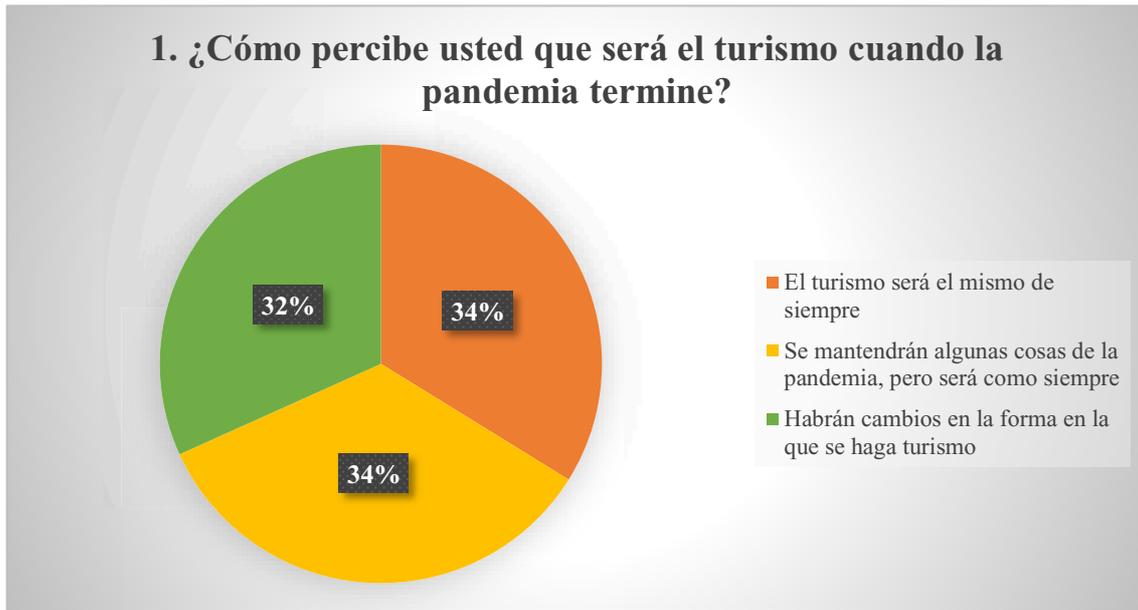
## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

En el capítulo II, se planteó usar como métodos de obtención de información:

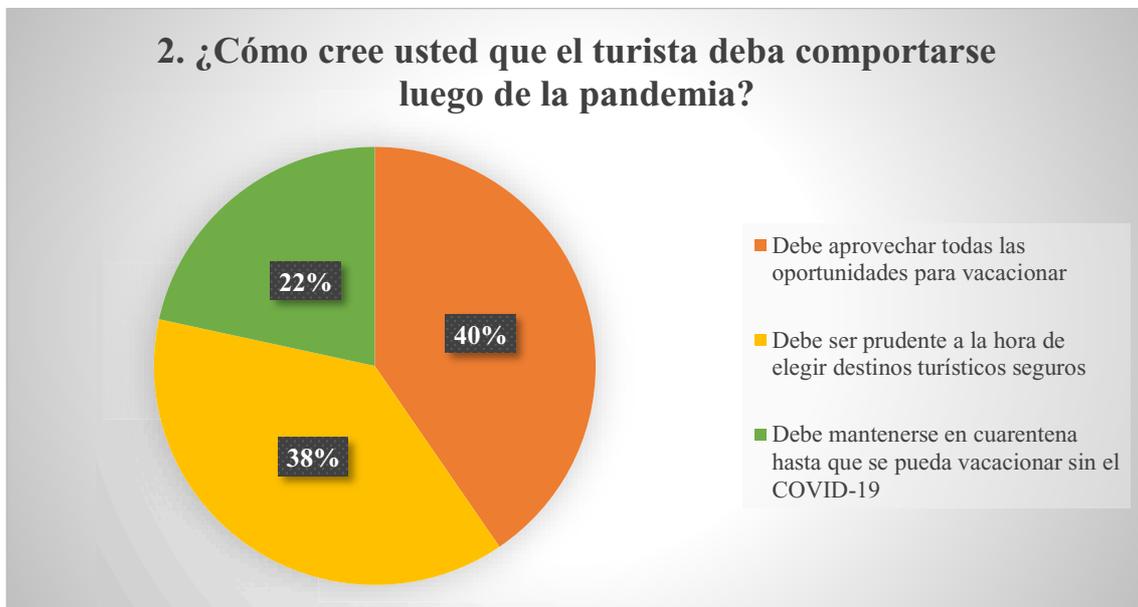
- a. Sondeo de Opinión (Obtención de datos cuantitativos)
- b. Estudio de Usuario (Obtención de datos cualitativos)

El desarrollo de los resultados es el proceso primordial para generar directrices, mismas que estarán como análisis debajo de cada tabla, juntando las directrices del método cuantitativo y cualitativo, se hará una categorización de directrices y estas se convertirán a su vez en criterios que se tomarán en cuenta cuando haya planificaciones de actividades turísticas luego de la pandemia de COVID-19 en Manta.

