TELOS: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales
ISSN 1317-0570 / ISSN (e) 2343-5763
Vol. 27(1). Enero-Abril 2025

MOTIVACIONES DE VIAJE TRAS LA IMPRONTA DEL COVID-19. VISIÓN CUALITATIVA DEL COMPORTAMIENTO DE LOS TURISTAS EN MACHALA

Mauricio Samuel Noblecilla-Grunauer*
https://orcid.org/0000-0002-1274-0079
Jose Kennedy Ollague-Valarezo**
https://orcid.org/0000-0002-5416-7821
Melissa Paulina Calle-Íñiguez***
https://orcid.org/0000-0003-1615-0559
Wiliam Tranquilino Medina-Castillo****
https://orcid.org/0000-0003-2609-6568

RECIBIDO: 05/11/2024 / **ACEPTADO**: 30/12/2024 / **PUBLICADO**: 15/01/2025

Cómo citar: Noblecilla-Grunauer, M., Ollague-Valarezo, J., Calle-Íñiguez, M., Medina-Castillo, W. (2025). Motivaciones de viaje tras la impronta del COVID-19. Visión cualitativa del comportamiento de los turistas en Machala. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, 27*(1), 116-131. www.doi.org/10.36390/telos271.09

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue describir las motivaciones de viaje de los turistas en Machala tras la pandemia de COVID-19. Se utilizó una metodología fenomenológica, aplicando entrevistas en profundidad y grupos focales con turistas que visitaron la ciudad después de la crisis sanitaria. Este enfoque permitió obtener una comprensión contextualizada de las percepciones de los viajeros. Los resultados indican que las principales motivaciones incluyen la búsqueda de experiencias únicas, el deseo de reconexión social y la necesidad de escapar del estrés acumulado durante el confinamiento. Además, se observó un aumento en la preferencia por destinos locales y sostenibles, reflejando un cambio en los patrones de consumo turístico. En general, este estudio proporciona información para los actores del turismo en Machala, proponiendo que la adaptación a las nuevas motivaciones puede ser clave para la recuperación del sector turístico en la región. En la conclusión, se destaca el cambio de motivaciones en las representaciones sociales del turismo. El estudio ha evidenciado que las

* *Autor de correspondencia.* Ingeniero en Gestión Empresarial – Banca y Finanzas, Magíster en Administración de Empresas con mención en Mercadotecnia. Doctor en Ciencias Administrativas. Docente Investigador de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. msnoblecilla@utmachala.edu.ec

** Ingeniero Comercial por la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. Magister en Negocios Internacionales. Doctor en Ciencias Administrativas. Docente Investigador de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. jollague@utmachala.edu.ec

*** Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, Magíster en Planificación Turística y Doctora en Ciencias Administrativas. Docente Investigadora de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. mpcalle@utmachala.edu.ec

**** Ingeniero Comercial. Magíster en Contabilidad y Auditoría. Especialista en Tributación. Doctorando del Programa de Ciencias Sociales Mención Gerencia. Docente Investigador de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. wmedina@utmachala.edu.ec

razones de viaje de los visitantes en Machala han experimentado una notable transformación después de la pandemia. En este escenario, elementos como la confianza, la búsqueda de vivencias genuinas y la necesidad de evasión de la cotidianidad se han convertido en factores predominantes.

Palabras clave: motivaciones de viaje; COVID-19 y turismo; análisis cualitativo; turistas en Machala; turismo en Ecuador.

Travel motivations behind the imprint of COVID-19. Qualitative view of tourist behavior in Machala

ABSTRACT

The objective of this research was to describe the travel motivations of tourists in Machala after the COVID-19 pandemic. A phenomenological methodology was used, applying in-depth interviews and focus groups with tourists who visited the city after the health crisis. This approach provided a contextualized understanding of travelers' perceptions. The results indicate that the main motivations include the search for unique experiences, the desire for social reconnection, and the need to escape the stress accumulated during confinement. In addition, an increase in preference for local and sustainable destinations was observed, reflecting a shift in tourism consumption patterns. Overall, this study provides information for tourism stakeholders in Machala, proposing that adaptation to new motivations may be key to the recovery of the tourism sector in the region. In conclusion, the change of motivations in the social representations of tourism is highlighted. The study has shown that the reasons for travel of visitors to Machala have undergone a remarkable transformation after the pandemic. In this scenario, elements such as trust, the search for genuine experiences and the need to escape from everyday life have become predominant factors.

Keywords: travel motivations; COVID-19 and tourism; qualitative analysis; tourists in Machala; tourism in Ecuador.

Introducción

En general, la pandemia de COVID-19 ha transformado radicalmente el sector turístico a nivel mundial, generando un cambio objetivo y subjetivo en las motivaciones y comportamientos recurrentes de los viajeros. En este contexto de cambios vertiginosos, se debe entender cómo estas transformaciones sucedidas en las representaciones sociales del turismo han influido en destinos específicos como Machala, Ecuador. Según Ordaz-Mejía y Osorio-García (2018), los *millennials* perciben el turismo, al menos en Texcoco México, como una dimensión liberadora, lo que sugiere que, a pesar de las restricciones impuestas por la pandemia, su deseo de viajar se mantiene fuerte en la escena posterior a la cuarentena social. Este cambio en la percepción de los viajes resalta la importancia de investigar las nuevas motivaciones que impulsan a los turistas a explorar destinos locales tras la crisis sanitaria.

En términos epistemológicos, el estudio de la demanda turística post-COVID-19 en Machala revela patrones interesantes sobre cómo los turistas priorizan diferentes aspectos al planificar sus viajes. De hecho, un estudio realizado por Calle-Íñiguez, Ávila-Rivas, Noblecilla-

Grunauer y Ollague-Valarezo (2023), destaca que el interés por el turismo sostenible por paisajes naturales ha aumentado significativamente, lo que refleja un cambio hacia experiencias más seguras y al aire libre. Este fenómeno sugiere que los turistas están buscando conectar con la naturaleza como una forma de escapar del estrés asociado con la pandemia y la vida urbana, lo que podría tener implicaciones importantes para la oferta turística en la región.

