

DEPÓSITO LEGAL ZU2020000153
*Esta publicación científica en formato digital
es continuidad de la revista impresa*
ISSN 0041-8811
E-ISSN 2665-0428

Revista de la Universidad del Zulia

**Fundada en 1947
por el Dr. Jesús Enrique Lossada**



Ciencias

Sociales

y Arte

Año 15 N° 44
Septiembre - Diciembre 2024
Tercera Época
Maracaibo-Venezuela

Aproximaciones estadísticas a las motivaciones de los viajeros Post Covid 19: Caso Machala

Mauricio Samuel Noblecilla-Grunauer*

José Kennedy Ollague-Valarezo**

Melissa Paulina Calle-Íñiguez***

Wiliam Tranquilino Medina-Castillo****

RESUMEN

En términos temáticos la investigación se centra en analizar las motivaciones de los viajeros en el contexto post-Covid 19 en la Ciudad de Machala, Ecuador. Los objetivos específicos del estudio son tres: comprender las motivaciones que impulsan a los viajeros en esta nueva realidad, identificar los factores que influyen en sus decisiones de viaje y examinar cómo ha evolucionado el comportamiento turístico en este escenario. Los métodos utilizados incluyeron análisis estadísticos de encuestas y datos empíricos relevantes, así como la revisión de literatura especializada en turismo postpandemia. Los resultados obtenidos revelan la identificación de patrones de comportamiento, cambios en las preferencias de viaje y la adaptación de la industria turística a las nuevas demandas y necesidades de los viajeros. Definitivamente, este estudio puede proporcionar información valiosa para el sector turístico en Machala, permitiendo una mejor comprensión de las motivaciones de los viajeros en el contexto post-Covid 19 y orientando, en los hacedores de políticas, estrategias para la recuperación y adaptación de la industria turística en esta nueva realidad. A modo de conclusión se resalta la necesidad de que Machala diversifique su oferta turística y fortalezca la colaboración entre actores públicos y privados para una recuperación efectiva del sector.

PALABRAS CLAVE: Turismo en Machala; Motivaciones de los viajeros; Nuevos escenarios del turismo; Cambios de preferencias.

*Doctor en Ciencias Administrativas por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos – Perú. Docente Investigador de la Universidad Técnica de Machala – Ecuador. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1274-0079>. E-mail: msnoblecilla@utmachala.edu.ec

**Doctor en Ciencias Administrativas por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Docente Investigador de la Universidad Técnica de Machala – Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5416-7821>. E-mail: jollague@utmachala.edu.ec

***Doctora en Ciencias Administrativas. Docente Investigadora de la Universidad Técnica de Machala – Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1615-0559>. E-mail: mpcalle@utmachala.edu.ec

****Doctorando del Programa de Ciencias Sociales Mención Gerencia de la Universidad del Zulia – Venezuela. Docente Investigador de la Universidad Técnica de Machala – Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2609-6568>. E-mail: wmedina@utmachala.edu.ec

Recibido: 23/05/2024

Aceptado: 22/07/2024

Statistical approaches to the motivations of travelers Post Covid 19: Machala Case

ABSTRACT

In thematic terms, the research focuses on analyzing the motivations of travelers in the post-Covid 19 context in the city of Machala, Ecuador. The specific objectives of the study are threefold: to understand the motivations that drive travelers in this new reality, to identify the factors that influence their travel decisions, and to examine how tourism behavior has evolved in this scenario. The methods used included statistical analyses of surveys and relevant empirical data, as well as the review of specialized literature on post-pandemic tourism. The results obtained reveal the identification of behavioral patterns, changes in travel preferences and the adaptation of the tourism industry to the new demands and needs of travelers. Definitely, this study can provide valuable information for the tourism sector in Machala, allowing a better understanding of the motivations of travelers in the post-Covid 19 context and guiding, in policy makers, strategies for the recovery and adaptation of the tourism industry in this new reality. In conclusion, the study highlights the need for Machala to diversify its tourism offer and strengthen collaboration between public and private actors for an effective recovery of the sector.

KEYWORDS: Tourism in Machala; Travelers' motivations; New tourism scenarios; Changes in preferences.

Introducción

Tal como refiere la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020), la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto sin precedentes en la industria turística global, alterando significativamente los patrones de viaje y las motivaciones de los turistas. A medida que el mundo emerge de la crisis sanitaria, es crucial comprender cómo han evolucionado las preferencias y expectativas de los viajeros para adaptar las estrategias de recuperación del sector turismo. En este contexto, el estudio de las motivaciones turísticas post-pandemia en destinos específicos como Machala, Ecuador, adquiere especial relevancia.

