UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO

TEMA

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL NUEVO TURISTA POST COVID-19 QUE VISITARÁ EL CTC PACTO SUMACO

AUTORA

ANDI GREFA LIZBETH JUVELINA

DIRECTOR DEL TRABAJO

MSC. EDISON EDUARDO RUIZ MÁRMOL

Puyo - Ecuador

2020

DECLARATORIA DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Quien suscribe Andi Grefa Lizbeth Juvelina con C.I. 1501263568, hace constar que es autora del Trabajo de Integración curricular titulado: "Análisis del perfil del nuevo turista post COVID-19 que visitará el CTC Pacto Sumaco, el cual constituye una elaboración personal realizada únicamente con la dirección del Tutor de dicho trabajo, MsC. Ruiz Mármol Edison Eduardo. En tal sentido, manifiesto la originalidad de la conceptualización del trabajo como interpretación de datos y elaboración de conclusiones dejando establecido que aquellos aportes intelectuales de otros autores se han referenciado debidamente en el texto de dicho trabajo.

En el cantón Pastaza, a los 4 días del mes de Septiembre del 2020



Andi Grefa Lizbeth Juvelina

C.I. 1501263568

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

El tribunal de sustentación del proyecto de investigación y desarrollo aprueba el Trabajo de Integración Curricular titulado: "Análisis del perfil del nuevo turista post COVID-19 que visitará el CTC Pacto Sumaco".

Firmado electrónicamente por:
LUIS ARMIJO AUQUILLA BELEMA

Dr. C. Auquilla Belema Luis Armijo, PhD.

Presidente del Tribunal

Firmado electrónicamente por:
TANIA CRISTINA CEVALLOS PUNGUIL

MsC. Cevallos Punguil Tania Cristina

Miembro del Tribunal



MsC. Espín Ortiz Climaco Geovani

Miembro del Tribunal

CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD OBTENIDO EN EL SISTEMA ANTIPLAGIO

Quien suscribe el presente MsC. Ruiz Marmol Edison Eduardo con CC: 0602854259 certifica que el Trabajo de Integración Curricular titulado: "Análisis del perfil del nuevo turística post COVID-19 que visitará el CTC Pacto Sumaco", ha sido examinado a través del sistema Antiplagio URKUND y presenta un porcentaje de similitud del 4%.

En el cantón Pastaza, a los 18 días del mes de febrero del 2021.

EDISON EDUARDO RUIZ MARMOL

MsC. Ruiz Mármol Edison Eduardo

Director del Trabajo de Integración Curricular

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Lizbeth Juvelina Andi Grefa, declaro que el presente proyecto de investigación, es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular.



LIZBETH JUVELINA ANDI GREFA

N° Cédula: 1501263568

DEDICATORIA

El presente trabajo de integración curricular está dedicado a mis padres, por su amor, consejos, trabajo y sacrificio en todos estos años, por apoyarme a no darme por vencida y continuar en el proceso de estudio y por estar en aquellos momentos más difíciles. Gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí.

AGRADECIMIENTO

Quiero utilizar este espacio para agradecer a mi madre Herminia Grefa por apoyarme moral y económicamente en mis estudios y porque estuvo en todo momento, a mi padre Luis Andi por apoyarme con sus conocimientos, a mis hermanas y hermano por darme ánimos para culminar con mis estudios en momentos difíciles.

RESUMEN

La economía a nivel mundial se ha visto afectada por el confinamiento ocasionado por la pandemia COVID-19 al no permitir la interacción social y con ello un sinnúmero de actividades que necesitan de este vínculo interpersonal para funcionar de manera normal, es el caso de la actividad turística que se ha visto afectada y necesita de una reorientación de sus actividades con protocolos de salud para funcionar en esta nueva normalidad, por lo que se hace necesario realizar unas investigación con el objetivo de analizar el perfil del nuevo turista que visitará el Centro de Turismo Comunitario Pacto Sumaco tras la pandemia COVID-19, el cual está ubicado en la comunidad del mismo nombre, provincia de Napo en la amazonia ecuatoriana; la investigación es de tipo no experimental, descriptivo correlacional, su método es inductivo-deductivo, así como también su enfoque y alcance, como herramienta principal se utilizó la encuesta, aplicada a 119 individuos, con un cuestionario estructurado On-line sistematizado con el programa Excel. Se evaluaron los perfiles demográfico donde se determinó el género, edad, estado civil, nacionalidad, lugar de residencia, lugar de procedencia, nivel de instrucción del futuro visitante; en el psicográfico se estableció su tiempo de planificación del futuro visitante, su punto de ingreso al CTC, el número de personas con las que viaja, los días que permanecerán en el lugar, las actividades a realizar, la intención por la que visitará el lugar y recomendará el mismo; finalmente en el perfil económico se identificó el gasto aproximado de los futuros visitantes, su ingreso económico mensual teniendo en cuenta la crisis sanitaria que afecta la economía a nivel mundial, principalmente la actividad turística. Es así que los resultados obtenidos durante esta investigación serán importantes y relevantes para la correcta toma de decisiones en la planificación de la actividad turística post COVID-19 en el sitio.

Palabras Clave: DEMANDA, TURISMO Y TURISTA POST COVID-19, OFERTA TURÍSTICA, CENTRO COMUNITARIO.

ABSTRACT

The global economy has been affected by the confinement caused by the COVID-19 pandemic by not allowing social interaction and with it a number of activities that need this interpersonal link to function normally, in the case of activity Tourist that has been affected and needs a reorientation of its activities with health protocols to function in this new normality, so it is necessary to carry out an investigation in order to analyze the profile of the new tourist who will visit the Tourism Center Community Pacto Sumaco after the COVID-19 pandemic, which is located in the community of the same name, Napo province in the Ecuadorian Amazon; The research is non-experimental, descriptive correlational, its method is inductive-deductive, as well as its focus and scope, as the main tool the survey was used, applied to 119 individuals, with a structured questionnaire on-line systematized with the program Standing out. The demographic profiles were evaluated where the gender, age, marital status, nationality, place of residence, place of origin, educational level of the future visitor were determined; In the psychographic, the planning time of the future visitor was established, their entry point to the CTC, the number of people with whom they travel, the days that they will stay in the place, the activities to be carried out, the intention for which they will visit the place and will recommend the same; Finally, the economic profile identified the approximate expenditure of future visitors, their monthly income, taking into account the health crisis affecting the world economy, mainly tourism activity. Thus, the results obtained during this research will be important and relevant for the correct decision-making in planning post-COVID-19 tourism activity on the site.

Key Words: DEMAND, TOURISM, POST COVID-19 TOURIST, TOURIST OFFER, COMMUNITY CENTER.

Tabla de Contenidos

Páginas

RESUMEN ..... **vii**

ABSTRACT ..... **viii**

INTRODUCCIÓN **1**

1.1. Planteamiento del Problema 3

1.2. El objetivo general y específico 3

1.3. Justificación 4

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA **6**

2.1. Estudios referentes al tema 9

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN **14**

3.1. Localización: 14

3.2. Tipo o diseño de la investigación 19

3.3. Métodos de la Investigación 19

3.4. Enfoque de la Investigación 19

3.5. Alcance de la Investigación 19

3.6. Desarrollo de objetivos 20

3.7. Tratamiento de datos 20

ANÁLISIS DE RESULTADOS **22**

CONCLUSIONES **44**

RECOMENDACIONES **45**

REFERENCIAS **46**

Lista de Tablas

Tabla 1- 3 Certificado de registro del CTC Pacto Sumaco 15
Tabla 2-3 Oferta Turística del CTC 17
Tabla 4-4 Pregunta 1 Género 23
Tabla 5-4 Pregunta 2 Edad 24
Tabla 6-4 Pregunta 3 Estado civil 25
Tabla 7-4 Pregunta 4 Nacionalidad (País) 26
Tabla 8-4 Pregunta 5 Lugar Residencia (País donde vive) 27
Tabla 9-4 Pregunta 6 Lugar de procedencia (Lugar donde nació) 28
Tabla 10-4 Pregunta 7 Nivel de instrucción 29
Tabla 11-4 Pregunta 8 Ocupación 30
Tabla 12-4 Pregunta 9 ¿Con qué tiempo de anterioridad usted planifica su viaje? 31
Tabla 13-4 Pregunta 10¿Cuál sería el punto de ingreso que usted utilizaría para llegar al CTC Pacto Sumaco? 32
Tabla 14-4 Pregunta 11 ¿Con cuántas personas usted realiza sus viajes? 33
Tabla 15-4 Pregunta 12 Si decidiera visitar el CTC ¿Por cuántos días usted permanecería en el sitio? 34
Tabla 16-4 Pregunta 13 ¿Cuál es la actividad que usted realizaría si visitara el CTC Pacto Sumaco? 35
Tabla 17-4 Pregunta 14¿Por qué medio se enteró usted de la existencia del CTC Pacto Sumaco? 36
Tabla 18-4 Pregunta 15¿Cuál es la razón principal por la que usted visitaría el CTC? 37
Tabla 19-4 Pregunta 16 De las siguientes opciones, ¿Qué considera usted que debería tener los CTCs para que usted se sienta seguro y decida viajar, tras la pandemia del COVID-19? 38
Tabla 20-4 Pregunta 17 ¿Visitaría el CTC Pacto Sumaco después del COVID-19? 39
Tabla 21-4 Pregunta 18 Nivel de ingresos mensuales 40
Tabla 22-4 Pregunta 19. ¿Cuál sería el gasto aproximado que utilizaría si visitara el CTC tras la pandemia del COVID-19? 41

Tabla 23-4 Pregunta 20 ¿Cuál diría usted que sería el gasto aproximado que utilizaría para su Alojamiento y Alimentación tras la pandemia del COVID-19? 42
Tabla 24-4 Pregunta 21 ¿Cuáles son los precios que estaría dispuesto a pagar en un Centro de Turismo Comunitario con belleza escénica única y un fuerte componente cultural? 43

Lista de Figuras

Figura 2-3 Localización CTC Pacto Sumaco 14
Figura 3-3 Mapa de la ubicación de los atractivos turísticos. 18
Figura 4-4 Pregunta 1 Género 23
Figura 5-4 Pregunta 2 Edad 24
Figura 6-4 Pregunta 3 Estado civil 25
Figura 7-4 Pregunta 4 Nacionalidad (País) 26
Figura 8-4 Pregunta 5 Lugar Residencia (País donde vive) 27
Figura 9-4 Pregunta 6 Lugar de procedencia (Lugar donde nació) 28
Figura 10-4 Pregunta 7 Nivel de instrucción 29
Figura 11-4 Pregunta 8 Ocupación 30
Figura 12-4 Pregunta 9 ¿Con qué tiempo de anterioridad usted planifica su viaje? 31
Figura 13-4 Pregunta 10¿Cuál sería el punto de ingreso que usted utilizaría para llegar al CTC Pacto Sumaco? 32
Figura 14-4 Pregunta 11 ¿Con cuántas personas usted realiza sus viajes? 33
Figura 15-4 Pregunta 12 Si decidiera visitar el CTC ¿Por cuántos días usted permanecería en el sitio? 34
Figura 16-4 Pregunta 13 ¿Cuál es la actividad que usted realizaría si visitara el CTC Pacto Sumaco? 35
Figura 17-4 Pregunta 14¿Por qué medio se enteró usted de la existencia del CTC Pacto Sumaco? 36
Figura 18-4 Pregunta 15¿Cuál es la razón principal por la que usted visitaría el CTC? 37
Figura 19-4 Pregunta 16 De las siguientes opciones, ¿Qué considera usted que debería tener los CTCs para que usted se sienta seguro y decida viajar, tras la pandemia del COVID-19? 38
Figura 20-4 Pregunta 17¿Visitaría el CTC Pacto Sumaco después del COVID-19? 39
Figura 21-4 Pregunta 18 Nivel de ingresos mensuales 40
Figura 22-4 Pregunta 19. ¿Cuál sería el gasto aproximado que utilizaría si visitara el CTC tras la pandemia del COVID-19? 41

Figura 23-4 Pregunta 20 ¿Cuál diría usted que sería el gasto aproximado que utilizaría para su Alojamiento y Alimentación tras la pandemia del COVID-19? 42
Figura 24-4 Pregunta 21 ¿Cuáles son los precios que estaría dispuesto a pagar en un Centro de Turismo Comunitario con belleza escénica única y un fuerte componente cultura? 43

Capítulo I

INTRODUCCIÓN

Según el Ministerio de Turismo (2018) en su plataforma mencionó que…al conocer el comportamiento del turista con registros históricos, se puede predecir con mayor exactitud la afluencia de las masas previo a la planificación del contenido (oferta), precios e inversores para optimizar un mejor resultado final. (MINTUR, 2018)

Según la Organización Mundial del Turismo en la edición (2019) sobre el panorama del turismo internacional menciona que "el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales y de los ingresos sigue adelantando al de la economía mundial, y tanto las economías emergentes como las avanzadas se están beneficiando del aumento de los ingresos del turismo". Y, "Por séptimo año consecutivo, las exportaciones turísticas crecieron más deprisa que las exportaciones de mercancías, lo cual redujo en muchos países el déficit comercial". Este crecimiento conlleva una mayor responsabilidad a la hora de garantizar una gestión efectiva de los destinos que minimice cualquier efecto adverso del turismo. Gestionar el turismo de manera sostenible y en beneficio de todos es hoy más importante que nunca. Necesitamos crecer más en valor y no solo en volumen. La digitalización, la innovación, una mayor accesibilidad y ciertos cambios sociales seguirán moldeando el sector, y tanto los destinos como las empresas tendrán que adaptarse para seguir siendo competitivos, a la vez que hacen que el turismo contribuya a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (OMT, 2019)

"Antes de la pandemia del COVID-19 el planeta parecía que giraría eternamente impulsado más por el turismo". "Hasta la llegada de la crisis sanitaria, España era la segunda potencia turística mundial. Ya que recibió 83,7 millones de visitantes extranjeros en 2019, sólo superado por Francia. (Adamuz, 2020 párr. 2)

En Ecuador, el Turismo, es la tercera fuente de ingresos económicos después del banano y camarón, contribuyendo con 2288 millones de dólares en el año 2019. Además, se menciona que hay un claro crecimiento, pese a las disminuciones del año 2016 y 2017 por la depreciación del dólar y el terremoto de abril de 2016.Según los datos del (MINTUR,2020) existe un crecimiento del 4.3% respecto al año 2018. En 2019 la

contribución directa del turismo al PIB del Ecuador es de 2,2%, las llegadas de extranjeros sin venezolanos en 2018 es de 1.471 968, mientras que el ingreso de divisas estimadas por turismo receptor en 2019, son de 2.287,5. (Ministerio del Turismo, 2020)

Con la nueva normalidad originada por la pandemia del COVID-19, todos los lugares turísticos tuvieron que cerrar sus puertas temporalmente pero poco a poco se están volviendo a las actividades turísticas, considerando todas las medidas de bioseguridad. Por lo tanto, conociendo algunos antecedentes y sabiendo que estudiar el perfil del nuevo turista es importante, en este trabajo curricular se analiza el perfil del nuevo turista post COVID-19 que visitará el Centro de turismo comunitario Pacto Sumaco ubicado en la provincia de Napo, cantón Archidona, parroquia Hatun Sumaco, km 44 vía Hollín Loreto-Coca, margen izquierdo a 8,5 km y a 2km de Wild Sumaco.