## Resultados del Sondeo de Opiniones

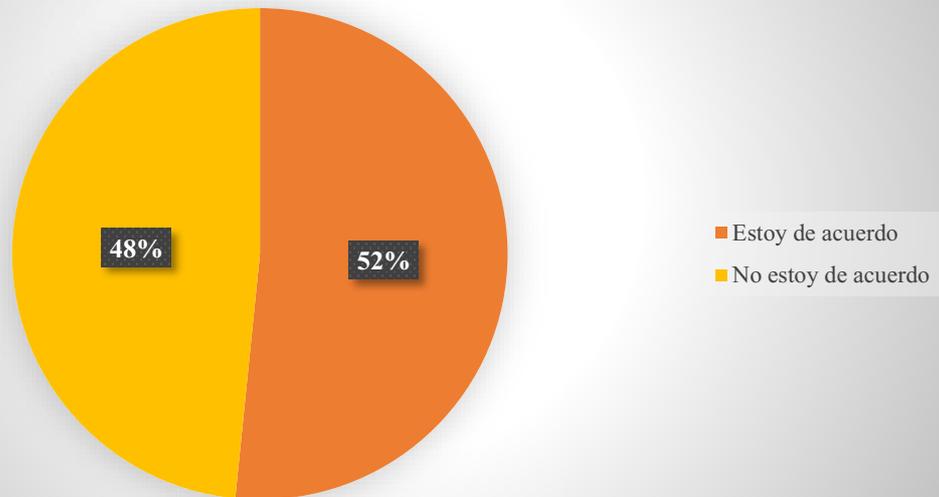


**Análisis:** Hay un acuerdo en común con que se mantendrán las cosas igual y que cambiarán, pero seguirán siendo igual, lo que resume en que aún existe la idea de que el turismo seguirá estando como antes y el restante cree que habrá cambios en el futuro.



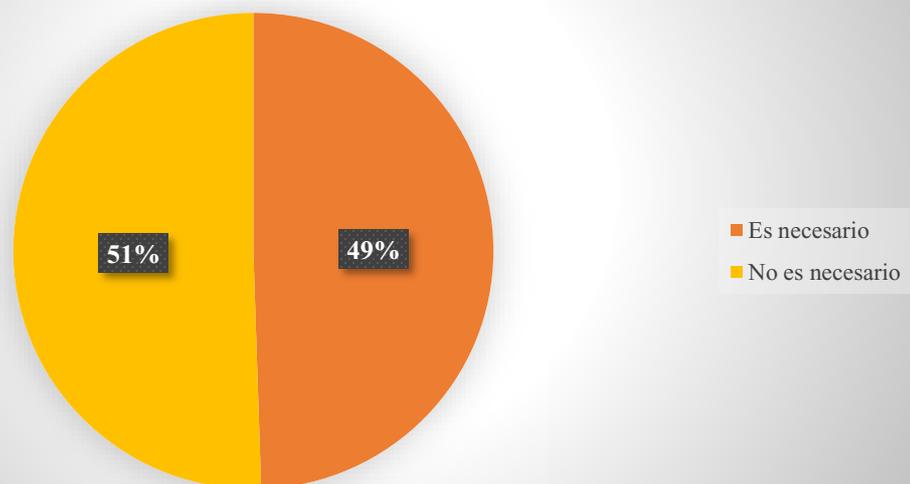
**Análisis:** Se llega a un consenso en que se desea viajar, el 40% aprovechando oportunidades, el 38% quieren elegir un destino seguro y el 22% quiere mantenerse en cuarentena hasta poder viajar plenamente.

**3. ¿Cree usted que el gobierno necesita impulsar un turismo más amigable con el medioambiente?**



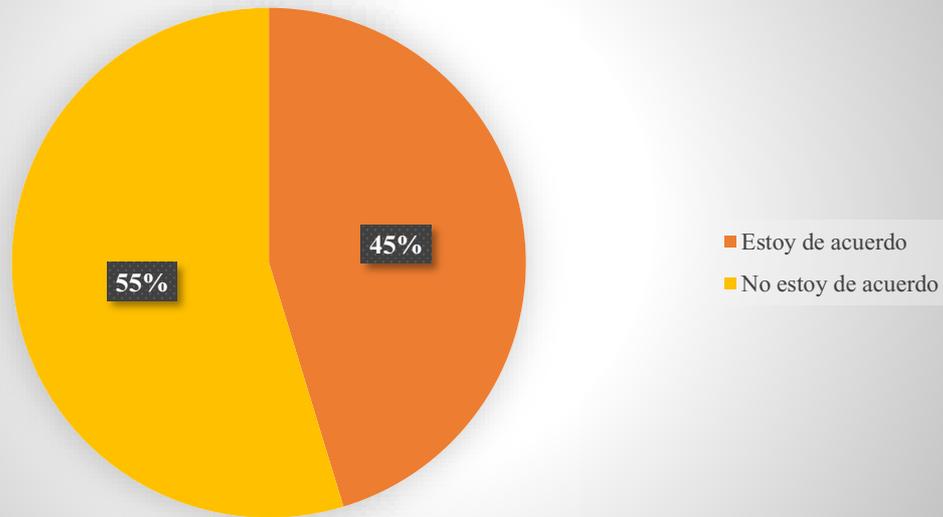
**Análisis:** El 52% está de acuerdo en que el gobierno deba de implementar medidas para un turismo más amigable con el medio ambiente y el 48% no está de acuerdo, por causas de infraestructura, dinero y fuerzas corruptas en las instituciones del estado.

**4. ¿Está usted de acuerdo que los servicios turísticos e infraestructura de transporte (Hoteles, resorts, taxistas, transporte público) deban seguir las normas de bioseguridad luego de la pandemia?**