Investigaciones recientes han explorado los cambios en el comportamiento de los turistas tras la pandemia. En este sentido, Orden-Mejía, *et al.*, (2022) identificaron que, al menos en Ecuador, después de la crisis sanitaria, los viajeros muestran una preferencia por el turismo urbano y cultural, así como por viajar con familiares. Asimismo, se ha observado

M. S. Noblecilla-Grunauer et al// Aproximaciones estadísticas a las motivaciones de los viajeros... 548-560
una actitud más responsable y solidaria al viajar, junto con expectativas relacionadas con el cuidado inteligente, estrategias de precios, seguridad, comodidad y distanciamiento social.

Por su parte, todo indica que en el contexto postpandemia los turistas buscan comodidad en los servicios, priorizan el distanciamiento social y la salud, y se ven motivados por factores emocionales y personales, así como por los atributos específicos que ofrece el destino. Los hallazgos de Orden-Mejía, *et al.*, (2022), sugieren una transformación en las prioridades y valores sociales de los viajeros en el contexto post-COVID-19. En el caso específico de este artículo de investigación, sus autores proponen un enfoque cuali-cuantitativo que considera y valora tanto los factores de empuje como los de atracción en el nuevo escenario turístico. Esta mirada teórica puede ser particularmente útil para analizar las motivaciones de los viajeros en destinos emergentes como Machala.

En este orden de ideas, se plantearon tres objetivos de investigación que, por su naturaleza, están íntimamente relacionados, los cuales fueron: a. comprender las motivaciones que impulsan a los viajeros en esta nueva realidad; b. identificar los factores que influyen en sus decisiones de viaje y; c. examinar cómo ha evolucionado el comportamiento turístico en este escenario. Los métodos utilizados incluyeron análisis estadísticos de encuestas y datos empíricos relevantes, así como la revisión de literatura especializada en turismo postpandemia. La pregunta que se desprende de estos objetivos fue ¿Cuáles son las principales diferencias en las motivaciones de los viajeros post-COVID-19 en Machala comparado con otras ciudades de Ecuador? Para la cual no hay respuestas lineales, ni simples.

El presente artículo está dividido en 4 secciones particulares pero conectadas al desenvolvimiento de la investigación. En la primera, se aprecian los principales antecedentes de esta investigación, los que además sirvieron de influencia y soporte teórico; en la segunda sección, se describen los materiales y métodos; por su parte, la en la tercera, se discuten y analizan los principales resultados. Finalmente, en la cuarta sección se muestran las principales conclusiones del aso.

1. Antecedentes documentales de la investigación

La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto profundo en la industria turística global, generando un creciente interés académico en el turismo pospandemia. Entre las obras más citadas sobre este tema a nivel mundial se encuentran *Tourism and COVID-19*:

M. S. Noblecilla-Grunauer et al// Aproximaciones estadísticas a las motivaciones de los viajeros... 548-560

Impacts and implications for advancing and resetting industry and research de la autoría de Sigala (2020); *The COVID-19 crisis: Reflections on the pandemic and future of tourism* de (Filep, King, & McKercher, 2024) , y, no menos importante, *Exploring the impact of COVID-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry* de (Abbas, Mubeen, & Terhembra, 2021) . Mas allá de sus particularidades, estos estudios analizan los impactos de la pandemia en el sector turístico y, simultáneamente, proponen estrategias para su recuperación sostenible del negocio turístico.

En el contexto específico de Ecuador, destacan investigaciones como: *Are There Opportunities for Sustainable Tourism in the Province of Manabí - Ecuador after COVID-19? The Case Study of Puerto López*, de la autoría de (Menéndez, Díaz, & López, 2021) . Ese trabajo examina la crisis turística en Ecuador durante la pandemia y exploran oportunidades para una reactivación sostenible del sector, con énfasis en destinos específicos como Puerto López.