Se utilizó el sistema turístico de la OMT enfocado en la demanda, para la elaboración del tema se presenta la definición del problema el cual es el desconocimiento de las preferencias del turista, después de tener claro el problema se procede a describir el objetivo general del tema y objetivos específicos que son enfocados al perfil demográfico, psicográfico y económico, para cumplir con los objetivos se utilizó la herramienta FORMS de office 365 y la plataforma SPSS.

En la fundamentación teórica se encuentra las definiciones para guiar con claridad el trabajo curricular y cumplir los objetivos que se pretende lograr. También el método que se tomó para realizar el análisis del perfil del nuevo turista, según la Metodología de la Investigación de Sampieri, 2014. A demás se presentan los resultados obtenidos en la encuesta sobre el perfil demográfico, psicográfico y económico del posible visitante del CTC Pacto Sumaco. Finalmente se presentan las respectivas conclusiones.

1.1. Planteamiento del Problema

El Centro de Turismo Comunitario Pacto Sumaco, como mucha gente de la población mundial relacionada con el turismo, desconoce la nueva normalidad y como se aplicará en sitios turísticos.

Esta comunidad pretende hacer del turismo el eje dinamizador de la economía como está citado en el PLANDETUR 2030. Para consolidar su oferta el CTC debe obligatoriamente conocer las preferencias de la demanda con un horizonte a largo plazo para reorientar su producto.

Con los antecedentes mencionados el problema de la investigación es, que los socios los cuales conforman el CTC desconocen las preferencias del turista que vendrá a visitar el CTC Pacto Sumaco luego de la pandemia, puesto que no se ha llevado a cabo ninguna investigación relacionado al tema, por ende, al no estar al tanto del perfil del nuevo turista post COVID -19 se genera pérdidas económicas en el sitio turístico.

1.2. El objetivo general y específico

Objetivo general

- ✓ Analizar el perfil del nuevo turista post COVID-19 que visitará el CTC Pacto Sumaco.

Objetivos específicos

1. Determinar el perfil demográfico del futuro visitante
2. Establecer el perfil Psicográfico e influencia para la decisión del posible turista.
3. Identificar el perfil económico a disponer del viaje del nuevo turista.

1.3. Justificación

Como lo menciona Hernández Sampieri (2014) se realiza este trabajo para llenar la necesidad de cubrir "huecos de conocimiento": donde menciona que (...) es frecuente que el investigador que se vaya compenetrando con algún campo de conocimiento detecte temas poco estudiados o no investigados en su contexto y decida adentrarse en éstos. Resulta un "disparador" muy común de estudios. (p. 25)

El tema en mención va enfocado a la identificación del perfil del turista que tiene la intención de visitar el CTC Pacto Sumaco en un enfoque temporal posterior a la Pandemia del COVID-19, es importante mencionar que en el sitio no se ha realizado ninguna otra investigación relacionada con el perfil del nuevo turista, por lo que esto va a servir para que exista información y ayude a la correcta toma de decisiones como el diseño de nuevos productos turísticos que vayan acorde con las tendencias de vanguardia que van surgiendo conforme la globalización y la tecnología de avanzada.

Este tema es relevante para la población que vive en la comunidad ya que ayuda a conocer diferentes culturas existentes en el mundo, conocer nuevas formas de pensar, que tienen los diferentes turistas tanto nacionales como internacionales que visitan el centro comunitario.

En lo que se refiere a las implicaciones prácticas este análisis ayuda a resolver un problema que existe en la comunidad el cual es que no tienen información precisa y actualizada del perfil del turista que visita el sitio.

A demás con esta investigación se va a llenar un espacio muy importante el cual es el conocimiento de los socios, guías y pobladores de la comunidad todo esto ocasionado por la falta de información que se requiere para atender al turista.

Esta investigación puede ayudar en la motivación para la implementación de nuevos proyectos y mejorar la atención para el turista con el complemento de

servicios adicionales. Por lo tanto, este documento pretende convertirse en una herramienta importante a la hora de tomar decisiones en el CTC Pacto Sumaco.

Capítulo II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Según lo mencionado por Kothari (2004) la investigación hace referencia a la búsqueda científica y sistemática de información relacionada a un tema específico; no obstante, cuando se trata de la investigación como parte de una actividad académica, esta debe comprenderse desde su origen significado técnico. El significado técnico hace referencia a las actividades relacionadas a definición de problemas, planteamiento de hipótesis así como su comprobación a través de la recolección y análisis de la información para llegar a conclusiones confiables que se configuren en un aporte significativo. (Universidad Estatal Amazónica, 2020, p. 4)

Partiendo de esto y para que el lector se oriente en la investigación se presenta la fundamentación teórica misma que inicia con un breve preámbulo de la organización del tema que se va a tratar aquí, lo que se llama el orden en cuanto a la variable y cómo la variable esta desglosada, por lo tanto a continuación se presenta una figura de Mandala donde se halla la variable independiente a utilizar.

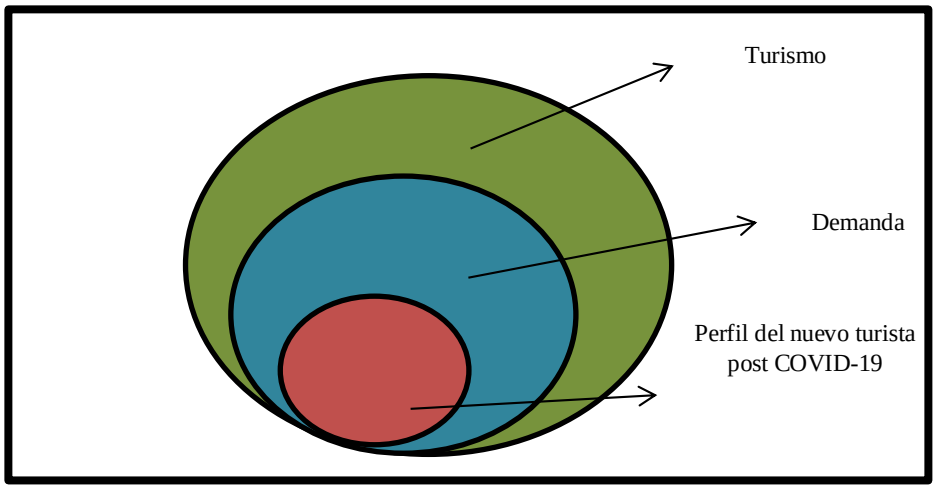


Figura1-2 Mandala-Variable Independiente

Por lo que esta investigación está inmersa en el turismo se comienza definiendo al Turismo, según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) indicó que "comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual, por un periodo de tiempo determinado inferior a un año con fines de ocio, por negocio u otros motivos" (p.11). También en el Artículo 2 de la Ley de Turismo con su última modificación en Diciembre del 2014, indica que Turismo "es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos". (p. 1)

Para que se tenga hilo en la investigación se parte desde el sistema turístico de la OMT, sabiendo que lo define como "La naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente". (Soto, 2013 a). Por otro lado Díaz, Linares y Jouve (2002) citado por (Paredes, 2020) definen al sistema turístico como el conjunto de elementos o componentes que definen la estructura turística de espacio otorgándoles homogeneidad: variables territoriales y ambientales, socioeconómicas urbanísticas relacionadas con la infraestructura y el equipamiento turístico.

Según Boullón (2006) mencionó que la demanda futura es el resultado del cálculo que habrá que realizar, tomando como base las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar dado, para proyectar, a partir del presente y mediante la aplicación de fórmulas matemáticas, su probable crecimiento, estancamiento o decremento durante un periodo de tiempo determinado a partir del presente y mediantes la aplicación de fórmulas matemáticas (…). (Boullón, 2006, p. 34)

A demás consideremos que Según la Organización mundial del turismo (OMT, 1994) el sistema turístico se compone de 4 elementos los cuales son la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado. La demanda el segundo componente del sistema turístico en el cual se enfoca esta investigación se lo denomina al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. (Soto, 2013 b).

Para tener claro el enfoque de esta investigación se define enfoque cuantitativo y cualitativo. Según Hernández Sampieri (2014) en su libro de metodología de la investigación indica que (…) los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos. Además, menciona que son hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos. (Hernández Sampieri, 2014, a)

También, Sampieri (2014) indica que el enfoque cuantitativo "utiliza la recolección de datos para hipótesis con bases en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías" (p. 4). Mientras que el enfoque cualitativo indica que se "utiliza recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación" (p. 6).

Conociendo esto se investiga el perfil del nuevo turista, pero ante todo sabremos que el perfil y -es el conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a alguien o algo-. El turista por otro lado según lo encontrado en el glosario de la Organización Mundial del Turismo (OMT), define a los turistas como aquellas personas que viajan a un destino principal ajeno a su lugar de residencia habitual por motivos de ocio o negocios, y que tienen una estancia mínima de una noche en dicho lugar.(OMT)

"El perfil del turista se refiere a las preferencias que muestres ya sea por su forma de ser, por las tendencias actuales por determinada o por las actividades desempeñan en su vida diaria y se complementan con el gusto de viajar". (Ramírez, 2015 párr. 8)

Según Ritchie (2009) indica que la demanda describe la relevancia de saber cuántos visitantes arriban al destino con el fin de realizar estadísticas que permitan arrojar información específica de la cantidad exacta de la demanda actual para poder ofertar servicios que le permitan cubrir toda la demanda. (Ramírez, 2015)

Por otro lado Villasante (2016) menciona que el concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su

determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también, psicológicos, físicos y éticos. (Villasante, 2016)

Para identificar al perfil del nuevo turista se enfoca al perfil demográfico, psicográfico y económico. Según Vanessa Klainer directora de Estudios Cualitativos y Analítica de Marketing, menciona que hay dos formas principales de segmentar el mercado, por las características del segmento o por su conducta. A demás, indica que la segmentación se hace de acuerdo a las variables: demográficas: edad, sexo, nacionalidad. En lo socio-económico: ingreso, ocupación, educación, nivel socio económico. En lo psicográfico: la personalidad, sus estilos de vida, sus intereses, gustos, inquietudes, opiniones, valores. (Klainer, s.f.)

Entonces todo lo mencionado anteriormente ayuda a guiar por buen camino la elaboración del trabajo curricular y obtener información real para el análisis del perfil del nuevo turista.

Como se investiga el perfil del nuevo turista con ayuda de plataformas como la de Forms para las encuestas y excel para sintetizarla. Según Microsoft (2020) en su plataforma menciona que Forms puede "crear encuestas, cuestionario y sondeos, y ver fácilmente los resultados a medida que lo reciba". (Microsoft, 2020). También se utiliza Software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences o Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales), la comunidad de IBM SPSS Predictive Analytics (2020) menciona que "es una plataforma que ofrece análisis de texto, intensidad de código abierto, integración con big data y un fácil despliegue en las aplicaciones". (Comunidad de IBM SPSS Predictive Analytics, 2020)

Y ahora con la situación actual de la pandemia del COVID-19, se hace necesario analizar el perfil del nuevo turista post COVID-19.

2.1. Estudios referentes al tema

Existen diferentes estudios relacionados al perfil del turista, puesto que en la página del Ministerio de Turismo (MINTUR, 2018) se puede encontrar un estudio de perfiles de turistas que fortalece la planificación del destino, a través del estudio "Perfiles de turismo

internacional 2017", se presenta las características de los turistas que arriban a Ecuador, para conocer los destinos de sus cuatro mundos. El turismo receptivo crece en el país mediante el gasto turístico, que se incrementó un 7% entre 2013 y 2017, según la Cuenta Viajes del Banco Central del Ecuador. En el 2017, las visitas de extranjeros en el Ecuador crecieron en 8.9% por encima del promedio mundial. Las llegadas internacionales en el Ecuador crecieron en 13,4%, cerca de 10 puntos porcentuales más que Latinoamérica. Para el 2018, se prevé que las llegadas internacionales en el mundo se incrementen en 3,7% respecto al 2017, y se espera que en Ecuador incrementen en 3,9%. El Ministerio de Turismo presenta el documento que recopila más de 20 variables clave por mercado que permitirá entender de mejor manera el comportamiento, hábitos de consumo y preferencias en los destinos, y al adquirir productos turísticos. Los datos recopilados se basan en varias fuentes de información como datos internacionales, registros administrativos nacionales y encuestas. Además, para definir el perfil del turista se considera las recomendaciones Internacionales para Estadísticas Turísticas emitidas por la OMT (2008). Los datos relevantes que se encontrarán en el documento son: volumen de salidas, llegadas a otros países de la región, poder adquisitivo, gasto promedio por viaje, entre otras. El documento es una herramienta importante en la toma de decisiones para la promoción y mercadeo de la industria nacional que busca impulsar el turismo, y convertirlo en la primera fuente de ingresos económicos del país.

También, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018) en el 2017, se registraron 1.323 millones de llegadas internacionales en todo el mundo. Estados Unidos, China, Rusia, Brasil y otros países aumentaron su gasto turístico en miles de millones de dólares. En Ecuador, se registró $1.633 millones de divisas por turismo, determinando la contribución del 2% del PIB nacional de manera directa y con el 5% de manera directa, de manera indirecta e inducida. Los datos que recopila el documento muestran las características de los turistas: extranjeros, de vacaciones, de negocios, interesados en la cultura, interesados en conocer las Islas Galápagos, de frontera, colombiano de frontera, peruano de frontera, según la nacionalidad, alemanes, australianos, canadienses, estadounidenses, franceses, británicos, españoles, argentinos, brasileños, chilenos, colombianos, mexicanos, peruanos y ecuatorianos. Esta secretaría de Estado

trabaja con datos estadísticos que permitan mejorar la planificación de destinos para llegar a los mercados objetivos e incrementar el turismo receptivo, con el afán de generar fuentes de trabajo, redistribución de ingresos y oportunidades turísticas sostenibles. (MINTUR, 2018 párr.1-6)

Por otro lado, teniendo en cuenta que según la Organización Mundial del Turismo en la edición (OMT, 2019) sobre el panorama del turismo internacional menciona que "el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales y de los ingresos sigue adelantando al de la economía mundial, y tanto las economías emergentes como las avanzadas se están beneficiando del aumento de los ingresos del turismo". Y que además "Por séptimo año consecutivo, las exportaciones turísticas crecieron más deprisa que las exportaciones de mercancías, lo cual redujo en muchos países el déficit comercial". Este crecimiento conlleva una mayor responsabilidad a la hora de garantizar una gestión efectiva de los destinos que minimice cualquier efecto adverso del turismo. Gestionar el turismo de manera sostenible y en beneficio de todos es hoy más importante que nunca. Necesitamos crecer más en valor y no solo en volumen. La digitalización, la innovación, una mayor accesibilidad y ciertos cambios sociales seguirán moldeando el sector, y tanto los destinos como las empresas tendrán que adaptarse para seguir siendo competitivos, a la vez que hacen que el turismo contribuya a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (OMT, 2019)

En la plataforma de noticias de la Organización de Naciones Unidas (ONU, 2020) se menciona que debido al cierre sin precedentes de los viajes y el comercio mundial, el turismo ha sido uno de los sectores más afectados por el COVID-19 ylos efectos del aislamiento y cuarentena que hace poco tiempo se dio en el planeta entero. La crisis no tiene precedentes en tamaño y amplitud, y ha afectado los medios de vida de millones de personas en el mundo. Un nuevo informe de políticas de Antonio Guterres destaca la necesidad de reconstruirlo de una manera más resiliente y ecológica. (Organización de Naciones Unidas [ONU], 2020)

Al presentar su último informe de políticas sobre el COVID-19, sobre el sector turístico, Guterres señaló que esa una industria que emplea a una de cada diez personas en

el mundo y proporciona medios de vida a cientos de millones más. Así lo revelan los datos de la Organización Mundial del Turismo que muestran que entre 100 y 120 millones de empleos turísticos directos están en riesgo, mientras que la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) prevé una pérdida del 1,5 al 2,8 por ciento del PIB mundial debido a la crisis de la industria por el COVID-19. (ONU, 2020 párr.)