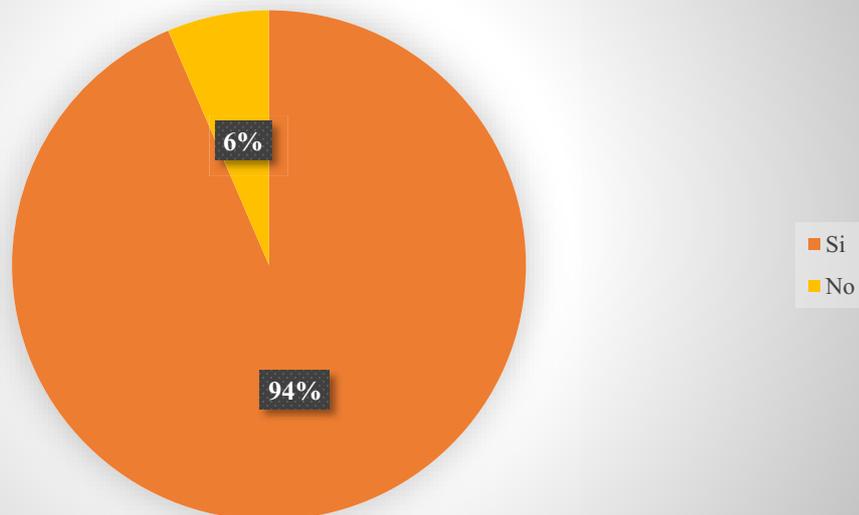
**Análisis:** El 51% cree necesario en que el personal de infraestructura de transportes y hotelería deba mantener las normas de bioseguridad por razones sanitarias, mientras que el 49% considera que no es necesario porque ya la población está vacunada.

5. ¿Está usted de acuerdo que el carnet de vacunación sea la autorización obligatoria para acceder a los servicios turísticos?



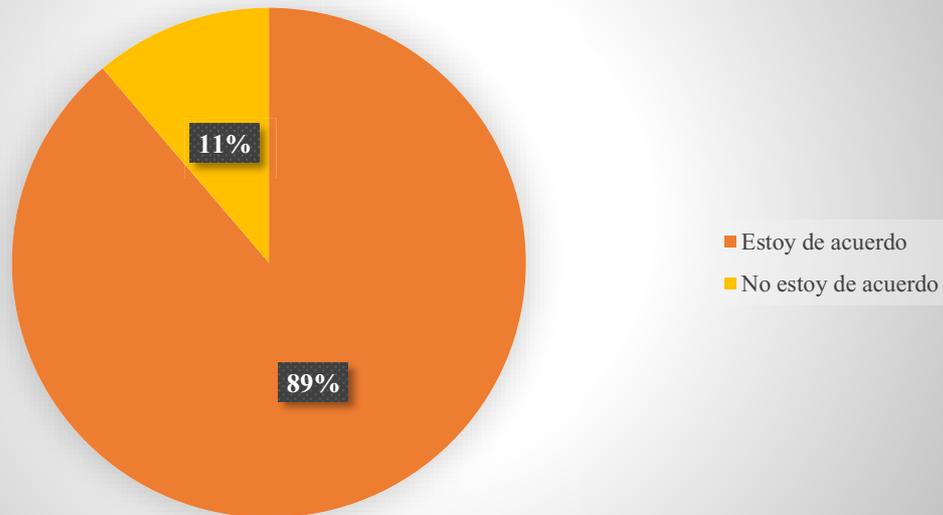
**Análisis:** El 45% está de acuerdo en que se deba tomar el carnet de vacunación para acceder a servicios turísticos para evitar contagios, mientras que el 55% cree que esta medida no va a fomentar el turismo y limitará a las personas de vacacionar libremente

6. ¿Cree usted que involucrar a la población local en las actividades turísticas puede generar empleos y mejorar la economía?



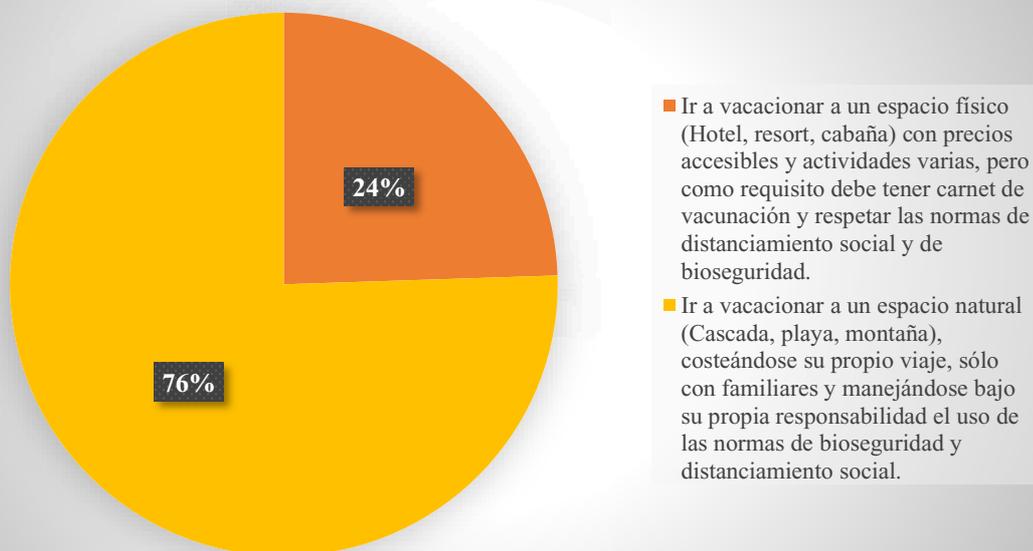
**Análisis:** El 94% está de acuerdo en que la población local si así lo desean, deban participar en la reactivación económica de la ciudad a través del turismo, y un 6% considera que no, ya que no están interesados en ello.

7. ¿Está usted de acuerdo en que los servicios turísticos deban ser más baratos para que mas gente pueda acceder a ellos?