Todas las investigaciones en inglés y español revisadas en este artículo coinciden en señalar la necesidad de adaptar el sector turístico a las nuevas demandas y expectativas de los viajeros postpandemia. En este orden de ideas, Rodríguez-Toubes & Álvarez de la Torre (2013) en *Vulnerabilidad del turismo y comunicación institucional ante desastres: estudio de casos* enfatizan la importancia de la resiliencia y la comunicación efectiva en la gestión de crisis turísticas. Mas específicamente afirman que:

La incidencia de riesgos y peligros en destinos turísticos se ha incrementado y se prevé que seguirá creciendo a lo largo del tiempo. Los riesgos pueden afectar el normal funcionamiento de un destino turístico conduciendo a una situación de crisis. Por su misma naturaleza, el turismo es vulnerable a un rango de crisis más amplio que otros sectores, al mismo tiempo, se recupera mejor y más rápido llegando a ser un elemento tractor de la recuperación del destino. (2013, p. 138).

En el ámbito latinoamericano, no podemos omitir que Mendoza y García (2020) en *Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador*, ofrecen perspectivas valiosas sobre los desafíos y oportunidades para la reactivación turística en la región. En su conjunto, estos estudios subrayan la importancia de la innovación, la digitalización y la sostenibilidad en la recuperación del sector.

Además, las investigaciones revisadas coinciden en que el turismo postpandemia requerirá un enfoque más sostenible, resiliente e inclusivo. En una mirada de síntesis, se desprende que la crisis puede ser una oportunidad para impulsar el turismo de manera más sostenible, mientras que se enfatiza en la necesidad de diversificar la oferta turística y fortalecer la colaboración entre actores públicos y privados para una recuperación efectiva del sector.

2. Materiales y métodos

El presente estudio emplea un enfoque mixto, combinando análisis estadístico cuantitativo con observación documental cualitativa. Para la recolección de datos cuantitativos, se diseñó y aplicó una encuesta en línea utilizando la plataforma Google Forms, dirigida a turistas que visitaron Machala entre enero y diciembre de 2023. La muestra se determinó mediante un muestreo aleatorio simple, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, resultando en 384 participantes. El cuestionario incluyó preguntas sobre datos demográficos, motivaciones de viaje, preferencias de alojamiento y actividades turísticas, así como percepciones sobre seguridad sanitaria.

Para el análisis estadístico de los datos recopilados, se utilizó el software SPSS versión 27. En este contexto, se realizaron análisis descriptivos para obtener frecuencias, medias y desviaciones estándar de las variables de interés. Además, se aplicaron pruebas de chi-cuadrado para examinar las relaciones entre variables demográficas, motivaciones de viaje, y análisis de varianza (ANOVA) para comparar las diferencias en las preferencias turísticas entre distintos grupos de edad y género. Los resultados se presentaron en tablas y gráficos para facilitar su interpretación.

Por su parte, la observación documental (Arias, 2009) se llevó a cabo mediante una revisión exhaustiva de fuentes académicas, incluyendo la lectura hermenéutica de artículos científicos de alto impacto, publicados en el último lustro en inglés y español, en revistas de reconocido valor internacional, lo que incluyó particularmente estudios académicos sobre turismo post-pandemia. Mas allá de sus limitaciones, la presente revisión permitió, sin llegar a ser sistémica, contextualizar los hallazgos cuantitativos y proporcionar una comprensión más profunda de las tendencias turísticas locales y nacionales.

Finalmente, para integrar los resultados cuantitativos y cualitativos, se empleó un método de triangulación de datos. Este enfoque permitió corroborar los hallazgos de la encuesta con la información obtenida de la revisión documental, proporcionando una visión más completa y coherente de las motivaciones de los viajeros post-Covid-19 en Machala.

3. Análisis y discusión de resultados

En el caso específico de Machala, los factores de la demanda turística post-COVID-19 están influenciados por características particulares de la ciudad. La investigación de campo realizada en localidad reveló que los turistas consideran aspectos como la temporada para realizar viajes turísticos, lo que sugiere una preferencia por visitar la ciudad en épocas específicas del año. Pero, a nivel nacional, se han identificado algunas tendencias en las motivaciones de los viajeros post-COVID-19:

1. Preferencia por el turismo urbano y cultural.
2. Inclínación para viajar con familiares.
3. Actitud más responsable y solidaria al viajar.
4. Expectativas relacionadas con el cuidado inteligente, estrategias de precios, seguridad, comodidad y distanciamiento social (Mendoza & García, 2020).