Bajo esta perspectiva, las inclinaciones subjetivas de viaje han progresado en base a factores demográficos, socioeconómicos y hasta simbólicos. De acuerdo con Noblecilla-Grunauer, Ollague-Valarezo, Calle-Íñiguez y Medina-Castillo (2024), se nota que tanto hombres como mujeres aprecian factores distintos al seleccionar un lugar para viajar. Por ejemplo, estadísticamente mientras que las mujeres otorgan mayor importancia a la seguridad y la variedad culinaria, los hombres se enfocan más en los costos. Esta fluctuación en las motivaciones dependiendo del género y la edad, resalta, la importancia de implementar estrategias de marketing *a medida* para captar a distintos segmentos del mercado turístico en Machala y, más aún, de desarrollar buenas investigaciones cualitativas y cuantitativas sobre el tema.

Todo indica que, el estudio cualitativo acerca de las motivaciones para viajar también muestra que numerosos turistas tienden a desplazarse a lugares menos concurridos masivamente y más sostenibles, dando fuerza a la elección por el *ecoturismo*. Esta tendencia novedosa cobra fuerza tras la pandemia de Covid-19, ya que tal como sostiene Mendieta-Aragón (2022), para el caso espanol, existe una preferencia creciente por hospedajes en zonas rurales y con menor población. Los cambios en los gustos y preferencias de los turistas, a nivel internacional, pueden ser entendidos como una reacción al anhelo de eludir las multitudes y explorar vivencias más genuinas y con sentido, lo que supone, sin lugar a duda, una oportunidad para el crecimiento del turismo rural en Machala.

En las investigaciones científicas sobre el sector turismo, resulta crucial también tener en cuenta cómo la tecnología ha impactado en la conducta turística después de la pandemia. Y es que, el proceso de digitalización ha facilitado a los turistas obtener datos certeros sobre destinos y servicios de turismo de forma más eficaz. El empleo de tecnología en el sector turístico muestra que los visitantes actualmente recurren a aplicaciones móviles y redes sociales para organizar sus desplazamientos, lo que ha transformado de manera significativa su proceso de decisión (Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Ecuador, 2022). Esta inclinación hacia la digitalización brinda nuevas posibilidades para optimizar la experiencia del visitante y, al mismo tiempo, ajustar la propuesta turística a las demandas en ascenso del mercado.

En este contexto temático y problemático, la presente investigación se planteó como objetivo general: describir las motivaciones de viaje de los turistas en Machala tras la pandemia de COVID-19, esencialmente, este objetivo se expresó en la formulación de cinco (05) preguntas concretas, a saber: ¿Cuáles son las principales motivaciones que influyen en su decisión de viajar a Machala después de la pandemia de COVID-19? ¿Cómo ha cambiado su percepción sobre la bioseguridad y las medidas sanitarias al considerar un viaje postpandemia? ¿Qué tipo de actividades o experiencias busca durante su visita a Machala y por qué? ¿Qué papel juega la publicidad en su decisión de viajar a Machala en el contexto actual? Y ¿Cómo ha influido el uso de tecnología (como aplicaciones de viaje o redes sociales) en su proceso de planificación y toma de decisiones para el viaje?

Por lo demás, el artículo se divide en 5 secciones, en la primera se describe el estado del arte, en la segunda, la estructura metodológica de la investigación. Por su parte, en la tercera sección, se analizan y discuten los principales resultados obtenidos en la indagatoria; por último, en la cuarta sección, se presenta a la consideración de los lectores, las principales conclusiones, recomendaciones y limitaciones de la presente investigación.

Estado del arte y literatura revisada

En este apartado se presenta un breve informe de los aportes teóricos de los 5 artículos científicos de acceso abierto, más citados, según datos bibliométricos de Google Scholar sobre Motivaciones de viaje tras el COVID-19. En este particular, conviene informar que solo se consultaron artículos de acceso abierto, publicados el último lustro en inglés y en español, por revistas científicas de alto impacto de comprobado prestigio internacional. Como es lógico suponer, estos trabajos proporcionan una mirada internacional del comportamiento de los turistas en la escena posterior a la pandemia.

El artículo primer de esta revisión hermenéutica que conecta textos y contextos se intitula: *Exploring the dynamics of tourist travel intention before and during the COVID-19 pandemic: a scoping review.* En su desarrollo los autores Seyf, Kuhzady, Rastegar, Vo-Thanh y Zaman (2024), proporcionan una revisión exhaustiva sobre los factores que afectan la intención de viaje antes y durante la pandemia de COVID-19. A modo de aporte, este estudio explica cómo la crisis sanitaria ha alterado las motivaciones de los turistas de manera radical, enfatizando en la importancia de factores subjetivos como la percepción del riesgo y las limitaciones personales. Al analizar estos cambios, el artículo sugiere que las intenciones de viaje se ven influenciadas, en cada momento, por experiencias previas y la confianza en las instituciones públicas, lo que puede ser importante para entender el comportamiento turístico en Machala y otros destinos, diferentes y similares.

Por su parte, la investigación realizada por Carvache-Franco, Alvarez-Risco, Carvache-Franco, Carvache-Franco y Del-Aguila-Arcentales (2022), titulado *Post-COVID-19 pandemic motivations and segmentation in coastal cities: a study in Lima, Peru* se centra en las motivaciones post-pandemia de los turistas en ciudades costeras, como Lima. Particularmente, los autores identificaron cuatro dimensiones motivacionales: “novedad y escape”, “aprendizaje y cultura”, “seguridad del destino” y “seguridad del servicio”. Este estudio es importante para el caso Machala, ya que ofrece un *marco categorial* para segmentar a los turistas según sus motivaciones, revelando que la seguridad es una prioridad clave en sus decisiones de viaje, lo que puede influir en el desarrollo de estrategias turísticas locales y las políticas públicas orientadas a ampliar la seguridad integral de los turistas, en términos objetivos y subjetivos.

Otro interesante articulo revisado debido a sus aportes heurísticos y hermenéuticos a la fenomenología del turismo internacional fue *Travel Motivation during COVID-19: A Case from Nepal* de la autoría de Bhatta, Gautam y Tanaka (2022). Esencialmente, en un análisis cuantitativo realizado se examinan las motivaciones de viaje durante la pandemia en Nepal. Los hallazgos indican que las motivaciones están fuertemente influenciadas por factores diversos, pero recurrentes, como la búsqueda de seguridad y la necesidad de escapar del estrés urbano, incrementado por el confinamiento social ordenado en su momento por la Organización Mundial de la Salud.