De la misma forma el turismo es la tercera categoría de exportación más grande del mundo (después de los combustibles y los productos químicos) y en 2019 representó el 7% del comercio mundial. Por lo que en el informe del Secretario detalla que, debido al cierre sin precedentes de los viajes y el comercio mundial, el turismo ha sido uno de los sectores más afectados por el coronavirus. El documento afirma que la crisis no tiene precedentes en tamaño y alcance, con todas las partes de su vasta cadena de valor afectadas. (ONU, 2020 párr.)

Agregó que, para las mujeres, las comunidades rurales, los pueblos indígenas y muchas otras poblaciones históricamente marginadas, el turismo ha representado un vehículo de integración, empoderamiento y generación de ingresos. Por lo que a nivel mundial, el turismo sustenta uno de cada diez puestos de trabajo y proporciona medios de vida a muchos millones de personas. El turismo también es un pilar clave para la conservación del patrimonio natural y cultural, expresó el titular de la ONU. (ONU, 2020 párr.)

La caída repentina de la demanda turística corta la financiación de las operaciones de conservación. El 7% del turismo mundial se relaciona con el turismo de vida silvestre, un segmento que crece un 3% anual. Esto también pone en riesgo los puestos de trabajo en las comunidades alrededor de los hábitats protegidos, y como aseguró el Secretario, esto ha provocado un aumento de la caza furtiva, el saqueo y el consumo de carne de animales silvestres. Después de todo el 90% de los países cerraron los sitios del Patrimonio Mundial, con consecuencias socioeconómicas para las comunidades que dependen del turismo. Además, el 90% de los museos cerraron durante la crisis y es posible que el 13% nunca vuelva a abrir. (Organización de Naciones Unidas [ONU], 2020)

Luego que la OMS (Organización Mundial para la Salud) declara que el coronavirus es una pandemia, mundial, el presidente de la república del Ecuador anunció la declaratoria de Emergencia Sanitaria mediante cadena nacional de radio y televisión. El 14 de marzo de 2020, se activó el COE cantonal de Archidona, mediante la cual se resolvió suspender la jornada laboral de los servidores municipales tanto en la planta administrativa como de talleres por el plazo de 4 días, exceptuando los agentes de control municipal, bomberos, personal encargado de dotar de servicios básicos (agua, alcantarillado, recolección y disposición de residuos sólidos). (GAD Archidona, 2020 párr. 2 -3)

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Archidona preocupado ante el aumento de casos realizó la fumigación para la desinfección en espacios, públicos, vías, calles, plazas, parques, en el sector urbano y rural del cantón, por 60 días. Realizó la desinfección del sector rural a 110 comunidades del cantón, en los sectores de Rukullacta, Lushian, San Pablo, San Vicente y Hatun Sumaco. (GAD Archidona, 2020)

Además el GAD Archidona mencionó que la presencia de personas que visitan la ciudad lo hacen muchos de ellos por la actividad turística y recreativa, ahora por la pandemia todo se paralizó, por lo tanto realizó un llamado a contribuir con la emergencia, por esta razón se tiene que seguir manteniendo las medidas de bioseguridad que lo establece el COE Nacional y el COE Cantonal para evitar mayor cantidad de contagios del COVID-19. (GAD Archidona, 2020 párr. 6)

Capítulo III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización:

El Centro de turismo comunitario Intercultural Pacto Sumaco se encuentra en la comunidad del mismo nombre, ubicado en la cordillera nororiental de los Andes, en la provincia de Napo, Cantón Archidona, Parroquia Hatun Sumaco, al margen izquierdo a 44km de la vía Loreto-coca y a 2km de Wild Sumaco. Además se encuentra en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sumaco Napo Galeras.

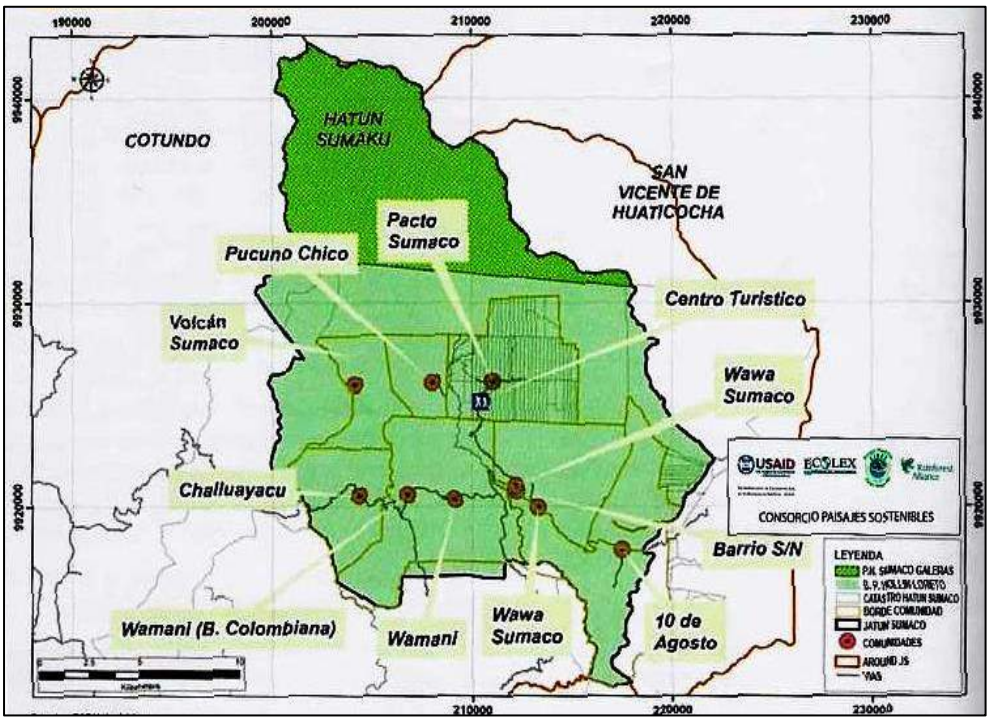


Figura 1-3 Localización CTC Pacto Sumaco
Fuente: PDOT, 2014

La comunidad se construyó en 1987 a causa de un terremoto que provocó un deslizamiento de tierra y el desbordamiento del río Salado, hecho que destruyó la población indígena de la zona de El Chaco. Debido a las pérdidas, el Gobierno de turno otorgó nuevos terrenos cerca del volcán Sumaco para que los sobrevivientes tuvieran un nuevo lugar donde vivir. Una corporación de iglesias evangélicas (IPEE) y la iglesia del Pacto Evangélico del Ecuador (PIEA) también entraron en escena para ayudar a los moradores a salir adelante. En agradecimiento, la comunidad decidió renombrarse como Pacto Sumaco., así fue cómo surgió el nombre de la localidad. En 1998, los sumaqueños empezaron a emprender acciones en beneficio del turismo de la zona. De esta manera, muchas de las personas se convirtieron en guías naturalistas que acompañan a los pasajeros en sus recorridos de ascensión al volcán. (La Hora, 2018)

El Ministerio de Turismo del Ecuador, en uso de las atribuciones previstas en la Ley de Turismo y sus Reglamentos; y, una vez que ha verificado el cumplimiento de todos los requisitos según la actividad turística a registrar, concedió el certificado de Registro el cual se muestra en la tabla 1 a continuación.

Tabla 1- 3 *Certificado de registro del CTC Pacto Sumaco*

CTC Intercultural Pacto Sumaco	
Actividad:	Recreación Diversión y Esparcimiento
Clasificación	Centro de Turismo Comunitario
Categoría	Única
Fecha de Registro	2019/06/27
Propietario	Comunidad Intercultural Pacto Sumaco
Representante legal	Gerardo Aladino Andi
R.U.C	1591706353001
Provincia	Napo
Cantón	Archidona
Parroquia	Hatun Sumaco
Dirección	Hatun Sumaco a 2km de Wild Sumaco
Capacidad	Hab: 05/ Plazas:20

Fuente: Tomado de (CTC Pacto Sumaco, 2019)

El emprendimiento turístico comunitario Pacto Sumaco está orientado al disfrute y aprendizaje de naturaleza, a través de la práctica del ecoturismo. Está conformado por 22 socios de las cuales 5 son mujeres, tiene un rango de edad entre los 25 a 65 años. En este año 2020 aquellos socios han ido disminuyendo según el presidente de la comunidad. Su oferta se basa en las excursiones guiadas, la gastronomía enfocada en los Hongos del Sumaco y al alojamiento en casas de familia o a la casa comunitaria. (Calderón, 2016, p. 13).En la actualidad ofrecen tres paquetes turísticos para sus visitantes los cuales se muestran en la tabla 2-3 a continuación.

Tabla 2-3 *Oferta Turística del CTC*

Oferta turística	Detalle
• **Ruta al Volcán Sumaco**	Descripción: Emprende una aventura para descubrir la magia y la biodiversidad de uno de los lugares únicos en el mundo Incluye: Guía nativo, Hospedaje en los refugios, Alimentación, hidratación e Impuestos Tiempo de recorrido: 3 días/ 2noches Valor: $ 180,00 USD (1 a 5pax) $ 160,00 USD (6 a 10pax) $ 140,00 USD (11 a 15pax)
• **Ruta de la Biodiversidad Natural**	Descripción: Conviértete en un explorador e investigador de la naturaleza, descubre todas las interrelaciones que el Bosque Montano del Sumaco te entrega. Incluye: Guía nativo, Entradas, Refrigerio e Impuestos Tiempo de recorrido: 4 horas Valor: $ 15,00 USD (1 a 5pax) $ 13,00 USD (6 a 10pax) $ 12,00 USD (11 a 15pax)
• **Tour vivencial Pacto Sumaco**	Descripción: Conoce la Forma de vida de la comunidad Pacto Sumaco. Conoce, cosecha y prepara los alimentos compartiendo los saberes y prácticas de la comunidad. Incluye: Guía nativo, Entradas a fincas, Almuerzo e Impuestos Tiempo de recorrido: 4 horas Valor: $ 20,00 USD (1 a 5pax) $ 18,00 USD (6 a 10pax) $ 16,00 USD (11 a 15pax)

Fuente: Adaptado de (CTC Pacto Sumaco, 2019)

- **Atractivos turísticos**

Cuenta con 10 atractivos turísticos a los que puede acceder el turista según los datos enviados por el Guarda parque del PNSNG, los cuales se muestran en la figura del Mapa de los Senderos del volcán Sumaco.

Previamente se mencionan los atractivos turísticos que se encuentran ubicados en el mapa y son los siguientes: Cascada 7 caídas, Cascada arcoíris, Cantadero de gallo de peña, Sendero de Dos Mundos, Laguna de Wawa Sumaco, Vista Panorámica, Refugio Pava yacu, Cumbre Volcán Sumaco, Gastronomía típica (hongos Ostra), Historia de la Comunidad Pacto Sumaco.

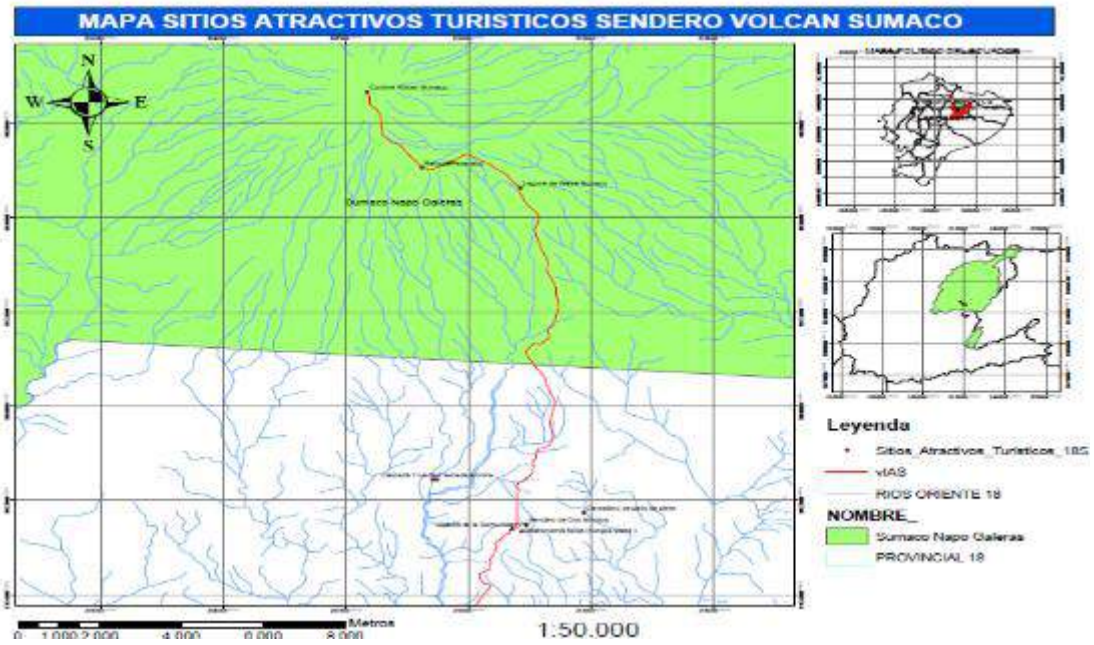


Figura 2-3 Mapa de la ubicación de los atractivos turísticos.
Fuente: Tomado de email Luis Andi Guarda parque PNSNG, 2020

Página de Facebook

El CTC cuenta con una página de Facebook donde promocionas los servicios turísticos que ofrecen, la cual se muestra a continuación.

- https://www.facebook.com/ctcpactosumacos/

3.2. Tipo o diseño de la investigación

Tiene un diseño no experimental, de tipo descriptivo, transversal y correlacional, que permite la recolección de la información de primera línea de las variables de acuerdo las dimensiones de la demanda y a su vez la sistematización de información.