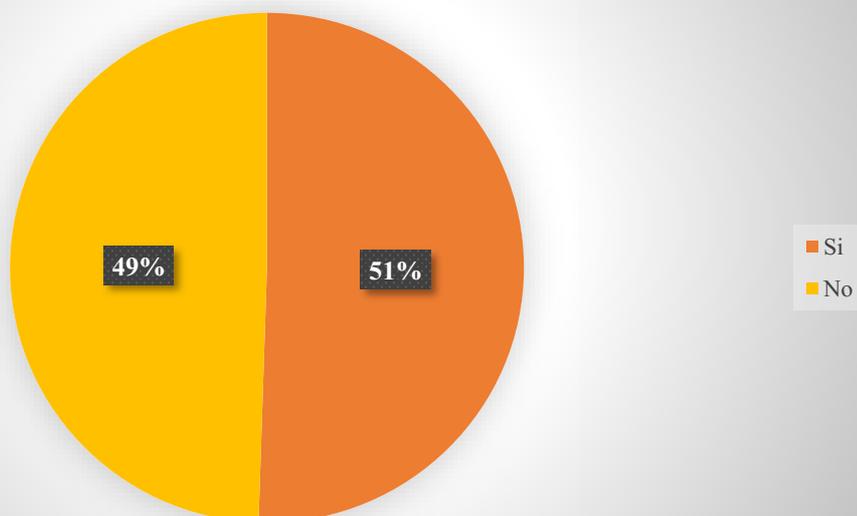
**Análisis:** El 89% está de acuerdo en que los servicios turísticos deban ser más baratos para acceder a ellos y dinamizar la economía, y el 11% consideran que ellos tienen también gastos y deben recuperar dinero como cualquier negocio.

8. Escoja el escenario con el que más se identifique:



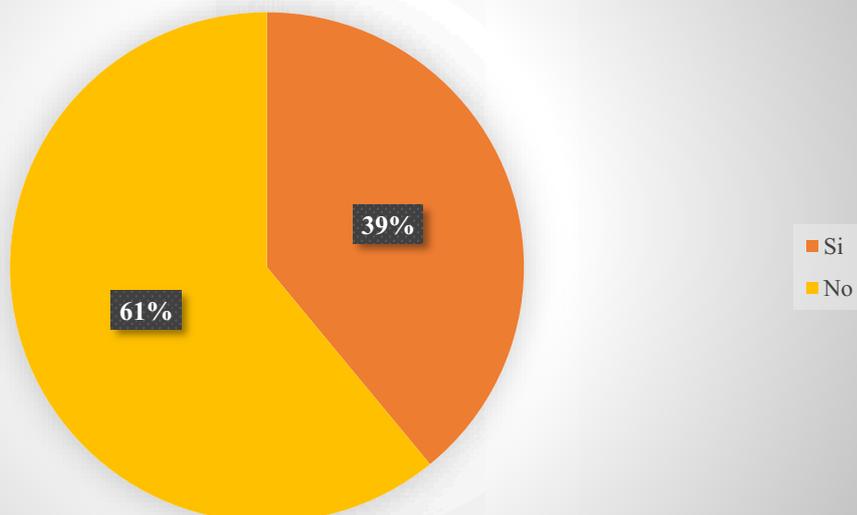
**Análisis:** El 76% desean vacacionar por su cuenta, con sus familiares y con sus propias normas de cuidado sanitario, ya que económicamente no pueden y el 24% considera que si desean ir a un hotel o resort por el confort, servicio y seguridad sanitaria.

9. ¿Cree usted que Manta está preparada para el turismo internacional?



**Análisis:** El 49% opinan que no, que la ciudad no está preparada para el turismo internacional y que se mantenga alejada de población extranjera por el virus y el 51% si, que la ciudad siempre está recibiendo turistas y que se deben seguir manteniendo así.

10. ¿Le gustaría emprender un negocio turístico luego de la pandemia de COVID-19?



**Análisis:** El 61% piensa que no, por lo demorada que está la reactivación económica y la incertidumbre si van a ganar y un 39% si les gustaría tener un negocio turístico, consideran que todo será como antes y pueden crecer económicamente.

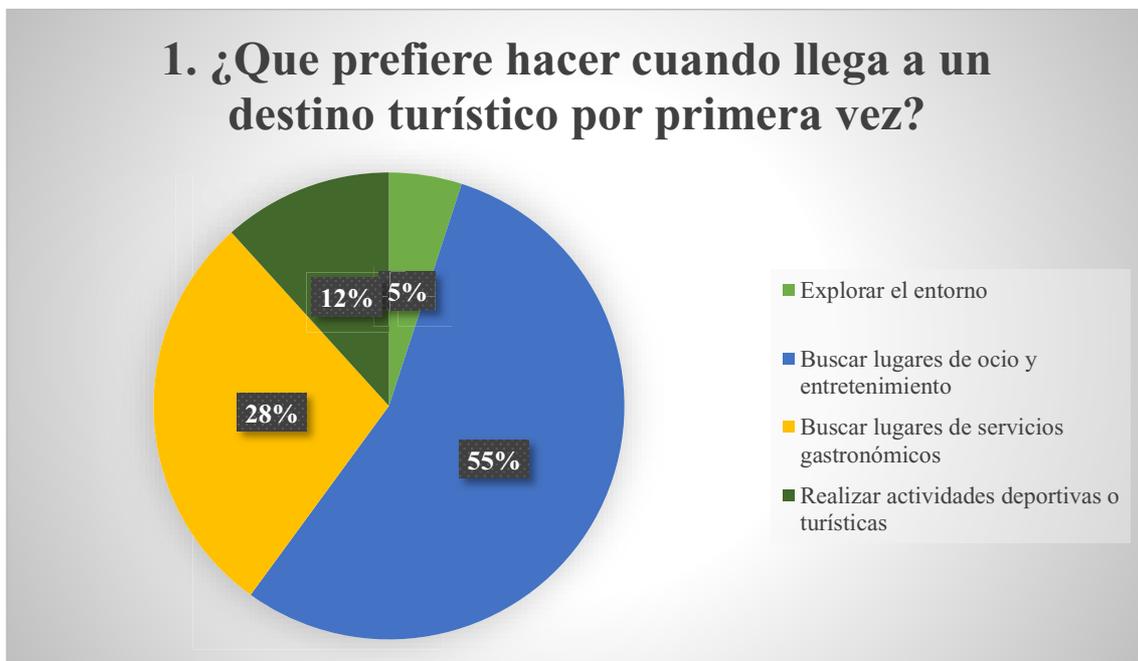
## Estudio de Usuario

La población del estudio de usuario fue reducida a 60 personas, ya que se necesitan escoger personas con actividad turística constante para desarrollar criterios más específicos.