Todo indica que, más allá de las diferencias contextuales entre Ecuador y Nepal, este estudio ofrece perspectivas comparativas para Machala, sugiriendo que los turistas buscan, a nivel global, experiencias que les permitan desconectarse de su realidad cotidiana y sentirse seguros, lo que podría guiar a los operadores turísticos locales en la adaptación de sus ofertas turísticas. Lo realmente importante en la investigación interdisciplinaria sobre turismo, en cualquier parte del mundo, es el mapeo conceptual de las distintas motivaciones de los viajeros que, en última instancia, definen el comportamiento turístico en lo individual y colectivo.

Del mismo modo, el articulo científico titulado *The Impact of Perceptions of Positive COVID-19 Information on Travel Motivation and Intention: Evidence From Chinese University Students,* de la autoría colectiva de Li, *et al.,* (2022) explora cómo las percepciones sobre información positiva relacionada con COVID-19 influye en las motivaciones e intenciones de viaje. Este estudio revela que una percepción optimista sobre la situación pandémica pudo aumentar, en su momento en China, la intención de viajar, lo que sugiere que, bajo determinadas condiciones, estrategias comunicativas efectivas podrían fomentar el turismo en Machala, al resaltar mejoras en seguridad y salud pública, incluso en tiempos difíciles.

Como complemento de las investigaciones descritas en este breve estado del arte, centradas a su modo en el universo de las motivaciones de los viajeros, surge el articulo *Compensatory Travel Post COVID-19: Cognitive and Emotional Effects of Risk Perception* de la autoría de Kyoo Kim, Seo y Choi (2022). Entre sus bondades la investigación *introduce un modelo dual del viaje compensatorio*, donde se analiza en términos cognitivos cómo el deseo y la intención de viajar son afectados por percepciones subjetivas de riesgo y ansiedad. De hecho, los resultados empíricos indican que muchos turistas sienten un fuerte deseo de compensar el tiempo perdido debido a restricciones previas con sus viajes, lo que podría traducirse, bajo determinadas orientaciones de políticas en materia de turismo con base a la neurociencia, en un aumento significativo del turismo en Machala a medida que los viajeros buscan recuperar, de forma consciente o inconsciente, experiencias pérdidas durante la pandemia.

Sin ninguna pretensión de erudición sistemática o exhaustividad estos artículos ofrecen un marco teórico valioso para comprender, desde distintas miradas teóricas y metodológicas, cómo la pandemia ha reconfigurado las motivaciones turísticas en los imaginarios colectivos a escala global y, al mismo tiempo, local, proporcionando información crucial para el desarrollo estratégico del turismo en la Machala post-COVID-19**.** En líneas generales, de la literatura revisada se desprenden también algunas conclusiones valiosas que conviene sintetizar. Por un lado, el confinamiento social de la pandemia ha influido en las motivaciones de viaje reduciendo la actividad turística e incrementando la percepción de riesgo y ansiedad, lo que fue modificando las preferencias según edades y géneros. Por otro lado, aunque algunas personas mantienen una predisposición natural a viajar, muchas continúan indecisas debido a las limitaciones y temores surgidos durante la pandemia que ha calado honda en las cogniciones del turismo, aún hoy en 2024.

Metodología

Según Moran (2011), despues de la publicacion de la obra clasica de Husserl la fenomenología se posiciona como un enfoque metodológico que busca comprender y describir las *experiencias vividas* por los individuos desde su propia perspectiva de vida (perspectiva

Emic). En el contexto de las motivaciones de viaje tras el COVID-19, este enfoque permitió explorar cómo los turistas perciben y experimentan sus motivaciones en un mundo post-pandémico. Según afirma Martínez (2004), la fenomenología es clave cuando se intenta captar la esencia de las experiencias turísticas, ya que se centra en lo que los turistas sienten, viven y piensan durante sus viajes, más allá de sus comportamientos observables o cuantificables. Por lo tanto, la mirada fenomenológica que describe una realidad determinada, tal como se presenta a la conciencia de sus protagonistas ayuda entender las nuevas motivaciones que han surgido a raíz de la pandemia.

En este marco metodológico cualitativo, para el cual las subjetividades también son una fuente válida de conocimientos, las entrevistas en profundidad[1] fue la técnica que permitió obtener información detallada sobre las experiencias y motivaciones de los participantes. Concretamente, en este estudio, se realizarán entrevistas semiestructuradas con turistas que han viajado a Machala después del COVID-19. Estas entrevistas permitieron explorar temas como la percepción del riesgo, la búsqueda de seguridad y la necesidad de escapar de la propia realidad, aspectos destacados en investigaciones recientes sobre el comportamiento turístico durante la pandemia. Tal como sostiene Čomić y Kalmić (2015), las entrevistas en clave fenomenológica se llevan a cabo de manera flexible, permitiendo que los participantes compartan sus experiencias y reflexiones en un ambiente cómodo y confiable.

Bajo esta perspectiva dialógica, los grupos de discusión enriquecieron las entrevistas al ofrecer un ambiente para la interacción entre los participantes de forma individual y colectiva. Esta técnica de recolección de información empírica facilita la indagación de cómo la dinámica social y las perspectivas compartidas afectan las motivaciones para viajar. En palabras de Hamui-Sutton y Varela-Ruiz (2013), los grupos de discusión resultan eficaces para detectar percepciones grupales en torno a asuntos como la seguridad y la confianza en los lugares de interés post-COVID-19.

Los criterios cualitativos de participación en la investigación sobre las motivaciones de viaje tras la impronta del COVID-19 en Machala se centran en la relevancia y experiencia de los participantes. Primero, se incluyó a turistas que habían viajado durante o después de la pandemia, en un rango cronológico de máximo cuatro años, asegurando así que sus experiencias sean pertinentes y relativamente recientes. También, se priorizan individuos con diversas motivaciones de viaje, como recreativas, culturales o de trabajo, para obtener una visión holística de sus sesgos y subjetividades.