3.3. Métodos de la Investigación

La serie de pasos que conducen a la búsqueda de conocimientos se basó en la recolección de información a través de la encuesta mediante el aplicativo FROMS DE OFFICE 365 a los posibles visitantes que declararon interés por visitar el CTC Pacto Sumaco y accedieron a facilitar la información.

Se aplicó el método Inductivo – Deductivo, ya que a través de la utilización de procesos estadísticos se identificó las variables de la investigación.

La técnica mediante la cual se estructura y organiza la investigación para la recolección de información es la técnica de la encuesta, dirigida a todos los posibles visitantes de manera aleatoria.

3.4. Enfoque de la Investigación

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo. El enfoque cuantitativo para establecer la muestra, recolección de información y datos y en el análisis estadístico de resultados. El enfoque cualitativo en la recolección de datos y en la definición de preguntas del formulario de investigación.

3.5. Alcance de la Investigación

El levantamiento de datos se realizó de manera aleatoria con posibles visitantes nacionales y extranjeros; se planificó para inicios del mes de Agosto de 2020. La meta de esta investigación es describir de manera clara las preferencias de los posibles visitantes una vez sobresalida la pandemia COVID-19.

3.6. Desarrollo de objetivos

- **Para el desarrollo del primer objetivo:** Se estableció el diseño estadístico metodológico en función de los requerimientos de información y considerando las dimensiones demográficas. Técnica de encuesta estructurada, preguntas dicotómicas y en escala de Likert con un instrumento de cuestionario aplicado vía on line con el uso del aplicativo FORMS del OFFICE 365 y SPSS para el tratamiento y análisis de datos.
- **Para el desarrollo del segundo objetivo:** Se estableció una estructura psicográfica para la recopilación de información primaria. Técnica de la encuesta vía on line con la aplicación forms del office 365 y SPSS
- **Para el desarrollo del tercer objetivo:** Se analizó desde la óptica del nivel de gasto del pasajero que pretendía visitar el CTC Pacto Sumaco. Técnica de la encuesta vía on line con la aplicación FORMS del office 365 y SPSS

3.7. Tratamiento de datos

- **Técnicas de recolección de datos primarios y secundarios**

  Los datos primarios de la información turística, se recolectaron a través de la técnica de la encuesta de manera aleatoria. Los datos e información secundaria, se recolectaron de documentos (libros, revistas, tesis, páginas web).

- **Instrumentos de recolección de datos primarios y secundarios**

  El instrumento (encuesta) que se aplicó para la recolección de la información es el formulario mediante la técnica de encuesta estructurada, preguntas dicotómicas y en escala de Likert con un instrumento de cuestionario aplicado vía on line con el uso del aplicativo FORMS del OFFICE 365 y SPSS para el tratamiento y análisis de datos.

- **Muestra**

La recolección de datos para el análisis de la demanda turística se realizó con un muestreo probabilístico (aleatorio) de los visitantes que ingresaron al Parque Nacional Sumaco Napo Galeras (PNSNG) en todo el año 2019, que son 171 personas, de los cuales 33 son turistas internacionales y 138 nacionales, que registraron su visita en el año mencionado orientado a los posibles visitantes del CTC Pacto Sumaco (Ver Anexo D). La fórmula que se utilizó fue la siguiente:

$$n = \frac{N\ Z2\ pq}{e2\ (N - 1) + Z2\ pq}$$

Donde:

n=*Tamaño de la muestra*

N=*Tamaño de la población*

Z=*Nivel de confianza deseada*

p=*Probabilidad de éxito*

q=*Probabilidad de fracaso*

e= *Error máximo*

Los valores en este caso son los siguientes:

N= 169

Z=1.96

p=0.5

q=0.5

e=0.5

$$n = \frac{(171)\ (1.96)2\ (0.5)\ (0.5)}{(0.5)2\ (171 - 1) + (1,96)2\ (0.5)\ (0.5)} = 119$$

Capítulo IV

RESULTADOS

Según la Guía Metodológica para Trabajos de Integración Curricular de la UEA (2020) indica que "los resultados científicos son los aportes que constituyen productos de la actividad investigativa en la cual se han utilizado procedimientos y métodos científicos que permiten dar solución a problemas de la práctica o de la teoría. Por lo que en esta sección se presentan los resultados que fueron obtenidos en la investigación los cuales estarán acompañados de tablas y figuras, según la normativa APA 6ta edición establecida. (Universidad Estatal Amazónica, 2020)

Por lo tanto, los resultados que se muestran en este trabajo de integración curricular consisten en la recolección de datos obtenidos por medio de la plataforma Forms de Office 365 y fue analizado con la ayuda de la plataforma SPSS. Se realizó 21 preguntas, las cuales consistieron al perfil demográfico, psicográfico, y económico del turista.

Tabla 3-4 *Pregunta 1 Género*

Opciones	Respuestas
Masculino	68
Femenino	51
Total general	**119**

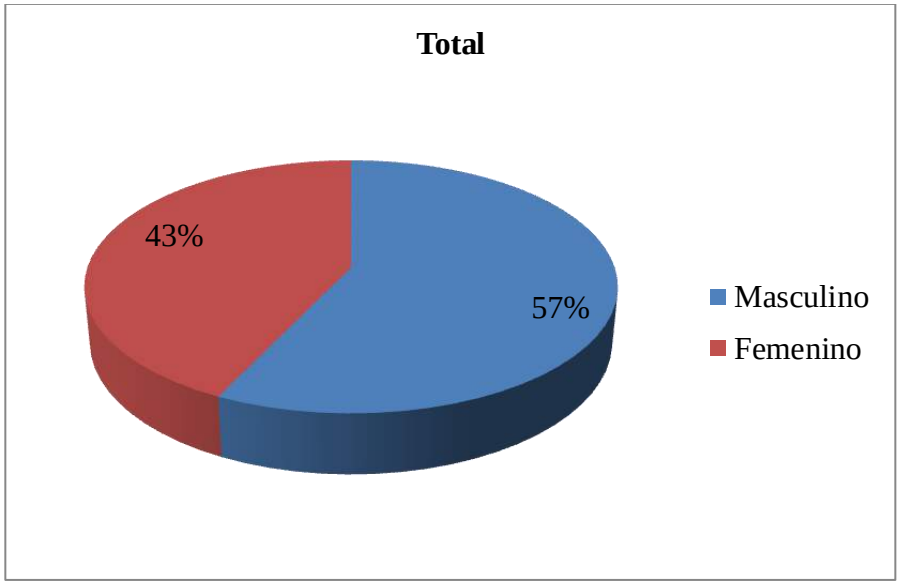


Figura 3-4 Pregunta 1 Género

El 57% de los encuestados indican que son del género masculino, lo cual permite conocer que la mayor cantidad de visitantes que prefieren ingresar al Centro de Turismo Comunitario son del componente mayoritariamente indicado en el presente cuadro. Sin embargo no hay una diferencia reveladora al compararlo con el 43% perteneciente al género femenino. Lo que nos da a entender que el CTC gozaría de futuros visitantes ambos géneros.

Tabla 4-4 *Pregunta 2 Edad*

Opciones	Responsable
18 a 30	79
31 a 50	37
51 a 65	3
Total general	**119**

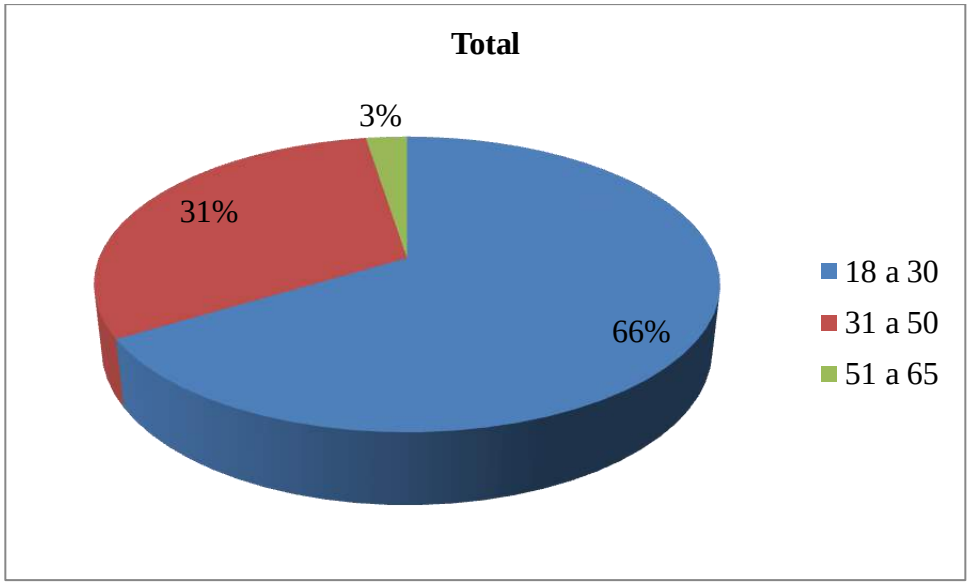


Figura 4-4 Pregunta 2 Edad

Según los resultados de la encuesta realizada, con el 66% como se muestra en la figura, el Centro de Turismo Comunitario Pacto Sumaco contará con la visita de futuros visitantes los cuales estarán entre el rango de edades comprendidos entre 18 a 30 años. Lo que nos da a entender que aquellos futuros visitantes serán personas jóvenes.

Tabla 5-*4* *Pregunta 3 Estado civil*

Opciones	Respuestas
Soltero	83
Casado	28
Divorciado	5
Separado	3
Total general	**119**

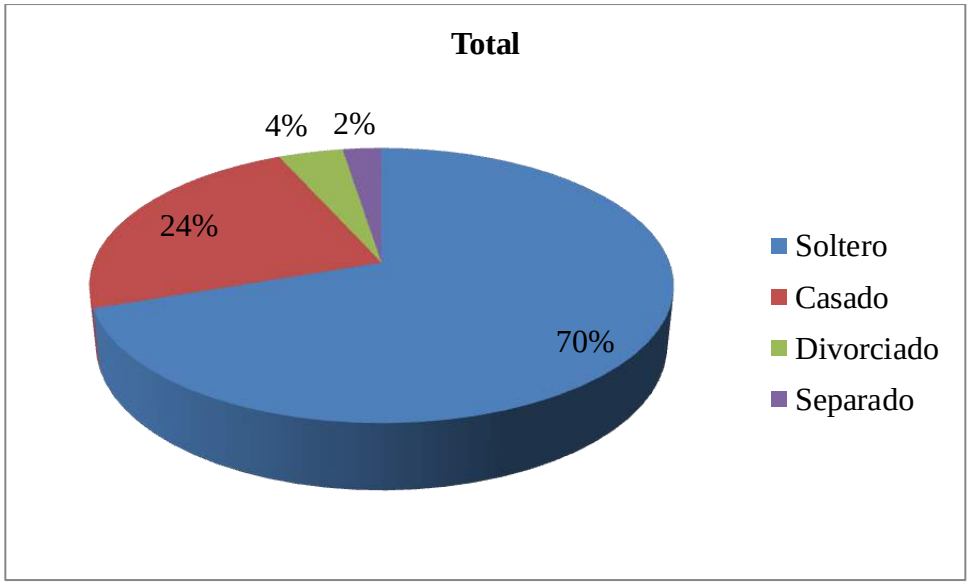


Figura 5-4 Pregunta 3 Estado civil

El 70% de los futuros visitantes que harán su ingreso al Centro de Turismo Comunitario, serán personas que tendrán su estado civil soltero/a, lo que nos da a entender es que, los socios del CTC deberán fortalecer las actividades para que vayan acorde a las necesidades requeridas y así lograr la satisfacción del turista.

Tabla 6-4 *Pregunta 4 Nacionalidad (País)*

Opciones	Respuestas
Ecuatoriana	117
Alemana	1
Colombiana	1
Total general	**119**

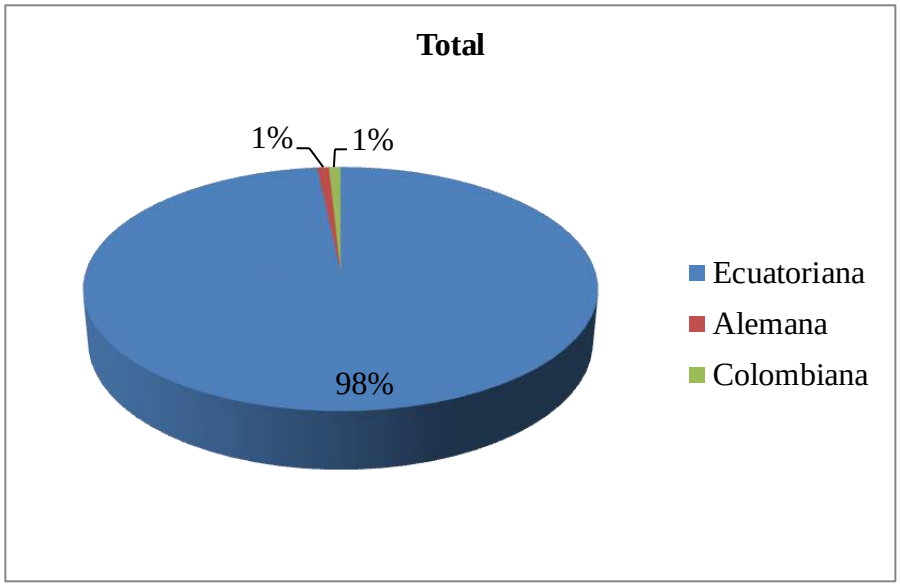


Figura 6-4 Pregunta 4 Nacionalidad (País)

Con un porcentaje mayoritario del 98% de los futuros visitantes que harán el ingreso al CTC, serán personas de nacionalidad ecuatoriana, por lo que el centro comunitario tendrá la facilidad de encontrar mayor perspectiva a la hora de conocer las necesidades del visitante.