Los datos se pueden recopilar a través de un cuestionario a los usuarios. Cada cuestionario contendrá una serie de preguntas sobre los usuarios y sus decisiones, como preferencias por una actividad sobre otra, situaciones, opciones y recomendaciones.

El resultado es un conjunto de datos descriptivos. Para que sea completo, debe ir acompañado de un análisis en el que se extraiga una conclusión objetiva basada en la interpretación de los datos.

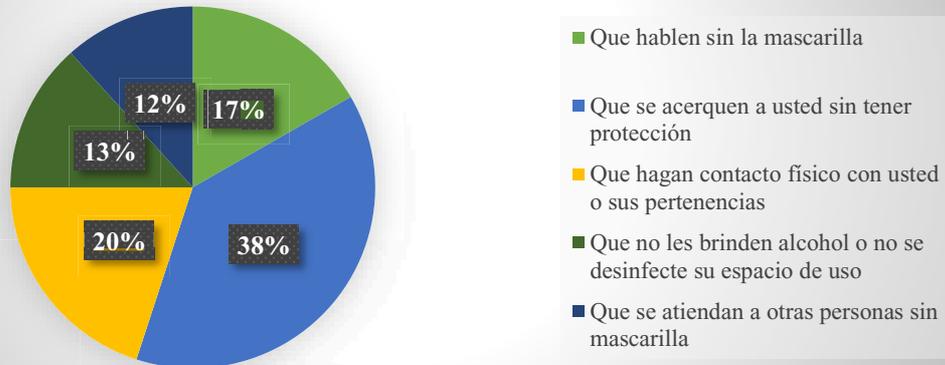
### Resultados del Estudio de Usuario



**Criterios de usuario:** Actividades de usuario

55% prefieren buscar lugares de ocio y entretenimiento

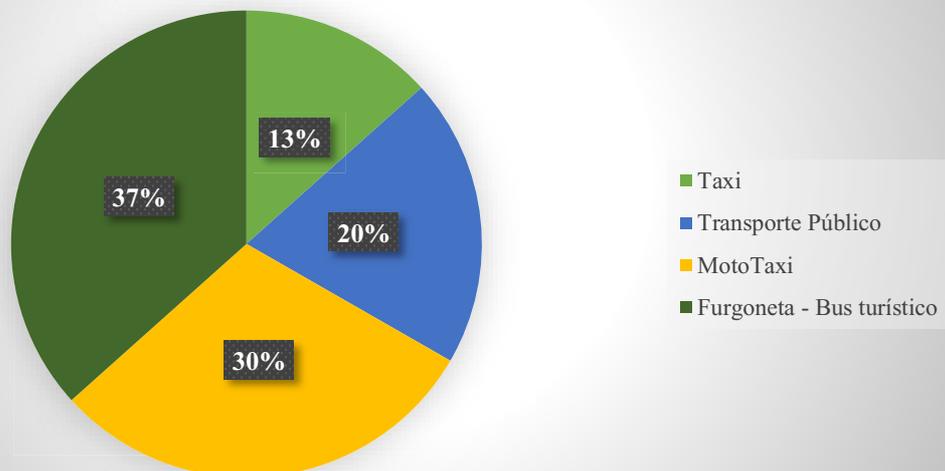
## 2. ¿Qué comportamientos le causan desconfianza en el entorno?



**Criterios de usuario:** Comportamiento de usuario

38% desconfían de las personas que no se protegen y pretenden acercarse a ellos

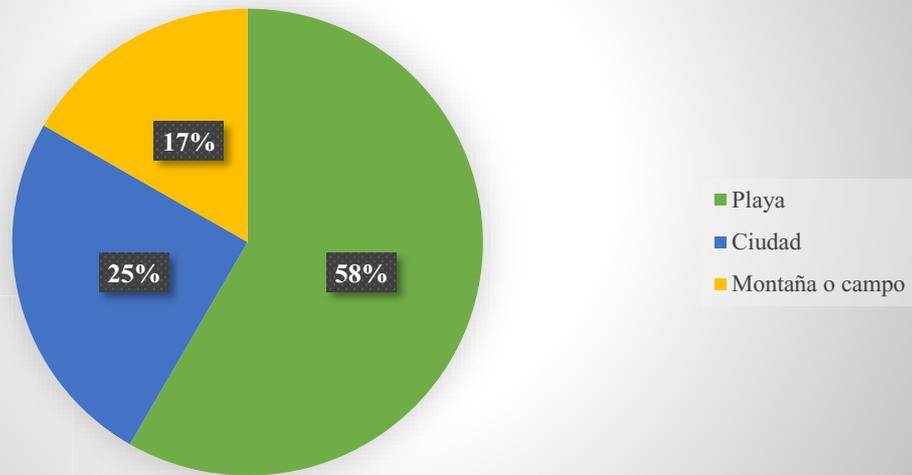
## 3. ¿Qué medio de transporte prefiere usar para movilizarse en el destino turístico?