Por lo demás, la diversidad demográfica también fue crucial; por lo tanto, se consideraron factores como edad, género y nacionalidad de los sujetos de estudio. En cualquier caso, los participantes debían estar dispuestos a compartir voluntariamente y sin ninguna forma de coacción, sus reflexiones y emociones sobre sus viajes recientes a Machala. Definitivamente, interesó a los autores de la investigación lograr un equilibrio entre turistas locales y extranjeros para enriquecer el análisis de sus experiencias. Finalmente, se seleccionaron aquellas personas que mostraron apertura y capacidad para participar en discusiones profundas, garantizando así

[1] Básicamente, se entrevistaron 03 personas y, para los efectos particulares del grupo focal de discusión, se contó con la participación de veinte (20) personas, divididos en dos grupos de trabajo: grupo a y grupo b.

la calidad de los datos obtenidos. Las entrevistas se realizaron en el segundo semestre del año 2023.

Conviene informar que, tanto las entrevistas y los grupos focales tuvieron como base para su desarrollo un guion de cinco (05) preguntas abiertas, formuladas en sintonía directa con el objetivo general de la investigación.

Cuadro 1.
Guion de preguntas abiertas.

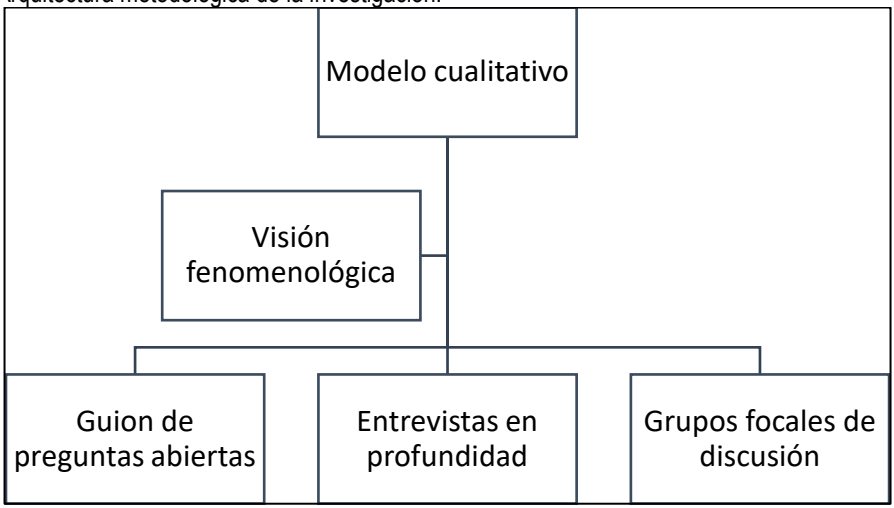
Objetivo general de la investigación	Preguntas abiertas	Observaciones
Describir las motivaciones de viaje de los turistas en Machala tras la pandemia de COVID-19.	¿Cuáles son las principales motivaciones que influyen en su decisión de viajar a Machala después de la pandemia de COVID-19?	Esta interrogante busco revelar la dimensión subjetiva la motivación, como fenómeno gestado dentro de la conciencia.
	¿Cómo ha cambiado su percepción sobre la bioseguridad y las medidas sanitarias al considerar un viaje postpandemia?	Esta interrogante intento determinar el impacto de la bioseguridad en las decisiones de viajar a un sitio en particular. Surge ante la impronta simbólica global de la pandemia de Covid-19.
	¿Qué tipo de actividades o experiencias busca durante su visita a Machala y por qué?	Esta pregunta, busco conocer las actividades que en Machala pueden ser atractivas a los turistas.
	¿Qué papel juega la publicidad en su decisión de viajar a Machala en el contexto actual?	Esta interrogante intento valorar el papel del marketing en la decisión de viajar a Machala.
	¿Cómo ha influido el uso de tecnología (aplicaciones de viaje o redes sociales) en su proceso de planificación y toma de decisiones para el viaje?	Finalmente, esta interrogante busco conocer el alcance de la digitalización social en el comportamiento turístico.

Análisis de la información y consideraciones éticas

Siguiendo las pautas y criterios propuestos por Martínez (2009), el análisis de datos se realizó utilizando un enfoque temático, siguiendo los protocolos de descripción intersubjetiva de la realidad y visión inductiva e ideográfica, establecidos para comprender una situación particular y sus fenómenos constitutivos, sin ninguna pretensión de generalizar resultados a otros contextos, lejanos o cercanos. Este proceso incluyó en términos operativos, la transcripción de las entrevistas y discusiones grupales, seguido por una codificación inductiva para identificar patrones y temas emergentes relacionados con las motivaciones de viaje postpandemia. En general, la *arquitectura metódica* de la investigación permitió captar no solo los aspectos

individuales de las experiencias turísticas, sino también las interacciones sociales que influyen en estas motivaciones.

Figura 1.
Arquitectura metodológica de la investigación.



Para la realización de este estudio fue fundamental abordar consideraciones éticas, asegurando que todos los participantes dieran aprobación antes de participar, con plena conciencia del alcance y significado de la investigación, para lo cual se les mostró el manuscrito del texto, antes de someterlo a la consideración de esta *prestigiosa revista*. Del mismo modo, se garantizó la confidencialidad y el anonimato de los datos recopilados. Se les informó a todos los participantes sobre el propósito del estudio y su derecho a retirarse en cualquier momento sin repercusiones. Todo indica que, estas medidas fueron esenciales para fomentar un ambiente seguro y respetuoso durante el proceso investigativo. Por lo demás, este diseño metodológico ofreció, más allá de sus limitaciones gnoseológicas, una base consistente para explorar las razones de viaje después del COVID-19 en Machala, empleando una perspectiva fenomenológica que facilitó entender la complejidad y abundancia de las vivencias turísticas en un entorno en constante cambio.

A modo de discusión y análisis de resultados

La pandemia de COVID-19 sucedida en Latinoamérica entre marzo de 2020 y finales del 2022, ha reconfigurado las motivaciones de viaje de los turistas en Machala, evidenciando un cambio significativo en sus prioridades y comportamientos, al menos así lo confirman los turistas a los que tuvimos acceso, mediante nuestras técnicas de recolección de datos y así lo confirma, también, la literatura revisada sobre el tema a nivel internacional (Calle-Íñiguez, *et al.,* 2023; Kyoo Kim, *et al*., 2022). En este contexto, desde una perspectiva cualitativa, se pueden identificar varias *motivaciones clave* que han emergido como categorías diferenciadas tras la crisis sanitaria las cuales se discuten en los párrafos que siguen a continuación.