Además, se ha observado un fortalecimiento de motivaciones tradicionales como el turismo de sol y playa, que se han reinstalado rápidamente una vez que se ha permitido viajar nuevamente. Es importante señalar que, aunque existen estas diferencias, también hay similitudes en las motivaciones de los viajeros post-COVID-19 en diferentes ciudades de Ecuador (Orden-Mejía, *et al.*, 2022). En general, los turistas buscan comodidad en los servicios, priorizan el distanciamiento social y la salud, y se ven influenciados por factores emocionales y personales, así como por los atributos específicos que ofrece cada destino. A continuación, se presentan algunos datos que reflejan estas tendencias.

En el análisis de correspondencia simple entre las categorías de los grupos de edad (18 a 23, 24 a 29, 30 a 35, 36 a 41, 42 a 47, 48 a 52 y 53 a 57 años) con la motivación para los viajes turísticos (turismo, comercio, educación, salud, religioso, trabajo, otros) correspondientes al nivel nacional; en la tabla 16 se muestra los datos de tabulación cruzada, en donde, las observaciones varían sustancialmente por las motivaciones de viajes turísticos (turismo, salud, educación y trabajo, con más del 89,41% de los participantes e involucrados,

M. S. Noblecilla-Grunauer et al// Aproximaciones estadísticas a las motivaciones de los viajeros... 548-560
la restante proporción motivaciones religiosas, otros y comercio) y los grupos de edad (18 a 23 y 24 a 29 años, son las proporciones más representativas en cuanto a motivaciones de viajes).

Tabla 1. Correspondencias grupos de edad – motivaciones de viajes turísticos (nacional)

GRUPO_EDAD	MOTIVO VIAJES (NACIONAL)							Margen activo
	TURISMO	COMERCIO	EDUCACIÓN	SALUD	RELIGIOSO	TRABAJO	OTROS	
18 a 23 AÑOS	163	4	57	62	24	58	8	376
24 a 29 AÑOS	55	2	18	19	5	16	9	124
30 a 35 AÑOS	30	2	11	11	7	6	5	72
36 a 41 AÑOS	26	0	6	3	0	5	1	41
42 a 47 AÑOS	31	4	11	11	4	10	1	72
48 a 52 AÑOS	13	0	5	6	1	5	2	32
53 a 57 AÑOS	20	0	8	11	1	7	1	48
Margen activo	338	12	116	123	42	107	27	765

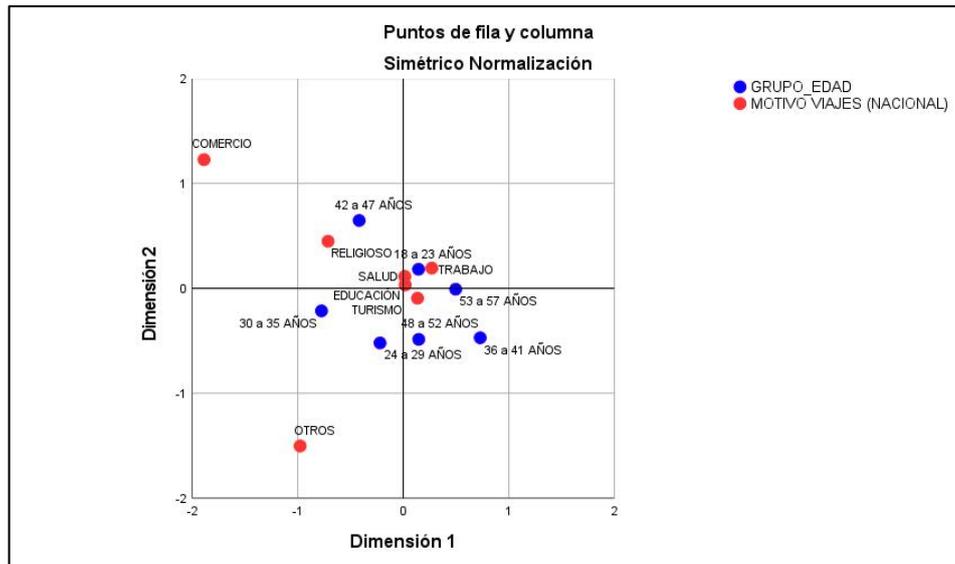
Fuente: elaborada por los autores para los fines específicos de esta investigación.

Tabla 2. Resumen del modelo

Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulativa	Desviación estándar	Correlación 2
1	0,136	0,018			0,364	0,364	0,035	0,064
2	0,126	0,016			0,311	0,675	0,037	
3	0,102	0,010			0,206	0,880		
4	0,070	0,005			0,097	0,977		
5	0,034	0,001			0,022	1,000		
6	0,004	0,000			0,000	1,000		
Total		0,051	38,836	0,343 ^a	1,000	1,000		

Fuente: elaborada por los autores para los fines específicos de esta investigación.