Tabla 7-4 *Pregunta 5 Lugar Residencia (País donde vive)*

Opciones	Respuesta
Ecuador	116
Alemania	2
Perú	1
Total general	**119**

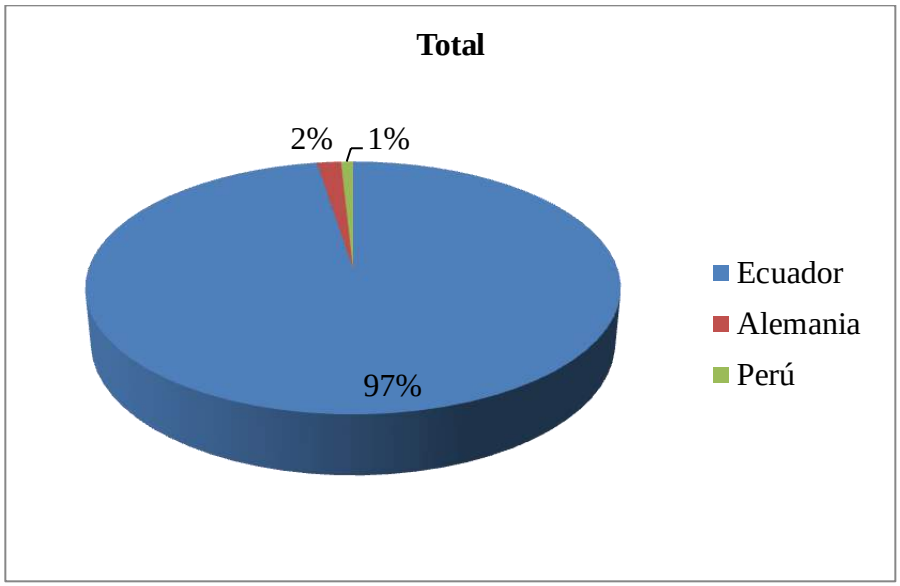


Figura 7-4 Pregunta 5 Lugar Residencia (País donde vive)

El 97% de los futuros visitante que han respondido a la encuesta son residentes de Ecuador mientras que el porcentaje restantes minoritario se encuentra dividido entre personas de Alemania y Perú, por lo tanto nos da a entender que el centro turístico tendrá visitantes que viven en este país y por ende el CTC tendrá que enfocarse en las preferencias de las personas residentes puesto que se podrá recopilar mayor información.

Tabla 8-4 *Pregunta 6 Lugar de procedencia (Lugar donde nació)*

Opciones	Respuestas
Ecuador	116
Perú	1
Alemania	1
Colombia	1
Total general	**119**

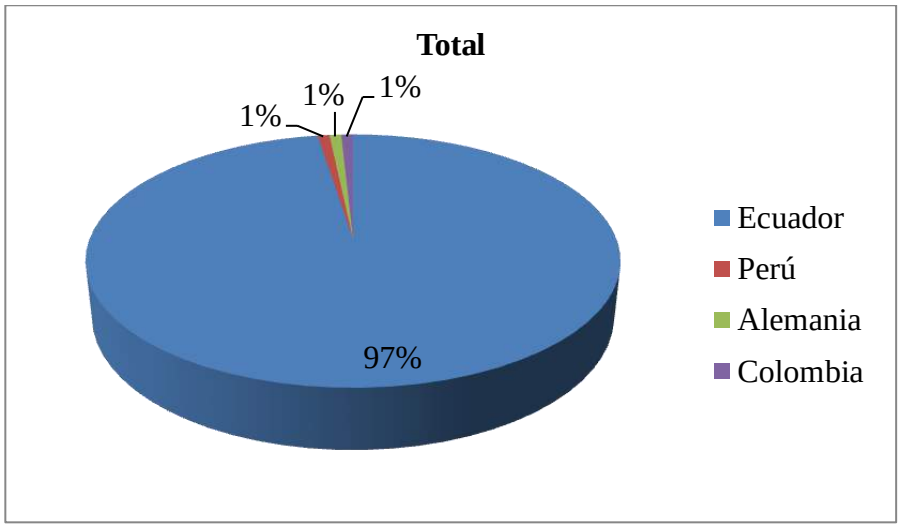


Figura 8-4 Pregunta 6 Lugar de procedencia (Lugar donde nació)

El 97% de los futuros visitantes que ingresarán al CTC nacieron en Ecuador, por lo tanto se entiende que existe gran apreciación por el turismo nacional y por ende al momento de la visita se deberá tomar en cuenta los conocimientos culturales para que el visitante esté a gusto en el sito escogido.

Tabla 9-4 *Pregunta 7 Nivel de instrucción*

Opciones	Respuesta
Tercer nivel	54
Secundaria	46
Cuarto nivel	11
Primaria	6
Ninguna	2
Total general	**119**

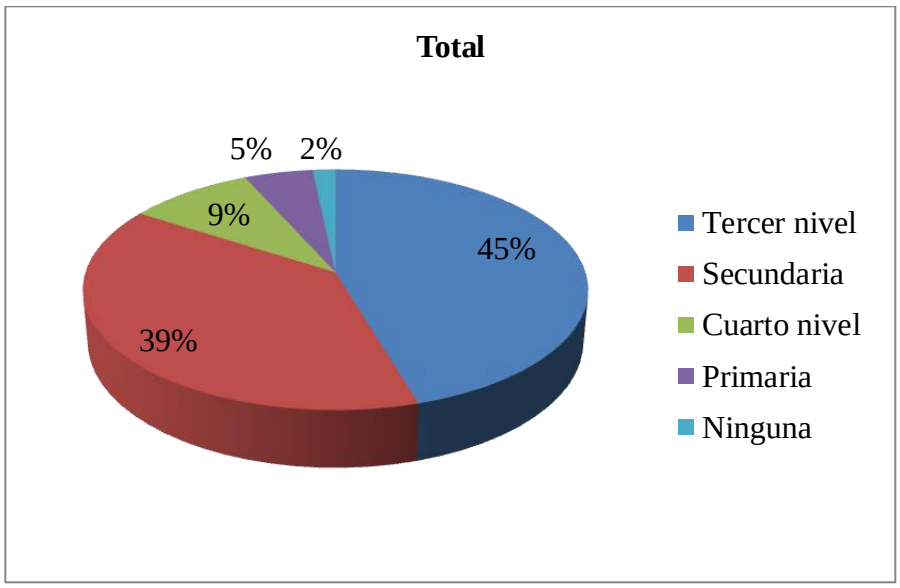


Figura 9-4 Pregunta 7 Nivel de instrucción

El 45% de los posibles visitantes para el CTC serán personas que tienen un nivel de instrucción de tercer nivel, por lo que el centro comunitario deberá tener personas capacitadas para las diversas actividades que se ofertan en el lugar, con ello mejorar su desarrollo y así fortalecer el destino turístico.

Tabla 10-4 *Pregunta 8 Ocupación*

Opciones	Respuestas
Estudiante	59
Otros	19
Profesional independiente	16
Servidor público	14
Negocio propio	10
Jubilado	1
Total general	**119**

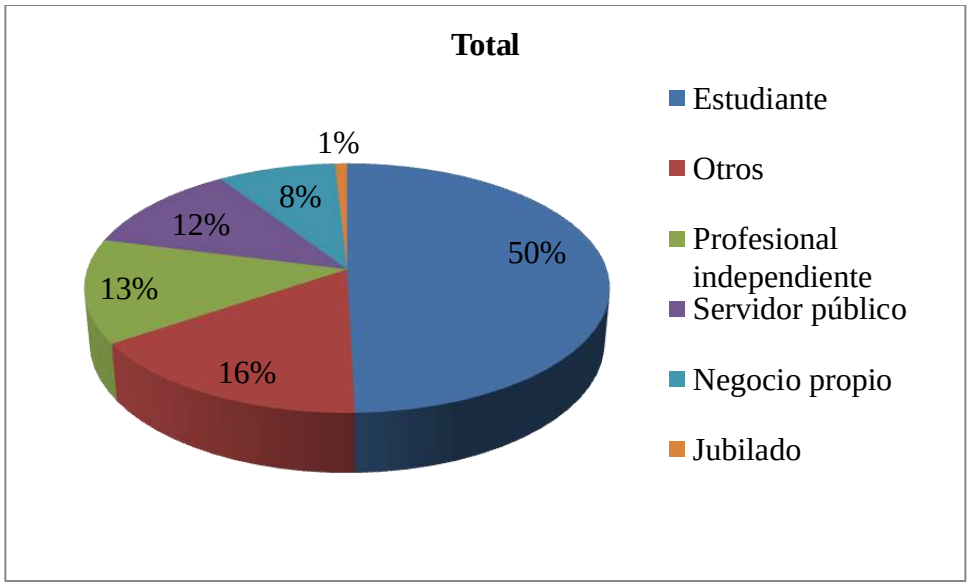


Figura 10-4 Pregunta 8 Ocupación

El 50% de los visitantes que ingresarán al CTC mencionaron que su ocupación es ser estudiantes, esto nos da a entender que el centro comunitario tendrá que implementar paquetes que estén acorde a las posibilidades de los estudiantes y así no desaprovechar los ingresos económicos que ellos generan.

Tabla 11-4 *Pregunta 9 ¿Con qué tiempo de anterioridad usted planifica su viaje?*

Opciones	Respuestas
1 semana antes	52
1 mes antes	42
1 día antes	13
1 año antes	12
Total general	**119**

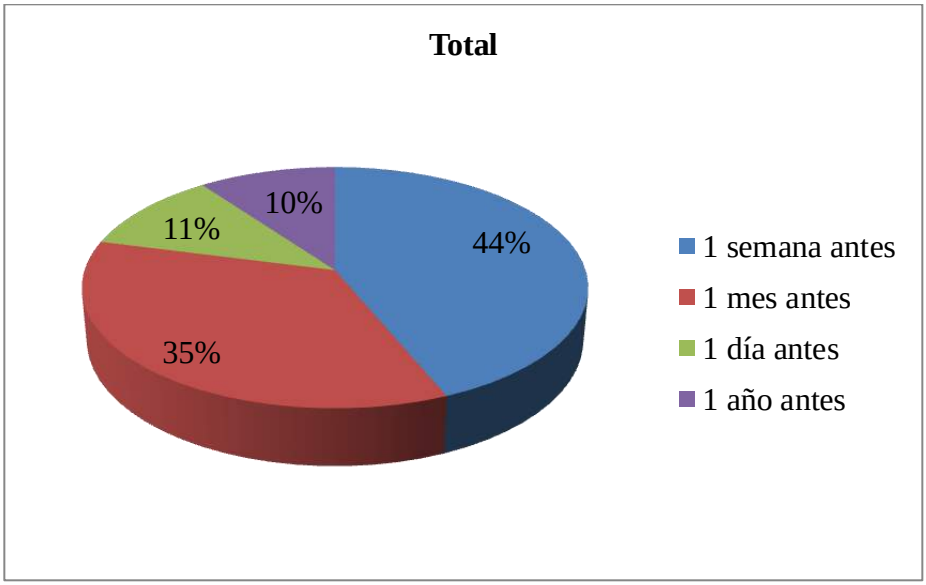


Figura 11-4 Pregunta 9 ¿Con qué tiempo de anterioridad usted planifica su viaje?

El 44% de los posibles visitantes indican que planifican sus viajes con una semana de anticipación como se lo observa en la figura, seguido del 35% que lo realiza planificándolo con un mes de anterioridad, por lo que se entiende que buscan lugares que les ofrezcan seguridad a la hora de reservar un lugar, por ende los socios del CTC tendrán la posibilidad de planificar y perfeccionar las actividades que se realizarán en la visita.

Tabla 12-4 *Pregunta 10¿Cuál sería el punto de ingreso que usted utilizaría para llegar al CTC Pacto Sumaco?*

Opciones	Respuestas
Orellana - Coca	45
Pastaza - Puyo	34
Pichincha - Quito	20
Otras	12
Sucumbios - Lago Agrio	8
Total general	**119**

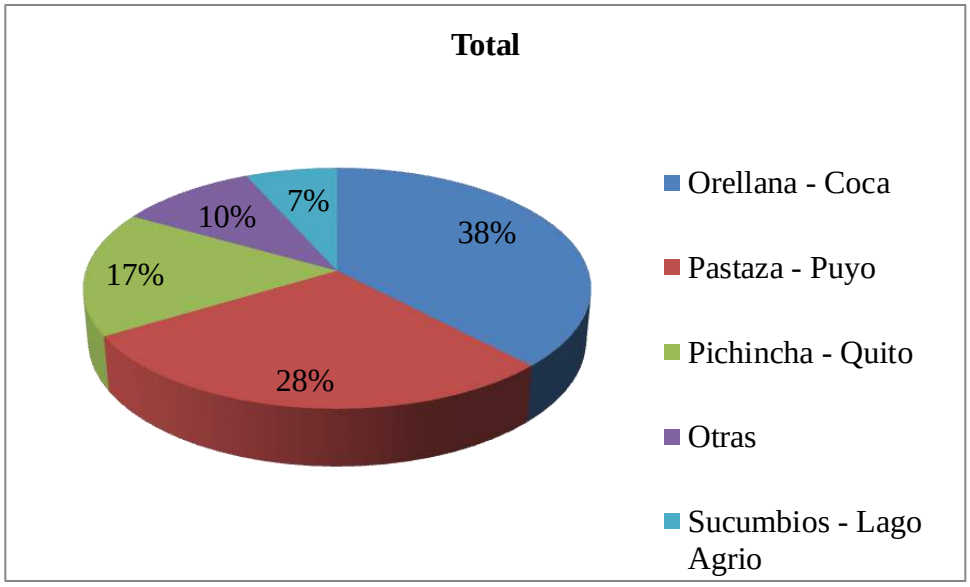


Figura 12-4 Pregunta 10¿Cuál sería el punto de ingreso que usted utilizaría para llegar al CTC Pacto Sumaco?

El 38% de los posibles visitantes indican que su punto de ingreso es la provincia de Orellana-Coca, mientras que el porcentaje del 28% son personas que harían su ingreso por la ruta Pastaza-Puyo, respecto a los porcentajes restantes utilizarían otras provincias como puntos de ingreso para llegar al sitio, dicho esto, a través de esta información el CTC podrá realizar mayores estrategias de publicidad en los puntos de ingresos mencionados e incrementar la afluencia de turistas.

Tabla 13-4 *Pregunta 11 ¿Con cuántas personas usted realiza sus viajes?*

Opciones	Respuestas
3 a 4	45
1 a 2	41
5 o más	22
Solo/a	11
Total general	**119**

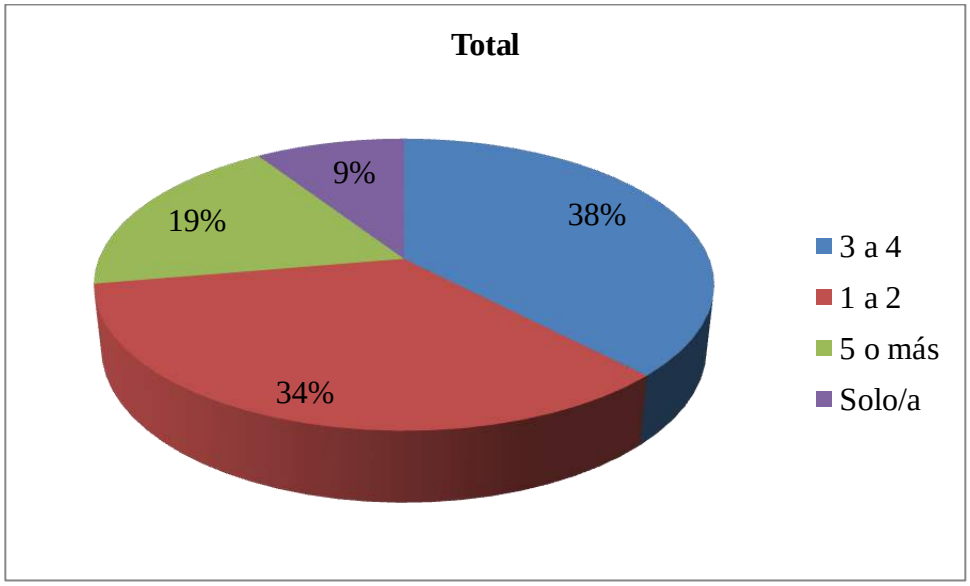


Figura 13-4 Pregunta 11 ¿Con cuántas personas usted realiza sus viajes?