Los turistas entrevistados indican que uno de los principales incentivos es la búsqueda de seguridad y bienestar en el lugar escogido como destino de viaje. Y es que, de acuerdo con una investigación de Wiese (2022), el temor y la incertidumbre provocados por la pandemia han impulsado a los turistas a dar prioridad a lugares que proporcionen garantías de salud y un entorno seguro. Ahora, los visitantes ven la bioseguridad como un elemento crucial en su elección de viajar, lo que muestra una variación en sus expectativas acerca de la experiencia turística.

> Covid-19 Pandemic has influenced how people feel, think, live, work communicate, socialize, spend their leisure time and travel. This Study was conducted to look deeper into the motivational factors of EU based travelers. The aim was to study, why travelers whose permanent residence is EU choose to travel in post covid-19 times abroad. (Wiese, 2022, p. ii)

Una relectura fenomenológica de lo que podríamos definir como el *enfoque en la seguridad*, del que habla Wiese (2022), se traduce vivamente en una preferencia por actividades al aire libre y menos concurridas, lo que se adapta bien a las condiciones ambientales y geográficas de Machala, donde las opciones de turismo natural pueden ser atractivas para turistas nacionales y extranjeros condicionados por las nuevas preferencias que identifican al comportamiento turístico internacional, después de la impronta de la pandemia.

Junto al deseo de mayor seguridad destaca, también, la necesidad de *escapismo*, esto es, la tendencia manifiesta a visitar sitios culturales y naturales y relativamente aislados, diferentes en esencia del ambiente citadino. En este orden de ideas, un estudio sobre las motivaciones post-pandémicas en ciudades costeras, de la autoría de Carvache-Franco, *et al.,* (2022), indica que los turistas buscan *experiencias sensuales* que les permitan desconectarse del estrés cotidiano y de las tensiones acumuladas durante el confinamiento. Este deseo de escapar se manifiesta en la *elección fenomenológica* de destinos tranquilos que ofrezcan paz y relajación, aspectos que Machala puede ofrecer a través de su entorno natural y cultural.

La reconexión familiar también se ha convertido en una motivación significativa después de los efectos perjudiciales de la COVID-19. La investigación sugiere que los viajeros están más inclinados a priorizar viajes que les permitan fortalecer los lazos familiares tal como demuestran Ordaz-Mejía y Osorio-García (2018). Después de un período prolongado de aislamiento, muchos turistas buscan experiencias compartidas con sus seres queridos, lo que puede influir en la elección de Machala como destino familiar. La oferta turística local puede beneficiarse al promover actividades diseñadas para grupos familiares. De cualquier modo: "*People's choices and preferences are shifting toward newer experiential and participatory activities that provide an-escape from daily routines [38]. Therefore, activities at the destination are a crucial consideration in positioning and building destination brands*" (Ordaz-Mejía & Osorio-García, 2018, p. 3)

Otro aspecto para considerar en términos de los gustos y preferencias de los turistas es el interés por el conocimiento cultural como una motivación significativa. Durante sus viajes, los visitantes muestran mayor interés en descubrir la cultura local e involucrarse en actividades educativas (Mendieta-Aragón, 2022). Esto indica que Machala podría implementar programas de turismo que destaquen su herencia cultural y brinden *experiencias envolventes*, captando de esta manera a los turistas que desean ampliar su entendimiento de la rica cultura local.

Finalmente, el proceso de cambios objetivos y subjetivos en las expectativas turísticas también debe ser considerado como un factor crucial en la elaboración de las políticas del sector turismo. Un estudio realizado en Machala Armijos-Ramírez, Reyes-Alvarado y Avila-Rivas (2022), indica que las preferencias y actitudes de los turistas post-COVID-19 destacan que existe una nueva o renovada conciencia sobre la responsabilidad social y ambiental al elegir destinos de viaje. En general, los turistas ahora son más propensos a seleccionar destinos que demuestren un compromiso con *prácticas sostenibles y responsables*, lo cual representa una oportunidad para Machala al promover su oferta turística sostenible en sintonía con los parámetros para el logro del desarrollo sostenible.

Simplificando las cosas con fines analíticos, tras el impacto mundial del COVID-19, las motivaciones de viaje en Machala han evolucionado hacia una mayor valoración de la seguridad, el escapismo emocional, la reconexión familiar, el aprendizaje cultural y una conciencia social más profunda. En su conjunto dialéctico, estas tendencias ofrecen a los operadores turísticos locales, con capacidad hermenéutica para interpretar adecuadamente su sentido y significados dinámicos, valiosas oportunidades para adaptar sus estrategias de marketing y satisfacer las nuevas demandas del mercado turístico.

Entrevistas en profundidad y grupos focales de discusión. Desde una mirada fenomenológica

En este apartado se presentan a la consideración del lector los aspectos más relevantes de los *grupos focales de discusión* realizados en Machala en 2022, como parte del proyecto de investigación intitulado: Comportamiento del turista y su influencia en la motivación de viaje post Covid-19. Caso Machala[2], a una muestra aleatoria de 23 personas, veinte (20) de las cuales participaron en el grupo focal y, otras tres (03), fueron abordadas mediante la técnica de las entrevistas abiertas en profundidad. Como en su momento no se suscribió expresamente un consentimiento informado por parte de las personas participantes en el estudio, para los afectos científicos de esta investigación su usaron nombres ficciosos o el anonimato. Por su naturaleza, en ningún caso la información proporcionada en este apartado puede afectar los intereses de alguna persona o institución.

Ante la primera pregunta formulada en la entrevista 1, a una Turista (Mujer, 35 años), sobre ¿Cuáles son las principales motivaciones que influyen en su decisión de viajar a Machala después de la pandemia de COVID-19? El subjeto de estudio respondió decididamente que: “Mis principales motivaciones para viajar a Machala son escapar del estrés acumulado durante la pandemia y reconectar con la naturaleza exuberante que ofrece el *Bosque Petrificado de Puyango*. Quiero experimentar un cambio de ambiente y disfrutar de las playas cercanas” (Valeria, entrevista personal, 07/08/2023)

En cuanto al proceso de cambio, la percepción sobre la bioseguridad y las medidas sanitarias al considerar un viaje postpandemia, la misma persona respondió literalmente que:

> Mi percepción sobre la bioseguridad ha cambiado drásticamente. Ahora presto mucha más atención a las medidas sanitarias implementadas en hoteles y

[2] Se trata de un proyecto de investigación desarrollado entre 2020 y 2023, en la Universidad Nacional de Loja, Ecuador. Su objetivo general fue comprender el comportamiento turístico en ciertas regiones de Ecuador, como Machala, posterior a la impronta de la pandemia de COVID-19.