Table 3. dimensiones categoriales: Edad y motivación de los viajeros



Fuente: elaborada por los autores para los fines específicos de esta investigación.

La tabla 2, presenta los autovalores, las inercias, % inercias y el porcentaje acumulado para cada dimensión. Una solución bidimensional en esta situación explicaría el 67,50% de la variación. Por tanto, se juzga que una solución bidimensional es lo más adecuado para el análisis ulterior. La tasa de inercia de las dos dimensiones es de 36,40% y 31,10% respectivamente, así mismo, presenta una tasa de inercia acumulada para 6 dimensiones del 100%.

En ambas tablas, que contiene las distancias Chi-cuadrado (métrica), su significación $0,343 > 0,05$ hace que se compruebe la no existencia de relación significativa entre las variables utilizadas. El gráfico perceptual (tabla 3) permite establecer relaciones en los dos ejes factoriales. En este gráfico podemos reagrupar las modalidades que presenten perfiles similares en lo que hace a los grupos etarios con las motivaciones de viajes turísticos a nivel nacional, se muestra la información y resultados de las tablas 1 y 2, respectivamente. Este mapa perceptual muestra proximidades relativas tanto de los grupos de edades como de las motivaciones de los viajes turísticos, esto es:

- Los diferentes grupos etarios tienen relación con las motivaciones de viajes turísticos; así, los grupos de edad de 42 a 47 años tiene relación con la motivación religiosa; 30 a 35 y 24 a 29 años con otras motivaciones.

- Los grupos etarios de 18 a 23 años con la motivación trabajo; el grupo etario 53 a 57 años se relaciona con turismo; comercio y otros aportan a sus respectivas dimensiones, pero no tienen relación cercana.

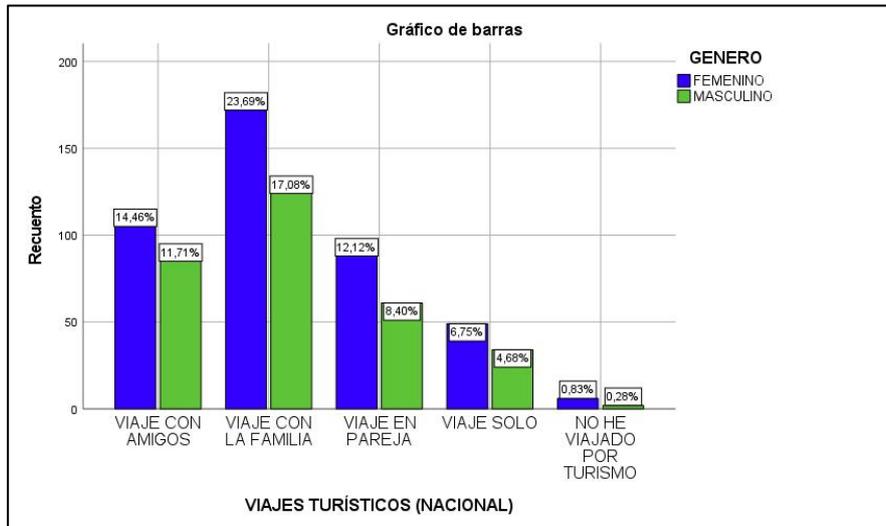
Seguidamente, en la tabla 4, se aprecian las disparidades de género en la configuración de la experiencia turística propiamente dicha.