**Criterios de usuario:** Movilidad del usuario

37% prefieren transportarse en furgoneta o bus turístico

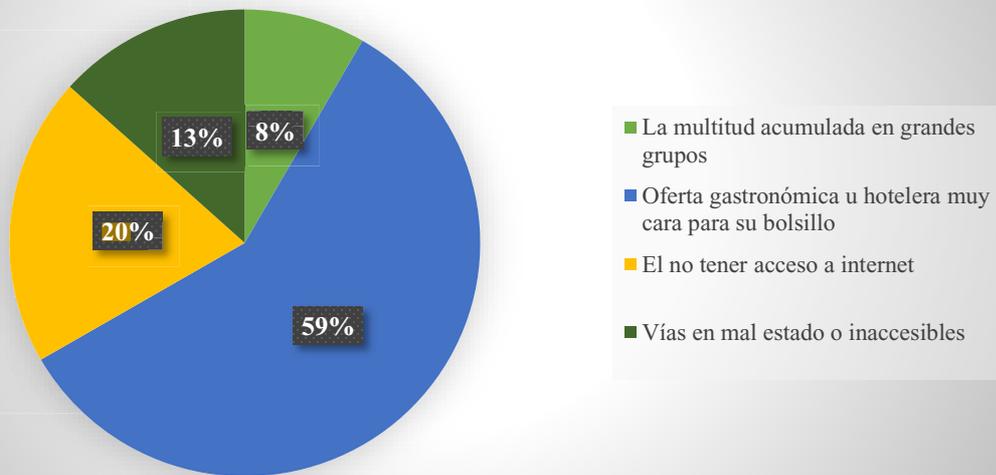
#### 4. ¿Cuál de los siguientes destinos turísticos suele elegir para vacacionar?



**Criterios de usuario:** Preferencias de usuario

58% prefieren vacacionar en la playa

#### 5. ¿Cuál de estos hechos le disgustarían si viajara a un destino turístico natural?



**Criterios de usuario:** Problemas del entorno del usuario

58% les disgustan encontrar ofertas gastronómicas u hoteleras muy caras

## Categorización de criterios de usuario

El objetivo principal de esta fase del análisis de requisitos es obtener una clasificación de los distintos tipos de usuarios y una descripción de las características más relevantes de la población potencial que usará la interfaz de usuario que vamos a diseñar. Con la finalidad de eliminar la separación entre lo que los usuarios conocen y lo que necesitan conocer. (MPIu+a, 2020)

Existen varios métodos para obtener el perfil de los usuarios, siendo los cuestionarios y las entrevistas los más utilizados y con más que probada utilidad para esta finalidad. Una vez analizados los resultados, permiten identificar patrones de usuarios (características y necesidades similares) para reflejarlo en el sistema final.

CATEGORÍA	ROLES O SUBTIPO	CLASIFICACION	CRITERIO
<b>ACTIVIDADES</b>	Turísticas, deportivas, recreativas	Actividades en grupo, en pareja, solo	Las actividades dependen de lo que el turista desee hacer cuando llegue a su destino
<b>COMPORTAMIENTO</b>	Consumidor activo, consumidor pasivo	Consumidor frecuente, potencial e implícito	El comportamiento del turista es de consumir e intercambiar información por sus servicios
<b>MOVILIDAD</b>	A pie, transporte urbano, transporte privado	Vehículos verdes, vehículos tradicionales, ciclismo	El transporte del turista depende de sus alcances financieros y sus preferencias
<b>PREFERENCIAS</b>	Paisajes Naturales, paisajes culturales, paisaje urbano	Sabana, selva, montaña, ciudad, bosque, playa	Las preferencias del turista donde desea vacacionar dependen de sus gustos y sus experiencias
<b>PROBLEMAS DE ENTORNO</b>	Desconfianza, desorden, ineficiencia, irresponsabilidad, incumplimiento	Falta de atención, corrupción, descuido, violencia, injusticia, mal trato	Los problemas del turista con el entorno se presentan por factores del servicio prestado.

## Conclusiones

Los datos que se obtuvieron en esta investigación y su interpretación concluyen en que la ciudadanía tiene una opinión mixta con respecto a cómo se darán las actividades turísticas en la ciudad, encontrándose convencida en aspectos como la manera en la que desean vacacionar, el seguimiento de las medidas de bioseguridad, medianamente convencidos, como el acceso a servicios turísticos más baratos o la negativa de participar en emprendimientos de actividades turísticas, es decir, existe una diversidad de opiniones según la misma ciudadanía con respecto a los temas mencionados. (Objetivo General)

Con este sistema de obtención de datos, hemos cumplido los objetivos específicos, detallando el funcionamiento de la encuesta de opinión y el estudio de usuario como métodos de cualificación y cuantificación de la información, explicando el cómo éstas se efectúan y su procedimiento en esta investigación (Obj. Esp. 1).

Se detalló la parametrización, especificación y categorización de la información a través de procesos de filtros, los cuales aportan un entendimiento más digerible entre el contexto, sus actores y las actividades que el turista local desarrolla en su propio territorio, sus gustos, acciones y características unificadas en una sola matriz (Categorización de criterios de usuario), (Obj. Esp. 2),

Se determinó la conceptualización del diseño del modelo de cuantificación que interviene en la obtención información para convertirse en un cohesivo formato indicador que detalla cómo la percepción de la ciudadanía se encuentra actualmente en Manta con respecto al turismo en momentos de pandemia y cómo se cree que éste se podrá desarrollar en el 2021-2022 (Obj. Esp. 3).

Sintetizar la información que se obtuvo mediante estos métodos (Estudio de usuario y encuesta de opinión) a través de la aplicación de su metodología y mostrar la información con resultados contundentes (Resultados y discusión), ya que sirven como indicadores y concluyentes directrices para aplicarlos en aspectos proyectuales como información estadística, de datos y estudios turísticos afines al tema (Obj. Esp. 4)

## Recomendaciones

Los resultados de la investigación indican que las emociones de los clientes son más importantes que nunca en el mercado turístico. Independientemente de los efectos externos, las percepciones de los clientes resultan ser la predictor más importante de sus intenciones, decisiones y acciones. Por ejemplo, un menor nivel de peligro percibido está vinculado a un enfoque más optimista de las futuras decisiones e intenciones de los clientes relacionadas con los viajes.