> restaurantes, para no contraer de nuevo el virus que casi me mata... Busco destinos que demuestren un compromiso serio con la salud de los visitantes. (Valeria, entrevista personal, 07/08/2023)

Por su parte, cuando se formuló colectivamente al Grupo A del *Focal Group*: ¿Qué tipo de actividades o experiencias buscan durante su visita a Machala y por qué? Casi de forma unánime respondieron que, en líneas generales, buscan en Machala actividades al aire libre como caminatas por senderos naturales o visitas a parques ecológicos, como el llamado *Parque Ecológico de Machala*, que es una ruta de sendero. También manifestaron interés en explorar la cultura local a través de mercados artesanales y festivales tradicionales, siempre que se realicen con las debidas precauciones.

En cuanto a la cuestión de qué papel juega la publicidad en su decisión de viajar a Machala en el contexto actual, los participantes del Grupo B del *Focal Group,* respondieron que, a su parecer, la publicidad juega un papel importante, pero ahora se fijan más en cómo los operadores de turismo comunican sus protocolos de seguridad. Si se observa que, un lugar promociona activamente sus medidas sanitarias, los turistas dicen que sienten más inclinados a considerarlo como seguro y socialmente responsable.

Del mismo modo, en los grupos de entrevistados, queda claro que, el uso de las TIC ha sido fundamental para conocer o valorar una oferta turística determinada. De hecho, la mayoría de los turistas dicen que utiliza en sus móviles aplicaciones para comparar opciones de alojamiento y, simultáneamente, revisar comentarios de otros viajeros sobre las medidas de bioseguridad y la calidad del servicio. Por lo tanto, las redes sociales ayudan a compartir experiencias reales de otros turistas en Machala.

Ante la primera pregunta el entrevistado 2, quien es un turista ecuatoriano (Vinicio, 50 años), respondió literalmente que: “Mi principal motivación es apoyar la economía local después de la pandemia. Quiero contribuir a la recuperación del turismo en Machala y disfrutar de su gastronomía, mucho más cuando el gobierno nacional ha hecho muy poco por estas comunidades…” (Vinicio, entrevista personal, 07/14/2023). Al mismo tiempo Vinicio, agrego demanera firme: “En este momento soy más consciente de la importancia de las medidas sanitarias, pero no dejo que dominen mi experiencia de viaje. Confío en que los establecimientos están siguiendo las normas necesarias” (Entrevista personal, 07/14/2023).

En cuanto a la interrogante sobre el tipo de actividades o experiencias busca durante su visita a Machala y por qué, Vinicio (2022), respondió de forma diáfanas: “En lo particular, me interesan las experiencias gastronómicas auténticas y los tours históricos por la ciudad. Quiero aprender sobre la cultura local y disfrutar de la comida típica en un ambiente seguro, ni más ni menos…” A diferencia de la mayoría de los entrevistados, este personaje afirmo en cuanto al marketing turístico que: “La publicidad influye poco en mi decisión. Prefiero basarme en recomendaciones de amigos o familiares que hayan visitado Machala recientemente, eso tiene un valor superlativo…” …” (Vinicio, entrevista personal, 07/14/2023). Finalmente, el entrevistado 2 afirmó que en cuanto a las TIC y el turismo: “Uso la tecnología principalmente para reservar vuelos y alojamiento. No dependo mucho de las redes sociales para planificar mi viaje, pero sí consulto sitios web oficiales de turismo para obtener información actualizada” …” (Vinicio, entrevista personal, 07/14/2023).

A tono con la tendencia más significativa del comportamiento turístico internacional post pandemia, la entrevistada número tres (03), quien es una turista extranjera de origen asiático, a la primera pregunta del guion respondió que (Mujer, 28 años): "Mi motivación principal es vivir nuevas experiencias después de estar tanto tiempo encerrada. Machala me atrae por su combinación de playa, naturaleza y cultura urbana" (Lu, entrevista personal, 08/21/23). Del mismo modo, afirmó: "Soy muy consciente de las medidas de bioseguridad. Espero ver protocolos claros en todos los lugares que visito y no dudo en evitar sitios que parezcan descuidados en este aspecto, ya que esto puede ser fatal".

Al calor de la conversación en un café local, con el equipo de investigación, que son además los autores de este artículo, Lu dijo que: "Busco una mezcla de aventura y relajación. Me interesan actividades como el surf en las playas cercanas y explorar la vida nocturna local, siempre que se respeten las medidas de seguridad" (Lu, entrevista personal, 08/21/23). En cuanto las preguntas que relacionan las TIC, el marketing y el turismo sostenible, afirmó que: "La publicidad en redes sociales influye mucho en mi decisión. Si veo contenido atractivo sobre Machala en Instagram o TikTok, me siento más motivada a visitarla, de hecho, la buena publicidad me trajo aquí" "La tecnología es esencial en todo mi proceso de viaje. Uso apps para planificar mi itinerario, reservar experiencias y conectar con otros viajeros. También comparto constantemente mi viaje en redes sociales" (Lu, entrevista personal, 08/21/23).

Lectura fenomenológica de los resultados

Desde un punto de vista fenomenológico, que conecta la realidad tal como se presenta a la conciencia de las personas, con la dimensión subjetiva, afectiva y cognitiva del sujeto inserto en su mundo de vida (Čomić & Kalmić, 2015; Moran, 2011), podemos apreciar cómo la vivencia de la pandemia ha cambiado, en términos materiales y simbólicos, drásticamente la percepción de los turistas respecto a sus razones para viajar y sus percepciones de seguridad. En este escenario representacional, los tres turistas entrevistados revelan una *necesidad común* de "escape a su cotidianidad" y "renovación ontológica", aunque manifestada de diferentes formas. Esta esencia fenoménica refleja un deseo colectivo de superar las limitaciones impuestas por la pandemia y, al mismo tiempo, *reconectar* con experiencias significativas fuera del entorno habitual.