Tabla 4. Análisis de homogeneidad de género con viajes turísticos

VARIABLES	GÉNERO		Total	chi ²	gl	p
	FEMENINO	MASCULINO				
VIAJES TURISTICO NACIONAL						
VIAJE CON AMIGOS	f	105	85	190		
	%	25,0%	27,8%	26,2%		
VIAJE CON FAMILIA	f	172	124	296		
	%	41,0%	40,5%	40,8%		
VIAJE CON PAREJA	f	88	61	149		
	%	21,0%	19,9%	20,5%		
VIAJE SOLO	f	49	34	83	1,632	4
	%	11,7%	11,1%	11,4%		0,803
NO HE VIAJADO POR TURISMO	f	6	2	8		
	%	1,4%	0,7%	1,1%		
Total	f	420	306	726		
	%	100,0%	100,0%	100,0%		
VIAJES TURISTICO INTERNACIONAL						
VIAJE CON AMIGOS	f	24	19	43		
	%	8,4%	8,8%	8,6%		
VIAJE CON FAMILIA	f	133	109	242		
	%	46,5%	50,7%	48,3%		
VIAJE CON PAREJA	f	57	37	94		
	%	19,9%	17,2%	18,8%		
VIAJE SOLO	f	39	25	64	0,893	4
	%	13,6%	11,6%	12,8%		0,971
NO HE VIAJADO POR TURISMO	f	33	25	58		
	%	11,5%	11,6%	11,6%		
Total	f	286	215	501		
	%	100,0%	100,0%	100,0%		

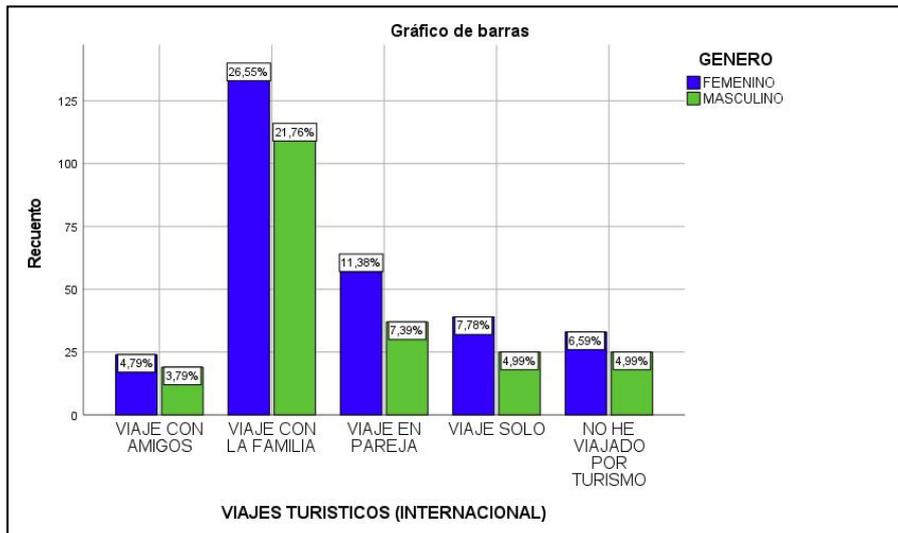
Fuente: elaborada por los autores para los fines específicos de esta investigación.

Figura 1.



Fuente: elaborada por los autores para los fines específicos de esta investigación.

Figura 2.



Fuente: elaborada por los autores para los fines específicos de esta investigación.

Simplificando las cosas, en cuanto al análisis por género y la motivación de los viajes, en lo nacional, son más las motivaciones por parte del género femenino, sobresaliendo en mayor proporción los viajes en el género femenino, en comparación con la categoría de no viaje por turismo en el género masculino. En contraste, en lo internacional, se mantiene la tendencia de los viajes con la familia, pero en el género masculino, en comparación con la mínima proporción que son los viajes con amigos en el género femenino. Sin embargo, es

importante resaltar que, tanto en lo nacional como internacional, las diferencias no son estadísticamente significativas entre las categorías de las variables analizadas, $0,805 > 0,05$ y $0,971 > 0,05$ en su orden (ver figuras 1 y 2).

Conclusiones

El estudio revela que las motivaciones de los viajeros en Machala han experimentado cambios significativos tras la pandemia de COVID-19. Los factores de la demanda turística están influenciados por características particulares de la ciudad, como la temporada para realizar viajes turísticos. Esto sugiere que los visitantes tienen preferencias específicas en cuanto a las épocas del año para visitar Machala, lo cual es un dato importante para la planificación turística local y para el desarrollo de las políticas públicas de promoción del turismo en general.

Aunque la evidencia no es concluyente, se observan diferencias en las valoraciones de los turistas según edad y género. Para el género femenino, por ejemplo, la seguridad y la oferta gastronómica son factores esenciales en su decisión de viaje, mientras que el género masculino se ve más atraído por los precios. Esta información es crucial para el diseño de estrategias de marketing y servicios turísticos diferenciados que atiendan a las preferencias específicas de cada segmento.