Sobre la base de los conocimientos obtenidos, viajar los destinos (como ciudades, complejos turísticos, unidades de alojamiento) debe desarrollar:

- Estrategias para evitar aglomeraciones;
- Estrategia sanitaria que probablemente ofrezca cierta sensación de seguridad a los viajeros,
- Estrategia de comunicación que informará a los consumidores o consumidores potenciales sobre las dos estrategias anteriores y su eficacia para abordar los problemas de seguridad de los viajeros.

## Bibliografía

1. Albornoz, S. (24 de Abril de 2015). *IV Jornada abierta sobre Desarrollo de la Colección y de los Servicios de Acceso*. Obtenido de La importancia de los estudios de usuarios para el: <http://www.juliodiazjatuf.com.ar/pdfs/Albornoz2015.pdf>
2. Artigas, S. (22 de Marzo de 2016). *TorresBuriel*. Obtenido de Un proceso sencillo para hacer investigación de usuarios: <https://www.torresburriel.com/weblog/2016/03/22/un-proceso-sencillo-para-hacer-investigacion-de-usuarios/>
3. Becerra, F., Vega, J., & Orellana, M. (10 de Abril de 2021). *Impacto financiero del covid-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación*. Obtenido de Digital Publisher: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16729>
4. Becerra, J., Becerra, M., & Vicent, P. (2020). *ACCIONES Y ESTRATEGIAS PARA GENERAR CONFIANZA Y RESTAURAR EL TURISMO POST PANDEMIA CORONAVIRUS-SARS-COV-2, EN LA CIUDAD DE MANTA*. Manta: CICA-ULEAM.
5. blog.avanzabus.com. (4 de Agosto de 2021). *TURISMO DE PROXIMIDAD, UNA NUEVA FORMA DE VIAJAR DONDE TODO SON VENTAJAS*. Obtenido de blog.avanzabus.com: <https://blog.avanzabus.com/turismo-de-proximidad-una-nueva-forma-de-viajar-donde-todo-son-ventajas/>
6. Cantoni, N. (2009). *Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigación cuantitativa*. Obtenido de Revista Argentina de

[https://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs\\_v7\\_n2\\_06.htmC](https://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs_v7_n2_06.htmC)

7. Castaño Molina, V., & Valencia Arias, A. (2016). *El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística: un análisis bibliométrico*. Caracas: Revista Geográfica Venezolana.
8. CEO - ANTIOQUIA. (2018). *LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS SONDEOS DE OPINIÓN PÚBLICA*. Medellín: UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA. Obtenido de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/download/7476/6883/>
9. CEPAL. (12 de Junio de 2021). *Introducción*. Obtenido de Turismo: <https://biblioguias.cepal.org/c.php?g=1041476&p=7670182>
10. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (Enero de 2021). *Evaluación de los efectos e impactos de la pandemia de COVID-19 sobre el turismo en América Latina y el Caribe: aplicación de la metodología para la evaluación de desastres (DaLA)*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/46551>
11. CRAI. (2018). *CENTRO DE RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACION*. Obtenido de ¿Cuál es el propósito de la Investigación Aplicada? : <http://www2.duoc.cl/biblioteca/crai/definicion-y-proposito-de-la-investigacion-aplicada>
12. Definicionyque.es. (21 de Abril de 2016). *Demoscopia*. Obtenido de Definicionyque: <https://definicionyque.es/demoscopia/>

13. Dupuis, A. (6 de Julio de 2020). *¿Qué es la investigación explicativa?* Obtenido de Tecnicas de Investigación: <https://tecnicasdeinvestigacion.com/investigacion-explicativa/>
14. EcuRed. (14 de Mayo de 2021). *Objeto de Investigación*. Obtenido de EcuRed: [https://www.ecured.cu/Objeto\\_de\\_Investigaci%C3%B3n](https://www.ecured.cu/Objeto_de_Investigaci%C3%B3n)
15. Entorno Turístico Staff. (20 de Noviembre de 2017). *¿Qué es el Turismo Sostenible?* Obtenido de [entornoturistico.com](https://www.entornoturistico.com/): <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-sostenible/>
16. entornoturístico. (3 de Agosto de 2018). *¿Turismo sustentable, por qué?* . Obtenido de [entornoturístico.com](https://www.entornoturistico.com/): <https://www.entornoturistico.com/turismo-sustentable-por-que/>
17. Esposito, L. (3 de Agosto de 2018). *¿Turismo sustentable, por qué?* . Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/turismo-sustentable-por-que/>
18. Expansión.mx. (08 de Mayo de 2018). *El turismo contamina cuatro veces más de lo que se calculaba*. Obtenido de Expansión.mx: <https://expansion.mx/mundo/2018/05/08/el-turismo-contamina-cuatro-veces-mas-de-lo-que-se-calculaba>
19. Mantecón, A. (12 de Mayo de 2016). *LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE EL TURISMO*. Obtenido de Estudios y Perspectivas en Turismo: <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V25/N02/v25n2a01.pdf>