Aunado a lo anterior, también se observa en el material empírico recopilado una nueva "capa subjetiva" en la experiencia turística, donde la percepción de la bioseguridad se ha integrado en la evaluación cualitativa de la calidad del destino. Esta conciencia varía en intensidad entre los entrevistados, pero de cualquier modo está presente en todos ontológicamente, reflejando en cada momento de dialogo cómo la pandemia ha alterado, fundamentalmente, la forma en que los turistas interactúan con su entorno y construyen intersubjetivamente los significados de la experiencia de la realidad cultural y natural.

Otro aspecto para destacar es la búsqueda de autenticidad y conexión en la experiencia turística. En este particular, los tres turistas expresan, de diferentes maneras, un deseo de experiencias "auténticas" y "conectadas a una nueva realidad", ya sea con la naturaleza, la cultura local o nuevas aventuras. Esto sugiere que la pandemia ha intensificado la valoración de experiencias genuinas y significativas.

En cuanto al rol decisivo en la era digital de la tecnología como mediador de la experiencia turística, la evidencia documental y empírica coinciden en que, la tecnología emerge

como un elemento crucial en la construcción social de la experiencia turística, desde la planificación hasta la vivencia misma del viaje. Sin embargo, el grado de dependencia varía, reflejando diferentes formas subjetivas de integrar la tecnología en la experiencia turística personal. Todo lo cual configura una suerte de tensión entre el deseo y precaución. En una lectura entre líneas de los resultados transcritos de los Grupos Focales (A y B), se observa una tensión subyacente en las respuestas, entre el deseo de nuevas experiencias y la precaución ante los riesgos sanitarios de la bioseguridad. Esta dualidad fenomenológica, refleja cómo la pandemia ha creado una nueva *dimensión de complejidad* en la experiencia turística.

Para terminar estas breves reflexiones, el estudio fenomenológico muestra que la vivencia de viajar a Machala después de la pandemia está fuertemente marcada por una nueva sensación de seguridad, un anhelo intensificado de vivencias genuinas y una relación complicada con la tecnología como mediadora de la experiencia turística en general. Estas visiones y motivaciones evidencian cómo la pandemia ha transformado esencialmente la "esencia" de la experiencia turística para estas personas en lo local y mundial.

Conclusiones, recomendaciones y principales limitaciones de la investigación

Con el ánimo de ser lo más concretos posible en el manejo de la información recabada, en este apartado se muestra al lector las conclusiones más destacadas de esta breve investigación, sin ninguna pretensión de alcanzar generalizaciones teóricas que sean útiles para entender otros contextos de estudio, tal como es natural en las investigaciones cualitativas de carácter inductivo e ideográficas. No obstante, no se descarta que estas conclusiones alcancen algunos paralelismos con el comportamiento turístico internacional, en un mundo cada vez más conectado y relativamente homogéneo en sus tendencias de consumo.

En primer lugar, se destaca el cambio de motivaciones en las representaciones sociales del turismo. El estudio ha evidenciado que las razones de viaje de los visitantes en Machala han experimentado una notable transformación después de la pandemia. En este escenario dinámico, elementos como la confianza, la búsqueda de vivencias genuinas y la necesidad de evasión de las vicisitudes de la cotidianidad se han convertido, repetimos, en factores predominantes. Ahora, tal como afirman Calle-Íñiguez, *et al.,* (2023), en lineas generales, los visitantes valoran destinos que proporcionen garantías de salud y un ambiente seguro, lo que evidencia una transformación en sus expectativas y conductas, que debe ser valorado por los hacedores de políticas públicas y por los operadores de la industria turística local.

Otro elemento para tener en cuenta es el efecto del riesgo detectado. La investigación ha demostrado que el riesgo percibido tiene un impacto significativo en las decisiones de viaje. Numerosos visitantes manifiestan una mayor inquietud por su salud y bienestar, lo que incide en su predisposición a viajar y a involucrarse en actividades de turismo en grupo (Lu, entrevista personal, 08/21/23). Esto resulta en una inclinación hacia destinos menos saturados y con mayor control. Por otro lado, en los grupos de discusión llevados a cabo, también se observó una cierta indiferencia frente a las modificaciones en seguridad. Esto se debe a que, pese a la exigencia social de ajustarse a las nuevas regulaciones de bioseguridad, tanto antes como después de la pandemia, los visitantes han demostrado en Machala una postura de indiferencia hacia estas acciones. Se ha demostrado que un porcentaje considerable está dispuesto a aceptar las

modificaciones requeridas para la implementación de los cambios necesarios como condición de posibilidad para hacer turismo seguro.

Ante esta información los autores del articulo hacen las recomendaciones que siguen, suponiendo que puede tener alguna utilidad para los actores y factores que protagonizan de forma directa o indirecta la escena turística en Machala y Ecuador:

- Para potenciar las medidas de sanitarias de bioseguridad, es aconsejable que las agencias de viajes y operadores de turismo en Machala apliquen y transmitan de manera clara los protocolos de bioseguridad implementados en sus espacios. Llegado el caso, esta *estrategia de comunicación asertiva* puede contribuir a incrementar la confianza de los visitantes y, al mismo tiempo, simplificar su elección de viajar, garantizando que se sientan resguardados durante su estancia turística.
- Elaboración de propuestas turísticas personalizadas. Tal como afirma categóricamente Mendieta-Aragón (2022), las compañías en marketing de turismo necesitan ajustar sus propuestas para responder dinámicamente a los nuevos intereses de los turistas. Esto abarca fomentar actividades al aire libre, turismo sustentable y alternativas que reduzcan el contacto físico, respondiendo de esta manera a la demanda creciente por experiencias más seguras.
- Toda la literatura especializada revisada en esta investigación coincide en el hecho de resulta crucial llevar a cabo investigaciones constantes, de forma inter y transdisciplinaria, acerca del comportamiento del consumidor turístico post-COVID-19, para, entre otras cosas, adaptar las estrategias comerciales conforme cambian las motivaciones y gustos de los turistas. Esto facilitará que los beneficiarios del turismo en Machala estén más capacitados e informados para reaccionar ante posibles cambios futuros.

