



**Vol 7, Nº 17 (diciembre/deseembro 2014)**

## **EL TURISMO INTERNO COMO ALTERNATIVA CRECIENTE DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL ECUADOR**

**Ing. Eduardo Guzmán Barquet, Mgs.**

### **RESUMEN**

El turismo interno es sin duda alguna, una modalidad de turismo muy alcanzable dentro de la población ecuatoriana, que busca en muchos casos, visitar a familiares, conocer un destino, pasear, o simplemente descansar. A partir de esta premisa, se hace necesario conocer todos los beneficios que trae consigo realizar esta práctica. Asimismo, es importante revisar los lineamientos y estrategias gubernamentales que apoyan esta línea del turismo, así como su evolución estadística y los posibles mecanismos para su crecimiento.

**Palabras clave:** Turismo Interno, estadísticas de turismo, ocio y descanso.

### **ABSTRACT**

Domestic tourism is undoubtedly a very achievable form of tourism within the Ecuadorian population, seeking in many cases, visiting families, making a destination, strolling, or just relaxing. From this premise, it is necessary to know all the benefits that come with this practice. It is also important to review the guidelines and government strategies that support this line of tourism, as well as statistical trends and possible mechanisms for their growth.

**Key words:** Domestic tourism, tourism statistics, leisure and rest.

## **Introducción**

En la actualidad, el concepto del tiempo dentro de la sociedad parece que nunca se detuviera, y que por el contrario, supone ser cada vez más escaso; y es que el ambiente en el que se desenvuelven el hombre y la mujer modernos, está lleno de actividades, en las que se cruzan las laborales, familiares, empresariales, de cuidado personal, etc., y pareciera no existir tiempo para el descanso, pues se duerme pensando y planificando el mañana que está próximo a llegar.

Este escaso tiempo y estas múltiples actividades que no terminan, hacen que las personas y familias (núcleo central de la sociedad que en su gran mayoría se compone de padre y madre trabajadores), busquen el espacio y el tiempo para disfrutar de un momento, una desconexión, un relajamiento y esparcimiento diferente al habitual, al común del sitio en donde se reside. Y es allí, donde el turismo interno gana un protagonismo sin igual. Un protagonismo que crece cada día más, pues permite alejarse de lo cotidiano, de aquella vida necesaria pero que amerita un “break” para ganar fuerzas, descansar la mente, disfrutar en familia, y en fin, un descanso para volver con nuevas aspiraciones, nuevos retos, nuevas ideas, que hacen inclusive obtener nuevas perspectivas y desafíos del sitio laboral donde se ejerce.

De acuerdo con la OMT (s.f.), las actividades turísticas son: “Aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (p. 5).

- Se habla de entorno habitual y no sólo de lugar de residencia.
- Se dice que la estancia en destino ha de ser inferior a un año, puesto que en caso contrario sería considerado residente
- Incluye expresamente los negocios como motivo turístico

De acuerdo con Serralvo (2004):

De entre las diversas formas de ocio y entretenimiento, el turismo despunta como una de las mejores modalidades de relajamiento y recuperación de las energías físicas y mentales. Pero lo que se observa es que el proceso de elección no es simple. El individuo que necesita descansar

tiene a su disposición un interminable número de posibilidades, que van desde las más simples (ir al cine), hasta las más elaboradas (viaje al exterior). La opción intermedia, como el turismo interno, se puede constituir, en muchos casos, en la única alternativa de ocio más completo, o ser una opción gratificante y diferente (p. 188).

El Turismo como eje de desarrollo de economías emergentes y poblaciones tanto rurales como urbanas, se presenta como una solución ante el índice de la pobreza. Y es que existen poblados, ciudades y países, que basan su economía principalmente en los ingresos por turismo.

Así, el Ecuador tiene una potencialidad única, mega diversa, que permitirá, utilizando los mecanismos adecuados, y respetando la naturaleza, la diversidad de flora y fauna, el medioambiente, propiciar el desarrollo de turismos amigables, actividades de turismo que generen y muevan la economía, y se conviertan en aquel auto sustento de muchas familias, y aquel aporte económico relevante para la economía nacional (Pereyra, 2002).

Siguiendo lo especificado por Quesada (2007), el turismo nacional se compone de los viajes realizados por personas nacidas y residentes de un mismo país; conocido además como turismo interior, interno o doméstico. Este tipo de turismo, es hasta la actualidad (y muy relacionado con el caso Ecuador), muy poco estudiado. Esto parece paradójico, sin embargo es cierto, quizá no se le brinda la mayor importancia a su estudio o revisión estadística, puesto que no son extranjeros que llegan al país. Dentro de la revisión bibliográfica como tema central para el desarrollo de esta investigación, se nota la incipiente proyección, recolección y publicación de temas referentes al turismo doméstico ecuatoriano.