El 38% de los posibles visitantes indican que realizan sus viajes con compañía de tres a cuatro personas, seguido del 34% que lo realiza entre una a dos personas, por lo que nos da a entender que el nuevo turista querrá tener espacio suficiente para poder disfrutar a lado de las personas con las que viaja, por lo cual el centro comunitario deberá optar por el incremento del número de habitaciones y plazas para los turistas.

Tabla 14-4 *Pregunta 12 Si decidiera visitar el CTC ¿Por cuántos días usted permanecería en el sitio?*

Opciones	Respuestas
2 días a 3	55
1 día a 2	43
3 días o más	21
Total general	**119**

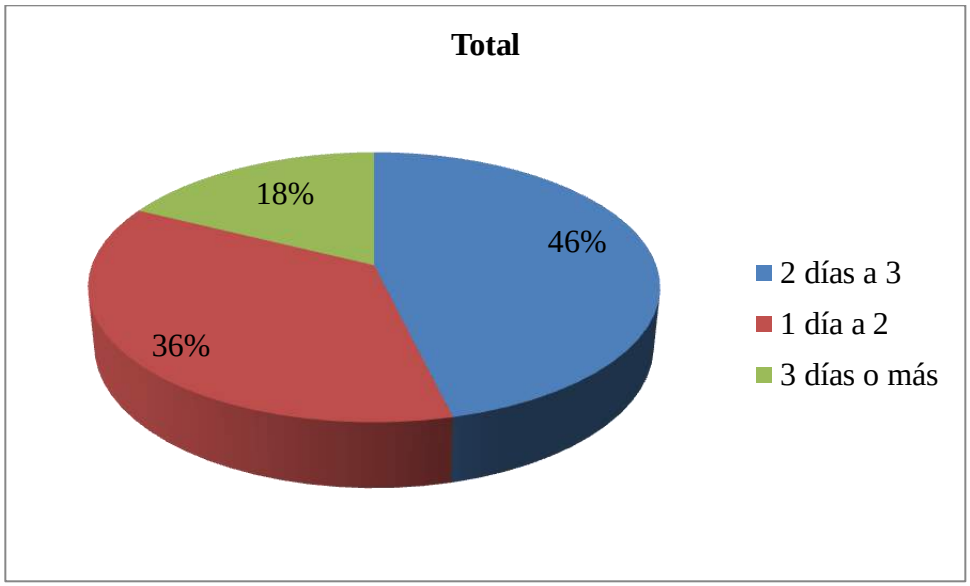


Figura 14-4 Pregunta 12 Si decidiera visitar el CTC ¿Por cuántos días usted permanecería en el sitio?

Los futuros visitantes que ingresarán al centro comunitario, indicaron que permanecerán de dos a tres días que corresponde al 46%, de igual importancia con el 36% los visitantes mencionaron que estarían de uno a dos días, de este modo el centro de turismo tendrá que incrementar las actividades recreativas para cumplir los tiempos que el visitante permanece en el lugar.

Tabla 15-4 *Pregunta 13 ¿Cuál es la actividad que usted realizaría si visitara el CTC Pacto Sumaco?*

Opciones	Respuestas
Ascenso al Volcán Sumaco	53
Observación de flora y fauna	41
Caminata por senderos	14
Aviturismo	9
Investigación científica	2
Total general	**119**

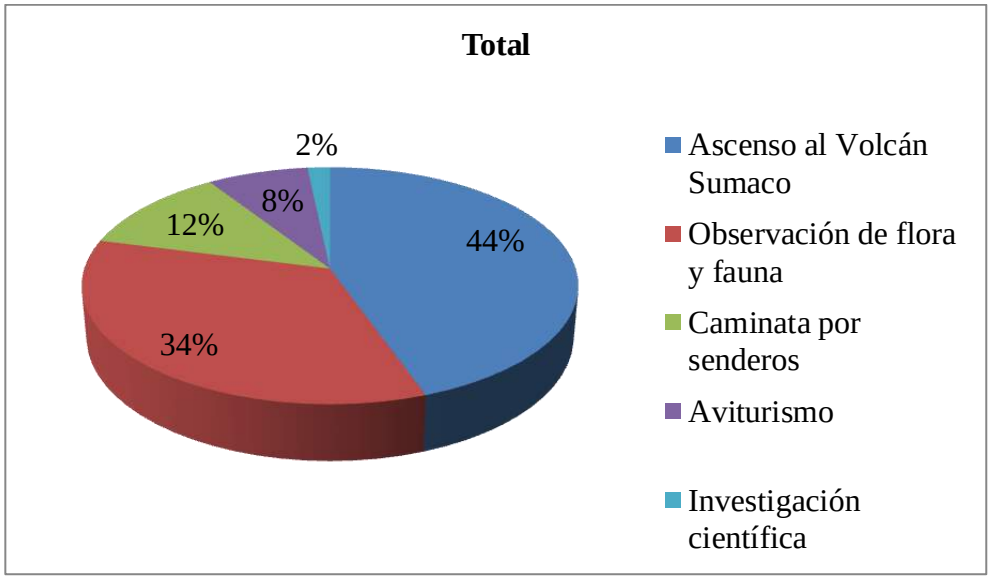


Figura 15-4 Pregunta 13 ¿Cuál es la actividad que usted realizaría si visitara el CTC Pacto Sumaco?

En esta pregunta como resultado tenemos que la actividad que más se requiere realizar en la visita al CTC Pacto Sumaco con un 44% es el Ascenso al Volcán Sumaco, de este modo la información que se recopiló ayuda a que los que integran el centro comunitario busquen formas de capacitarse en primeros auxilios, en guianza, entre otros, y cumpliendo con las medidas de precaución para que al momento del ascenso al volcán no existan dificultades

Tabla 16-4 *Pregunta 14¿Por qué medio se enteró usted de la existencia del CTC Pacto Sumaco?*

Opciones	Respuesta
Amigos	47
Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.)	38
Familia	16
Recomendaciones	11
Sitios web	7
Total general	**119**

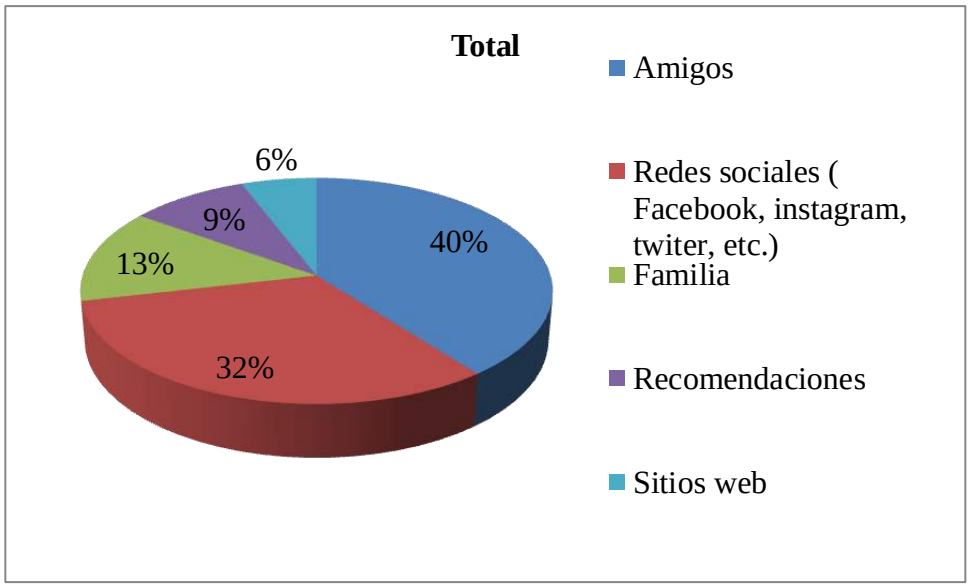


Figura 16-4 Pregunta 14¿Por qué medio se enteró usted de la existencia del CTC Pacto Sumaco?

Ante la interrogante de la tabla 17-4, tenemos que el 40% de los visitantes se enteró de la existencia del CTC a través de sus amigos y con un porcentaje no menos significativo se puede observar que un 32% de los encuestados señalaron obtener información a través de las redes sociales por lo que concluimos que la publicidad realizada por Facebook se debe reforzar para que esta tenga mayor efectividad, por lo que se entiende que el centro comunitario debe poner mayor énfasis a la hora de promocionar el sitio turístico.

Tabla 17-4 *Pregunta 15¿Cuál es la razón principal por la que usted visitaría el CTC?*

Opciones	Respuestas
Diversión	59
Descanso	46
Estudio	9
Trabajo	4
Negocios	1
Total general	**119**

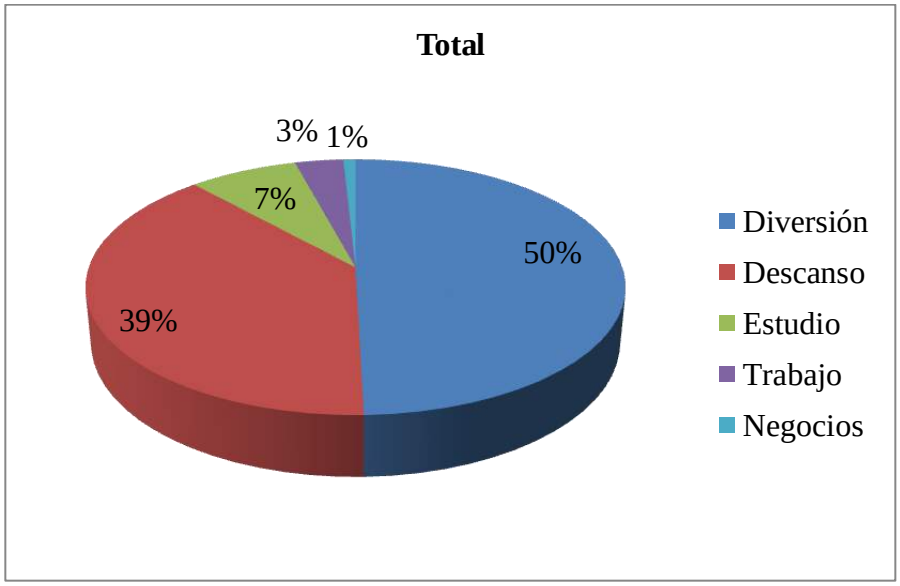


Figura 17-4 Pregunta 15¿Cuál es la razón principal por la que usted visitaría el CTC?

El 50% de los futuros visitantes indican que la razón principal que lo motiva a visitar el CTC es por diversión, es así que con esta información los socios del CTC deberán cumplir lo que el visitante va a buscar en el sitio ya sea aumentando actividades o reforzándolas con creatividad lo que se ofrece.

Tabla 18-4 *Pregunta 16 De las siguientes opciones, ¿Qué considera usted que debería tener los CTCs para que usted se sienta seguro y decida viajar, tras la pandemia del COVID-19?*

Opciones	Respuestas
Protocolo de bioseguridad para evitar contagios de cualquier enfermedad	99
Personas adicionales capacitadas en guianza	9
Actividades adicionales	6
Equipos tecnológicos	5
Total general	**119**

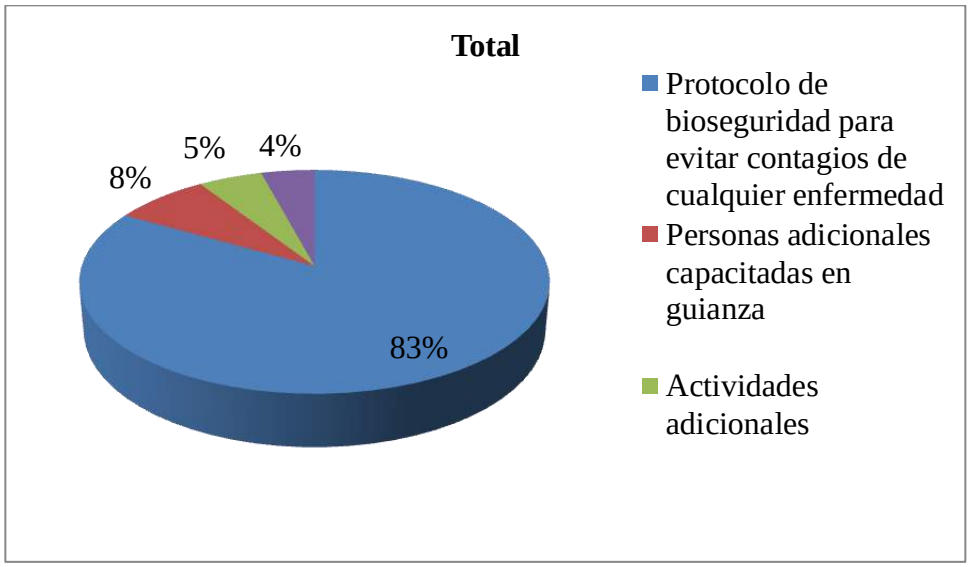


Figura 18-4 Pregunta 16 De las siguientes opciones, ¿Qué considera usted que debería tener los CTCs para que usted se sienta seguro y decida viajar, tras la pandemia del COVID-19?

Con un 83% los futuros visitantes consideran que el protocolo de bioseguridad para evitar contagios de enfermedades es el más importante ya que con ello se sienten seguros de visitar el CTC, esto quiere decir que los que integran el sitio turístico deberán tener establecido su protocolo de bioseguridad y recibir al turista con todas las medidas correspondientes.

Tabla 19-4 *Pregunta 17 ¿Visitaría el CTC Pacto Sumaco después del COVID-19?*

Opciones	Respuesta
Si	97
Tal vez	19
No	3
Total general	**119**

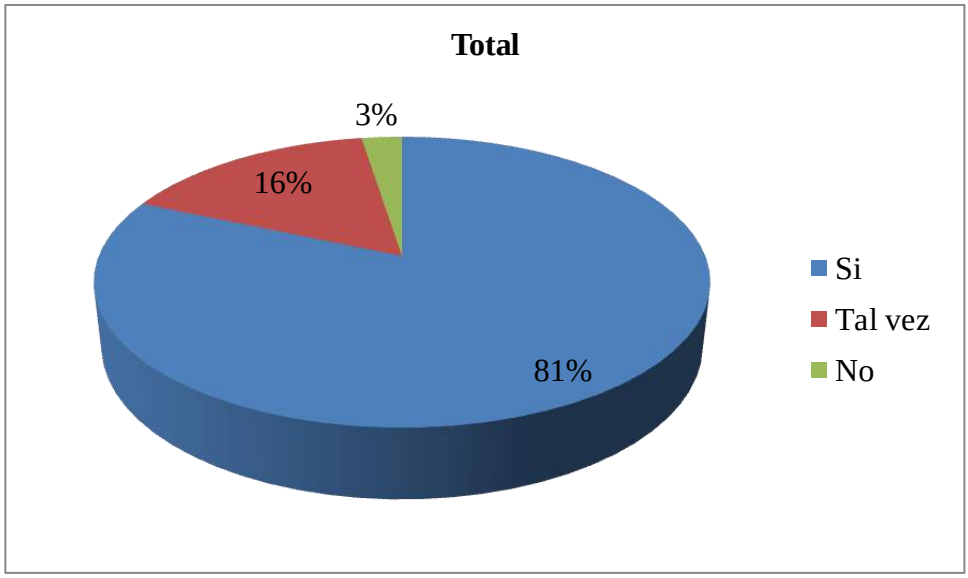


Figura 19-4 Pregunta 17¿Visitaría el CTC Pacto Sumaco después del COVID-19?