20. Mantecón, A. (2016). *LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE EL TURISMO, Crítica y propuesta para una nueva orientación*. Obtenido de Universidad de Alicante:  
<https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V25/N02/v25n2a01.pdf>
21. Mantecón, A. (Abril de 2016). *LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE EL TURISMO: Crítica y propuesta para una nueva orientación*. Obtenido de Repositorio Universidad de Alicante:  
[https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/54040/1/2016\\_Mantecon\\_EstPerspTurismo.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/54040/1/2016_Mantecon_EstPerspTurismo.pdf)
22. Marketing E-nquest. (25 de Septiembre de 2018). *¿Por qué es importante una investigación exploratoria?* Obtenido de Marketing E-nquest: <https://www.e-nquest.com/por-que-es-importante-investigacion-exploratoria/>
23. Martín Moreno, C. (2007). DEFINICIÓN DE ESTUDIOS DE USUARIOS. En *Metodología de investigación en estudios de usuarios* (pág. 133). Madrid: Universidad Carlos III de Madrid. .
24. Martínez Álvaro, O. (2021). *Movilidad sostenible en entornos turísticos. Singularidades y medidas*. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid.
25. Mas-Colell, A. (15 de Junio de 2021). *Mejorar el turismo*. Obtenido de La Vanguardia:  
<https://www.lavanguardia.com/opinion/20210615/7529793/mejorar-turismo.html>
26. Ministerio de Turismo EC. (7 de Agosto de 2020). *SECTOR TURISMO EN ECUADOR RETOS DESPUÉS DEL COVID-19*. Obtenido de Ministerio de Turismo EC: [https://grupofaro.org/wp-content/uploads/2020/08/FACTSHEET-TURISMO\\_compressed.pdf](https://grupofaro.org/wp-content/uploads/2020/08/FACTSHEET-TURISMO_compressed.pdf)

27. MPIu+a. (2020). *Clasificar los Usuarios*. Obtenido de MPIu+a:  
<https://mpiua.invid.udl.cat/fases-mpiua/analisis-de-requisitos/clasificar-usuarios/>
28. Naciones Unidas. (2020). *La COVID-19 y la transformación del turismo*. Naciones Unidas.
29. Nápoles, P. (3 de Febrero de 2016). *El método criterio de usuario y su empleo en la investigación de la Cultura Física*. Obtenido de efdeportes.com:  
<https://www.efdeportes.com/efd215/el-metodo-criterio-de-usuario-en-investigacion.htm>
30. Olcina, J. (2020). Pandemia, cambio climático y turismo: acciones para lo inmediato y para lo próximo . *Turismo pos-COVID-19: Reflexiones, retos y oportunidades*, 31.
31. Ortiz, J. (21 de Agosto de 2021). *Investigación exploratoria: tipos, metodología y ejemplos*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria/>
32. Qualtrics. (5 de Octubre de 2019). *Gestion de la Experiencia*. Obtenido de Qualtrics.com: <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/investigacion-cualitativa/>
33. QuesitonPro. (21 de Septiembre de 2021). *¿Qué es una investigación mixta?* Obtenido de QuesitonPro.com:  
<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/>
34. QuestionPro. (15 de Agosto de 2021). *¿Qué es un sondeo de opinión?* Obtenido de QuestionPro.com: <https://www.questionpro.com/blog/es/sondeo-de-opinion/>

35. QuestionPro. (9 de Agosto de 2021). *33 tipos de investigación y sus características*. Obtenido de QuestionPro:  
<https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-investigacion-de-mercados/>
36. QuestionPro. (14 de Mayo de 2021). *Encuestas de opinión, qué son y cuándo utilizarlas*. Obtenido de QuestionPro:  
<https://www.questionpro.com/blog/es/encuestas-de-opinion/>
37. Ruiz, R. (5 de Junio de 2018). *8 casos (evitables) en los que el turismo perjudica el medio ambiente*. Obtenido de Eldiario.es:  
[https://www.eldiario.es/viajes/guias\\_y\\_consejos/casos-turismo-perjudica-medio-ambiente\\_1\\_2095361.html](https://www.eldiario.es/viajes/guias_y_consejos/casos-turismo-perjudica-medio-ambiente_1_2095361.html)
38. Rus Arias, E. (9 de Diciembre de 2020). *Investigación explicativa*. Obtenido de Economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-explicativa.html>
39. SIS International Research. (8 de Enero de 2018). *La Investigación Cuantitativa: ¿Cómo se utiliza?* Obtenido de Sisinternational.com:  
<https://www.sisinternational.com/investigacion-cuantitativa/>
40. Trujillo, G., Garzón, R., & Ramírez, M. L. (2018). *EN TORNO AL CONCEPTO DE SOSTENIBILIDAD Y SU COMPLEJA APLICACIÓN AL TURISMO. EL CASO DEL TURISMO URBANO CULTURAL*. International Journal of Scientific Management and Tourism.
41. Universidad de Antioquia. (2017). *LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS SONDEOS DE OPINIÓN PÚBLICA*. Antioquia: Universidad de Antioquia.

42. UNWTO. (6 de Mayo de 2020). *DESARROLLO SOSTENIBLE*. Obtenido de unwto.org: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
43. UNWTO. (20 de Julio de 2020). *EL IMPACTO DE LA COVID-19 EN EL TURISMO MUNDIAL QUEDA PATENTE EN LOS DATOS DE LA OMT SOBRE EL COSTE DE LA PARÁLISIS*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/news/el-impacto-de-la-covid-19-en-el-turismo-mundial-queda-patente-en-los-datos-de-la-omt-sobre-el-coste-de-la-paralisis>
44. UNWTO. (22 de Julio de 2020). *EL SECTOR TURÍSTICO CONTINUARÁ TOMANDO MEDIDAS CONTRA LA CONTAMINACIÓN POR PLÁSTICOS*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/news/el-sector-turistico-continuara-tomando-medidas-contra-la-contaminacion-por-plasticos>
45. Villaseñor, I. (2010). *Los estudios de usuarios de información comolínea de investigación prioritaria en bibliotecología y documentación*. México DF: IIBI.UNAM.