Por último, conviene mencionar también cuales son las principales limitaciones que identifican a esta investigación, más allá de sus posibles aportes. Por un lado, se trabajó objetivamente con una muestra limitada de personas, de modo que una limitación significativa del estudio fue el tamaño y la diversidad de la muestra utilizada. La investigación se centró en un grupo específico de turistas, lo que puede no reflejar completamente la variedad de experiencias y motivaciones dentro del turismo en Machala. Por el otro, está la cuestión de la perspectiva temporal de la investigación. La naturaleza dinámica del contexto pospandémico significa históricamente que las motivaciones que definen el comportamiento turístico, ontológicamente, pueden seguir evolucionando muy rápidamente y de hecho lo hacen. Por estas razones, los hallazgos recabados en esta investigación pueden volverse obsoletos, si no se realizan investigaciones periódicas para revelar a la comprensión científica el sentido y alcance de estos cambios materiales y simbólicos.

En términos gnoseológicos se observa una marcada dependencia del articulo a la influencia del paradigma cualitativo de investigación. En ese sentido, autores como Martínez (2004; 2009) quien es sin duda uno de los teóricos fundamentales en la aplicación de metodologías cualitativas en ciencias humanas, sostiene que a pesar de que el método cualitativo proporciona un entendimiento detallado, también puede tener en su decurso excesivos *sesgos interpretativos* que condicionan los resultados de una investigación.

En términos de lo que significa el condicionamiento subjetivo del conocimiento, las percepciones individuales o colectivas de los investigadores, pueden afectar los resultados, restringiendo la extrapolación de los descubrimientos a un grupo de personas más extenso. De

cualquier modo, hasta que no se demuestre lo contrario, el presente estudio ofrece una perspectiva valida y completa de cómo la pandemia ha transformado las atracciones turísticas en Machala, facilitando sugerencias útiles para potenciar la propuesta turística local de manera sostenible y sugiriendo las zonas grises donde se requieren más estudios para entender de manera más profunda este fenómeno en desarrollo.

Declaración de Conflictos de Interés
No declaran conflictos de interés.

Contribución de autores
Los autores declaran haber contribuido en la misma proporción.

Financiamiento
Este artículo no recibió financiamiento.

Referencias
Armijos-Ramírez, D., Reyes-Alvarado, K., & Avila-Rivas, V. (2022). Analysis of the buying behavior of the tourist consumer post Covid-19 in the travel agencies of the city of Machala. *Journal of Finance*, 04 (01), 116-132. https://www.rfinanzas.com/index.php/RDF/article/view/33/28

Bhatta, K., Gautam, P., & Tanaka, T. (2022). Travel Motivation during COVID-19: A Case from Nepal. *Sustainability*, (14), 1-17. https://doi.org/10.3390/su14127165

Calle-Íñiguez, M., Ávila-Rivas, V., Noblecilla-Grunauer, M., & Ollague-Valarezo, J. (2023). Demanda turística que incide en el turismo nacional e internacional post covid-19. Caso Machala. *TELOS*, 25 (03), 675-697. http://www.doi.org/10.36390/telos253.08

Carvache-Franco, M., Alvarez-Risco, A., Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, O., & Del-Aguila-Arcentales, S. (2022). Post-COVID-19 pandemic motivations and segmentation in coastal cities: a study in Lima, Peru. *Journal of Tourism Futures*, 1-13. DOI: https://doi.org/10.1108/JTF-09-2021-0219

Čomić, Đ., & Kalmić, L. (2015). Phenomenology of Tourist Experience. *Quaestus Multidisciplinary Research Journal*, (06), 56-71. https://www.proquest.com/docview/1713658270?sourcetype=Scholarly%20Journals

Escuela Superior Politecnica Agropecuria de Ecuador. (2022). *Comportamiento del turismo a nivel nacional dada la Nueva Normalidad generada por la Afectación del Virus COVID-19.* Guayaquil: Ministerio de Turismo.

Hamui-Sutton, A., & Varela-Ruiz, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica*, 02 (05), 55-60. https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733230009.pdf

Kyoo Kim, E., Seo, K., & Choi, Y. (2022). Compensatory Travel Post COVID-19: Cognitive and Emotional Effects of Risk Perception. *Empirical Research Article*, 61 (08), 1895-1909. https://doi.org/10.1177/00472875211048930

Li, S., Liu, C., Wu, Z., Ma, Y., Chen, B., Gao, S., . . . Xin, S. (2022). The Impact of Perceptions of Positive COVID-19 Information on Travel Motivation and Intention: Evidence From

Chinese University Students. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-12. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.871330

Martínez, M. (2004). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa.* Editorial Trillas.

Martínez, M. (2009). *La nueva ciencia Su desafío, lógica y método.* Trillas.

Mendieta-Aragón, A. (2022). Cambios en el comportamiento turístico tras la COVID-19: hacia un nuevo perfil del turista y del viaje de ocio en España. *Revista Electrónica de Comunicaciones y Trabajos de ASEPUMA*, 23, 37-51. https://doi.org/10.24309/recta.2022.23.1.03

Moran, D. (2011). *Edmund Husserl: The Crisis of the European Sciences and Transcendental Phenomenology: An Introduction.* Cambridge University Press.

Noblecilla-Grunauer, M., Ollague-Valarezo, J., Calle-Íñiguez, M., & Medina-Castillo, W. (2024). Aproximaciones estadísticas a las motivaciones de los viajeros Post Covid 19: Caso Machala. *Revista de la Universidad del Zulia*, 15 (44), 548-560.

Ordaz-Mejía, D. A., & Osorio-García, M. (2018). Significados del viaje turístico en jóvenes millenials. Caso de estudio: Texcoco, México. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 16 (02), 897-912. https://doi.org/10.11600/1692715x.16217

Seyf, S., Kuhzady, S., Rastegar, R., Vo-Thanh, T., & Zaman, M. (2024). Exploring the dynamics of tourist travel intention before and during the COVID-19 pandemic: a scoping review. *Tourism Recreation Research*, 1-15. https://doi.org/10.1080/02508281.2024.2330236.

Wiese, J. (2022). *Motivation for Travel in the Period of post COVID-19.* Haaga-Helia University of Applied Sciencs LTD.