Con un porcentaje muy aceptable del 81% de los encuestados los cuales indican que Sí visitarían el CTC Pacto Sumaco, se considera que esta información es favorable para el lugar, por ende se entiende que la mayoría de los encuestados serán futuros visitantes del CTC y por lo tanto esto conlleva a estar atentos a las llegadas de los turistas.

Tabla 20-4 *Pregunta 18 Nivel de ingresos mensuales*

Opciones	Respuesta
Básico	71
Hasta 1000	23
Ninguno	21
Hasta 3000	4
Total general	**119**

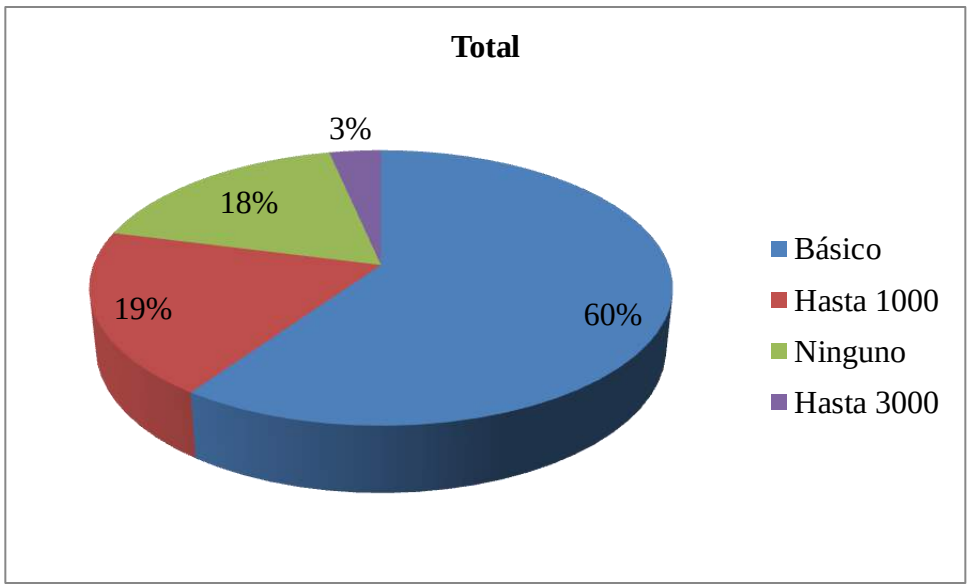


Figura 20-4 Pregunta 18 Nivel de ingresos mensuales

El ingreso económico mensual del futuro visitante con un 60%, es el básico como esta expresado en la figura 21, esto quiere decir que son personas con recursos económicos medios, por lo que conociendo el ingreso económico del futuro visitante ayudará a que los integrantes del CTC creen nuevas ofertas turísticas del sitio orientándolo acorde a sus posibilidades.

Tabla 21-4 *Pregunta 19. ¿Cuál sería el gasto aproximado que utilizaría si visitara el CTC tras la pandemia del COVID-19?*

Opciones	Respuestas
100 a 200	59
201 a 400	26
Menos de 100	22
401 a 500	7
Más de 500	5
Total general	**119**

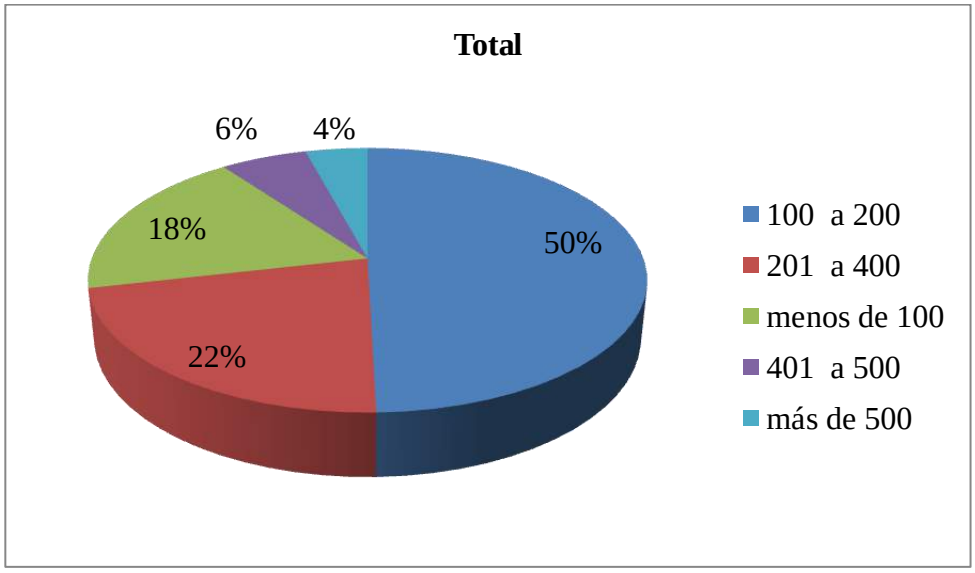


Figura 21-4 Pregunta 19. ¿Cuál sería el gasto aproximado que utilizaría si visitara el CTC tras la pandemia del COVID-19?

Se entiende que con el 50%, el gasto aproximado que el visitante está dispuesto a pagar por persona para visitar el CTC tras la pandemia del Covid-19, es aproximadamente entre 100 a 200 dólares como se muestra en la figura presentada, conociendo esta información el CTC podrá modificar el presupuesto estimado que se demanda en la visita, considerando la crisis sanitaria.

Tabla 22-4 *Pregunta 20 ¿Cuál diría usted que sería el gasto aproximado que utilizaría para su Alojamiento y Alimentación tras la pandemia del COVID-19?*

Opciones	Respuestas
15 a 20	71
21 a 30	26
31 a 40	14
41 o más	8
Total general	**119**

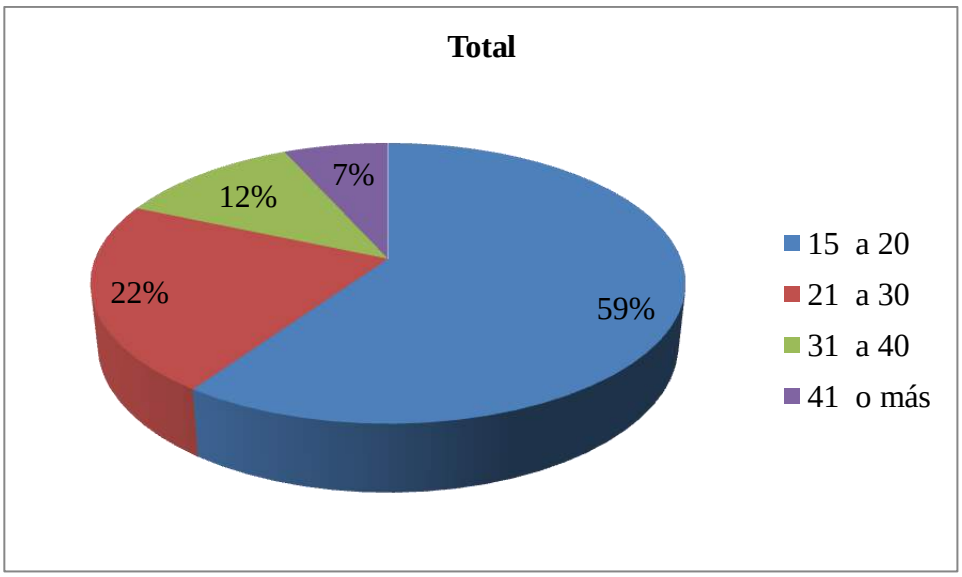


Figura 22-4 Pregunta 20 ¿Cuál diría usted que sería el gasto aproximado que utilizaría para su Alojamiento y Alimentación tras la pandemia del COVID-19?

Indicando el precio que estarían dispuestos a pagar tras la pandemia solo por el alojamiento y alimentación, los futuros visitantes con el 59%, indicaron que estarían dispuestos a pagar de 15 a 20 dólares, por lo tanto conociendo esta información el CTC deberá considerar realizar cambios en beneficio de las dos partes.

Tabla 23-4 *Pregunta 21 ¿Cuáles son los precios que estaría dispuesto a pagar en un Centro de Turismo Comunitario con belleza escénica única y un fuerte componente cultural?*

Opciones	Respuestas
10 a 20	67
21 a 40	44
41 a 60	5
61 o más	3
Total general	**119**

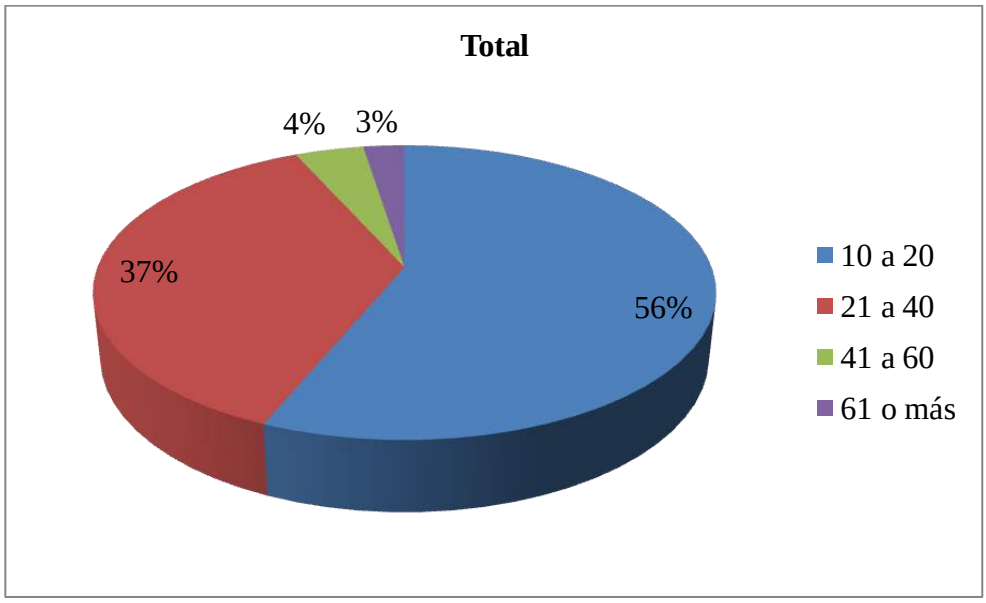


Figura 23-4 Pregunta 21 ¿Cuáles son los precios que estaría dispuesto a pagar en un Centro de Turismo Comunitario con belleza escénica única y un fuerte componente cultura?

El 56% de los encuestados mencionan que pagarían por persona aproximadamente de 10 a 20 dólares por conocer un CTC con belleza única, el cual es Pacto Sumaco, mencionando también que el 37% indica que está dispuesto a pagar de 21 a 40 dólares, es así que conociendo esta información los miembros de la comunidad se deben comprometer a cuidar el medio donde se está realizando la actividad turística, puesto que es el lugar donde habitan y el cual atrae a sus visitantes.

CONCLUSIONES

Después de haber realizado el trabajo de integración curricular y haber cumplido con el análisis del perfil del nuevo turista puedo decir que se logró con los objetivos propuestos.

- En cuanto al perfil demográfico se puede decir que en la visita al CTC Pacto Sumaco predominará el género masculino de estado civil soltero con una edad de 18 a 30 años es decir que será un segmento de mercado relativamente joven, procedentes de nacionalidad Ecuatoriana y estudiantes de tercer nivel.
- En referencia al perfil psicográfico se concluye que los visitantes planifican sus viajes con una semana de anticipación, siendo su punto de ingreso de preferencia la provincia de Orellana – Coca, los mismo que arribarán al CTC en grupos de entre tres a cuatro personas, su permanencia en el lugar será de dos a tres días, la actividad de preferencia del futuro visitante es el ascenso al volcán Sumaco. Es importante mencionar, que el nuevo turista tuvo conocimiento del lugar en mayor porcentaje por medio de sus amistades y del mismo modo consideran importante el protocolo de bioseguridad para evitar cualquier contagio.

- En lo concerniente al Perfil económico se identificó que aproximadamente los ingresos del nuevo turista que visitará el Centro de Turismo consta de un salario básico mensual, cabe mencionar que el visitante estará dispuesto a pagar alrededor de 15 a 20 dólares solo por su alojamiento y alimentación; también es cierto que el nuevo visitante estaría de acuerdo a pagar entre 100 a 200 dólares por visitar el lugar y disfrutar de las actividades que este ofrece, tras la pandemia del COVID-19. Es así que esta información será una oportunidad para el CTC Pacto Sumaco.

Cabe concluir que ya conociendo el perfil del nuevo turista que podría visitar el CTC, se puede tomar decisiones para mejorar los servicios que se ofrece y reorientar su oferta turística.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la Universidad Estatal Amazónica, seguir actualizando conocimientos y estudios sobre el tema del perfil del nuevo turista, ya que considero que es muy importante para cada sitio turístico conocer el comportamiento de los visitantes. Así mismo seguir apoyando en la formación de líderes con responsabilidad en turismo.

- Para el Centro de Turismo Comunitario Pacto Sumaco, se recomienda no dejar a un lado la actualización de conocimientos y datos sobre el perfil del turista, de igual manera estar al tanto de las nuevas normalidades que surgen al pasar los años y con ello poder mejorar los servicios ofrecidos al visitante.

- Se recomienda al Centro de Turismo Comunitario, revisar y poner en práctica las investigaciones realizadas por los estudiantes de las diferentes instituciones educativas.

REFERENCIAS

Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico.* México: Trillas.

Calderón, T. (s.f. de Octubre de 2016). Manual de BPTC Pacto Sumaco. Tena, Napo, Ecuador.

Comunidad de IBM SPSS Predictive Analytics. (2020). Software ibm spss. España.

CTC Pacto Sumaco. (23 de Julio de 2019). Paquetes comerciale. Tena, Napo, Ecuador.

CTC Pacto Sumaco. (27 de Julio de 2019). Registro CTC Pacto Sumaco. Tena, Napo, Ecuador.

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación.* México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Klainer, V. (s.f.). Segmentación Psicográfica, Conociendo al Consumidor.