Un hallazgo relevante es que, tanto para hombres como para mujeres, la temporada más pertinente para viajar son las vacaciones escolares. Esto indica una clara preferencia por el turismo familiar o de grupos en períodos vacacionales, lo que puede orientar la oferta de paquetes turísticos y la programación de eventos en la ciudad de Machala.

El estudio también destaca la importancia de factores como la comodidad en los servicios, el distanciamiento social y la salud en las decisiones de los viajeros post-COVID-19. En su conjunto, estos aspectos reflejan una mayor conciencia sobre la seguridad sanitaria y el bienestar personal, lo que implica que los proveedores de servicios turísticos en Machala deben adaptar sus ofertas para satisfacer estas nuevas expectativas. De modo que, se evidencia una tendencia hacia un turismo más responsable y solidario, así como un interés en experiencias que involucren un mayor contacto con las comunidades locales. Esto sugiere que Machala tiene la oportunidad de desarrollar y promover formas de turismo más sostenibles y auténticas, que pongan en valor la cultura y las tradiciones locales, de

M. S. Noblecilla-Grunauer et al// Aproximaciones estadísticas a las motivaciones de los viajeros... 548-560
conformidad con los objetivos para el desarrollo sostenible (Asamblea General de Naciones Unidas, 2018).

Finalmente, el estudio resalta la necesidad de que Machala diversifique su oferta turística y fortalezca la colaboración entre actores públicos y privados para una recuperación efectiva del sector. La adaptación a las nuevas motivaciones de los viajeros post-COVID-19 requerirá un enfoque innovador y flexible en la gestión turística de la ciudad, con énfasis en la digitalización, la sostenibilidad y la creación de experiencias únicas y seguras para los visitantes.

Referencias

Abbas, J., Mubeen, R., & Terhemba, P. (2021). Exploring the impact of COVID-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. *Current Research in Behavioral Sciences*, 02, 01-14. <https://doi.org/10.1016/j.crbeha.2021.100033>.

Arias, F. G. (2009). *El proyecto de investigación*. Caracas: Editorial Episteme.

Asamblea general de Naciones Unidas. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Cepal.

CEPAL. (12 de octubre de 2020). *Documentos de Proyectos*. Obtenido de 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): <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/15124871-aa2f-4098-aac6-2c1a196b1d6/content>

Filep, S., King, B., & McKercher, B. (2024). Reflecting on tourism and COVID-19 research. *Tourism Recreation Research*, 49 (02), 426-430. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.2023839>.

Mendoza, A., & García, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta (Ecuador). *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 04 (01), 79-103. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i1.12743>.

Menéndez, E., Díaz, M., & López, J. (2021). Are There Opportunities for Sustainable Tourism in the Province of Manabí - Ecuador after. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 16 (08), 1415-1423. <https://www.iieta.org/journals/ijstdp/paper/10.18280/ijstdp.160802>.

Orden-Mejía, M., Carvache-Franco, M., Huertas, A., Carvache-Franco, W., Landeta-Bejarano, N., & Orly, C.-F. (2022). Post-COVID-19 Tourists' Preferences, Attitudes and

M. S. Noblecilla-Grunauer et al// Aproximaciones estadísticas a las motivaciones de los viajeros... 548-560

Travel Expectations: A Study in Guayaquil, Ecuador. *Int J Environ Res Public Health*, (19), 01-17. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9026438/pdf/ijerph-19-04822.pdf>.

Rodríguez-Toubes, D., & Álvarez de la Torre, J. (2013). Vulnerabilidad del Turismo y Comunicación Institucional Ante Desastres: Estudio de Casos. *REDMARKA UIMA-Universidad de A Coruña - CIECID*, VI (11), 137-161. https://revistas.udc.es/index.php/REDMARKA/article/view/redma.2013.01.011.4810/g4810_pdf.

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>.

Conflicto de interés

Los autores de este manuscrito declaran no tener ningún conflicto de interés.

Declaración ética

Los autores declaran que el proceso de investigación que dio lugar al presente manuscrito se desarrolló siguiendo criterios éticos, por lo que fueron empleadas en forma racional y profesional las herramientas tecnológicas asociadas a la generación del conocimiento.

Copyright

La *Revista de la Universidad del Zulia* declara que reconoce los derechos de los autores de los trabajos originales que en ella se publican; dichos trabajos son propiedad intelectual de sus autores. Los autores preservan sus derechos de autoría y comparten sin propósitos comerciales, según la licencia adoptada por la revista

Licencia Creative Commons

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-Compartir Igual 4.0 Internacional