Koschwitz, G. (2017). *Tour Center*. Recuperado el 02 de 2020, de https://www.tourcert.org/es/projects/turismo-comunitario/

Koschwitz, G. (2017). *Tour Center*. Recuperado el 02 de Julio de 2020, de https://www.tourcert.org/es/projects/turismo-comunitario/

La Hora. (18 de Mayo de 2018). *Pacto Sumaco, en la Amazonía, cuenta con encantadora flora y fauna*. Recuperado el 11 de Agosto de 2020, de https://lahora.com.ec/imbabura-carchi/noticia/1102157569/pacto-sumaco-en-la-amazonia-cuenta-con-encantadora-flora-y-fauna

Ley de turismo. (29 de Diciembre de 2014). *LEY-DE-TURISMO.pdf*. Recuperado el 12 de Agosto de 2020, de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf

Microsoft. (2020). *Microsof Froms*. Recuperado el 13 de Agosto de 2020, de https://support.microsoft.com/es-es/office/iniciar-sesi%C3%B3n-en-microsoft-forms-620daa7a-3e03-4013-8f92-5cce86210ef6

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (26 de Septiembre de 2018). *Estudio de perfiles de turistas fortalece la planificación del destino Ecuador*. Recuperado el 02 de Julio de 2020, de https://www.turismo.gob.ec/estudio-de-perfiles-de-turistas-fortalece-la-planificacion-del-destino-ecuador/

Ministerio del turismo. (26 de Septiembre de 2018). *Ministerio de Turismo-Noticias*. Obtenido de Estudio de perfiles de turistas fortalece la planificación del destino Ecuador: https://www.turismo.gob.ec/estudio-de-perfiles-de-turistas-fortalece-la-planificacion-del-destino-ecuador/

Ministerio del Turismo. (s.f de Abril de 2020). Recuperado el 12 de Agosto de 2020, de https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-cifras

OMT. (1994). Recuperado el Agosto de 2020, de Introducción al Turismo: utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf

OMT. (s.f de s.f de 1994). *Slideshare*. Recuperado el 12 de Agosto de 2020, de https://es.slideshare.net/RonaldLSA/sistema-turstico-27606267

OMT. (2019). *Panorama del turismo internacional-Edición 2019.* Recuperado el 1 de Julio de 2020, de https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237

Paredes, M. M. (12 de Agosto de 2020). Gestión de Agencia de viajes. Puyo, Pastaza, Ecuador. Obtenido de Microsoft PowerPoint.

Ramírez, R. C. (2015). *Évaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas.* Recuperado el 18 de Agosto de 2020, de https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/demanda-turistica.htm

Rangel, E. (2013). *Observatorio Turístico - Universidad Estatal Amazónica.* Puyo.

Soto, R. (26 de Octubre de 2013). *Slideshare*. Recuperado el 12 de Agosto de 2020, de https://es.slideshare.net/RonaldLSA/sistema-turstico-27606267

Universidad Estatal Amazónica. (2020). Guía Metodológica para Proyectos de Investigación para Titulación y Trabajos de Integración Curricular. Puyo.

Villasante, W. M. (24 de Noviembre de 2016). *Turismo*. Recuperado el 19 de Agosto de 2020, de https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/

ANEXOS

Anexo A. Respuesta a la solicitud de información solicitada



Datos consolidados de ingreso de visitantes del año 2015 - 2018

Luis Emilio Andi Huatatoca <luis.andi@ambiente.gob.ec>
Jue 2/7/2020 9:47
Para: Usted

DATOS CONSOLIDADOS2007... 93 KB
DATOS CONSOLIDADOS 201... 87 KB

2 archivos adjuntos (180 KB) Descargar todo Guardar todo en OneDrive

En base al oficio solicitado, con fecha de 01 de Mayo de 2020, en la que se solicita información de visitantes del ingreso al Parque Nacional Sumaco Napo Galeras, remito la información del 2015 - 2018, para su respectivo requerimiento, y de 2019

Saludos Cordiales,

Luis E. Andi H.
Servidor Público de Apoyo 4
GUARDAPARQUE PNS-NG MAE

Av. Antonio vallejo-Barrio Huama Urco
• Telf.: + (062-887154 - 063018325)

www.ambiente.gob.ec
Quito - Ecuador.

MINISTERIO DEL AMBIENTE Y AGUA

Anexo B. Certificado de Registro del CTC



MINISTERIO DE TURISMO

EL GOBIERNO DE TODOS

CERTIFICADO DE REGISTRO Nº 1503520799

El Ministerio de Turismo del Ecuador, en uso de las atribuciones previstas en la Ley de Turismo y sus Reglamentos; y, una vez que ha verificado el cumplimiento de todos los requisitos según la actividad turística a registrar, concede el presente Certificado de Registro Nº1503530799, Folio 31 al establecimiento:

CTC INTERCULTURAL PACTO SUMACO

Actividad	RECREACIÓN DIVERSION Y ESPARCIMIENTO
Clasificación	CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO
Categoría:	UNICA
Fecha de Registro:	2019/06/27
Propietario:	COMUNIDAD INTERCULTURAL PACTO SUMACO
Representante legal:	GERARDO ALADINO ANDI
R.U.C:	1591706353001
Provincia:	NAPO
Cantón:	ARCHIDONA
Parroquia:	HATUNSUMACO
Dirección:	HATUN SUMACO A 2 KM DE WILD SUMACO
Capacidad:	HAB: 05/ PLAZAS: 20

El propietario o representante legal del establecimiento deberá cumplir estrictamente con las disposiciones legales vigentes, la infracción a cualquiera de estas normas, será sancionado de conformidad con la Ley.

Tena, 27 de Junio de 2019

COORDINADOR ZONAL 2

MINISTERIO DE TURISMO COORDINACIÓN

ESTE DOCUMENTO ES HABILITANTE Y NO LE EXIME DE LA OBLIGACIÓN DE OBTENER LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO EN LA RESPECTIVA INSTITUCIÓN.

Escaneado con CamScanner

Anexo C. Dimensiones e indicadores investigados

DIMENSIONES	INDICADORES
Perfil demográfico	Género Edad Estado civil Nacionalidad Lugar de residencia Lugar de procedencia Nivel de instrucción Nivel de ingreso Situación laboral
Perfil psicográfico	Tiempo de planificación Punto de ingreso al país Personas con las que viajan Número de días que permaneció en la provincia Actividades que realizó Hospedaje que utilizó
Decisión	Medios de búsqueda de información Evaluación de alternativas Razones principales por las que visita la provincia Expectativas y niveles de satisfacción Intención de regresar y recomendar la visita
Económicos	Gasto aproximado en la visita Establecimientos en los cuales realizó consumo Distribución del gasto por categoría Atributos principales y beneficios percibidos por los turistas que visitan
Otros	Sistema de promoción Sistema de facilitación turística

Fuente: Tomado de (**MINTUR, 2012**)

Anexo D. Datos para la muestra



DIRECCIÓN PROVINCIAL DEL AMBIENTE DE NAPO

PARQUE NACIONAL SUMACO NAPO GALERAS

VISITANTES AÑO 2019

AÑO 2019

MES	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEM		OCTUBRE		NOVIEM		DICIEM		TOTAL
VISITAN	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	
Nº Visitante	31	0	2	3	41	0	0	0	2	2	19	0	0	0	14	14	6	6	1	1	0	0	22	7	171

*: 138 nacionales y 33 extranjeros (total 169 turistas)

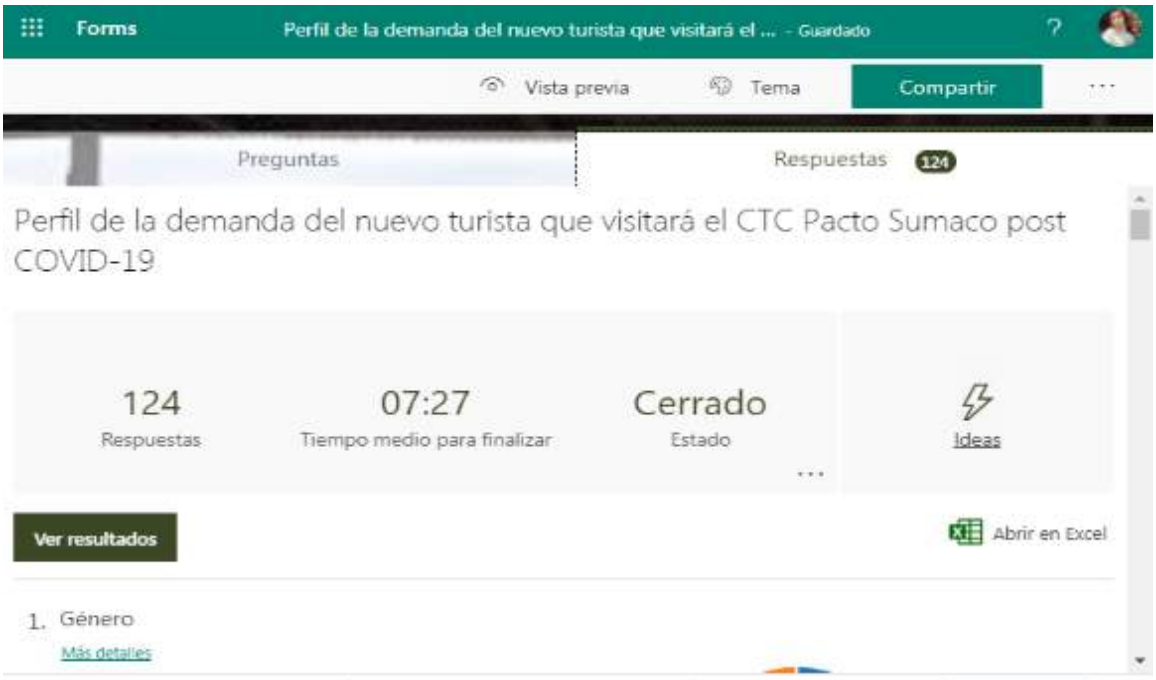
TOTAL



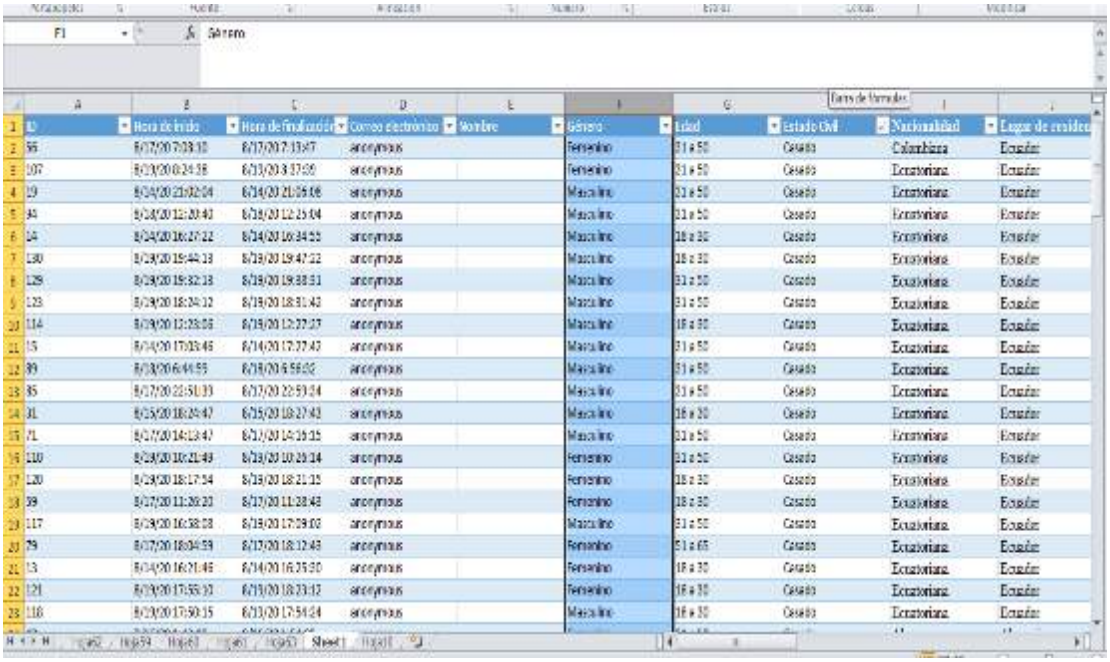
Lcdo. Luis Andi
Guardaparque PNSNG

Anexo E. Encuesta en la plataforma Forms de Office 365





Anexo F. Datos de la encuesta



F1 Género

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	ID	Hora de inicio	Hora de finalización	Correo electrónico	Nombre	Género	Edad	Estado Civil	Nacionalidad	Lugar de residen
2	66	8/17/20 7:08:10	8/17/20 7:13:47	anonymous		Femenino	31 a 50	Casado	Colombiana	Ecuador
3	107	8/19/20 0:24:38	8/19/20 8:37:00	anonymous		Femenino	31 a 50	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
4	19	8/14/20 21:02:04	8/14/20 21:05:08	anonymous		Masculino	31 a 50	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
5	44	8/18/20 12:10:40	8/18/20 12:15:04	anonymous		Masculino	31 a 50	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
6	14	8/14/20 16:27:22	8/14/20 16:34:53	anonymous		Masculino	18 a 30	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
7	130	8/19/20 19:44:13	8/19/20 19:47:22	anonymous		Masculino	18 a 30	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
8	128	8/19/20 18:32:13	8/19/20 18:38:51	anonymous		Masculino	31 a 50	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
9	123	8/19/20 18:24:12	8/19/20 18:31:43	anonymous		Masculino	31 a 50	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
10	114	8/19/20 12:26:06	8/19/20 12:27:27	anonymous		Masculino	18 a 30	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
11	15	8/14/20 17:03:46	8/14/20 17:27:42	anonymous		Masculino	31 a 50	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
12	89	8/18/20 6:44:55	8/18/20 6:56:02	anonymous		Masculino	31 a 50	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
13	85	8/17/20 22:51:33	8/17/20 22:53:24	anonymous		Masculino	31 a 50	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
14	31	8/15/20 18:20:47	8/15/20 18:27:42	anonymous		Masculino	18 a 30	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
15	71	8/17/20 14:13:47	8/17/20 14:16:15	anonymous		Masculino	31 a 50	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
16	110	8/19/20 10:21:49	8/19/20 10:29:34	anonymous		Femenino	31 a 50	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
17	120	8/19/20 18:17:34	8/19/20 18:21:15	anonymous		Femenino	18 a 30	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
18	99	8/17/20 11:20:20	8/17/20 11:28:48	anonymous		Femenino	18 a 30	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
19	117	8/19/20 16:58:28	8/19/20 17:09:00	anonymous		Masculino	31 a 50	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
20	79	8/17/20 18:04:59	8/17/20 18:12:48	anonymous		Femenino	51 a 65	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
21	13	8/14/20 16:21:46	8/14/20 16:35:30	anonymous		Femenino	18 a 30	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
22	121	8/19/20 17:55:33	8/19/20 18:23:12	anonymous		Femenino	18 a 30	Casado	Ecuatoriana	Ecuador
23	116	8/19/20 17:50:15	8/19/20 17:54:24	anonymous		Masculino	18 a 30	Casado	Ecuatoriana	Ecuador