El turismo del interior es muy importante tanto para la persona como para la economía del país, pues se constituye para muchos en la única posibilidad de hacer turismo; asimismo, se estimula con carácter intenso, al conocimiento propio del país (que tanta falta hace), al convivir y experimentar saberes nuevos, desconocidos, pero que a su vez, forman parte de esta gran riqueza patrimonial y cultural del país (Quesada, 2007). Es entonces una puerta abierta para fomentar una interculturalidad dentro de los mismos ecuatorianos, que en muchas ocasiones, aunque se traten de poblados cercanos, su estilo de vida, su forma de hacer negocios e incluso su manera de

comunicarse “jerga”, es completamente distinta, y eso hace enriquecer la cultura del turista ecuatoriano y valorar lo propio.

La importancia del turismo interno en su contexto económico y social se reflejó en la Declaración de Manila sobre el turismo mundial (1980), en la que se puntualizan, entre otras aseveraciones, las siguientes:

- Los habitantes que realizan los turistas internos, contribuye a reequilibrar la economía nacional mediante la redistribución de los ingresos nacionales, a infundir una conciencia más clara de la comunidad, de intereses y a desarrollar actividades favorables para la economía general del país.
- El derecho a las vacaciones, la posibilidad de que cada uno conozca su propio medio, la reafirmación de su conciencia nacional y de la solidaridad que le une a sus compatriotas, así como el reconocimiento de su pertenencia a una cultura y a un pueblo, son otras tantas razones imperiosas para facilitarle, por medio de su acceso a vacaciones y a los viajes, su participación en el turismo nacional.
- Entre las ventajas económicas, culturales y sociales del turismo interno están: Movimiento interno de las personas para fines no migratorios origina variaciones en los mercados de consumo; genera amplias oportunidades de empleo, especialmente en zonas rurales y evita la migración a grandes ciudades; capacidad de apoyar y mantener a la industria turística durante los periodos de baja actividad del turismo internacional; redistribución de los ingresos nacionales; contribuye a reforzar la unidad nacional por excelencia. (p. 1-2)

Realizar viajes de turismo interno supone un bienestar económico y social de una población.

En el Ecuador, en la publicación del Barómetro Turístico del país, volumen 1, año 2011, se realizó una encuesta por parte del Ministerio de Turismo, para obtener información referente a número de viajes y a la población que viajó.

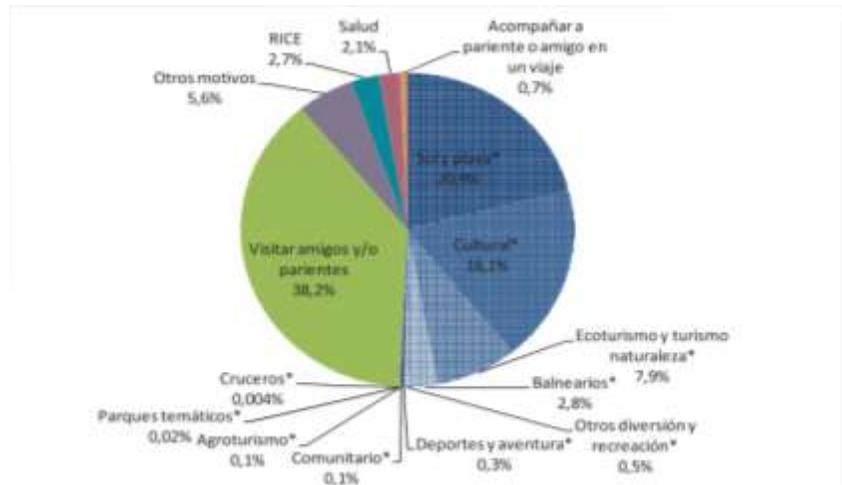
**Tabla 1. Indicadores del Turismo Interno**

INDICADORES	DIC 2009 - FEB 2010	MAR - MAY 2010	JUN - AGO 2010
Número de viajes (Miles)	3.143	1.877	2.805
Población urbana que viajó (Miles)	2.586	1.403	2.381

**Fuente:** Encuesta turismo interno – MINTUR, 2010

La tasa de crecimiento anual sobre viajes del país es del 2% (PMTE 2010-2014). Los principales mercados emisores son Quito (23%), Guayaquil (22%), Cuenca (8%), Ambato (4%), Manta y Machala (2% cada uno).

**Gráfico 1. Motivos de Viaje**



**Fuente:** Encuesta turismo interno – MINTUR, 2010

Los productos turísticos de recreación que mayor incidencia tienen en los ecuatorianos es el de sol y playa (20.9%), cultural (18.1%).

Los principales destinos que los ecuatorianos visitan son: Guayaquil, Baños, Atacames, Quito, Salinas, Puyo, Playas, Loja, Ambato, Cuenca, Gualaceo, Tonsupa, Machala, Portoviejo y Esmeraldas.

Un dato importante en la parte económica es el nivel de gasto que un turista realiza por viaje es su estadía promedio que es 1.8 días (MINTUR, 2010), es de \$32 (aproximadamente, datos del 2010). Dentro de ese gasto, la estructura lo conforman: 40% en alimentos y bebidas, 16% en alojamientos, 18% en transporte y el resto en complementarios propios de cada viaje. Esto es muy importante, pues los datos muestran la dinamización de la economía por medio del turismo, en sectores clave como la transportación, restauración, estancia, etc.

### **Importancia de la participación estatal para el desarrollo del turismo interno**

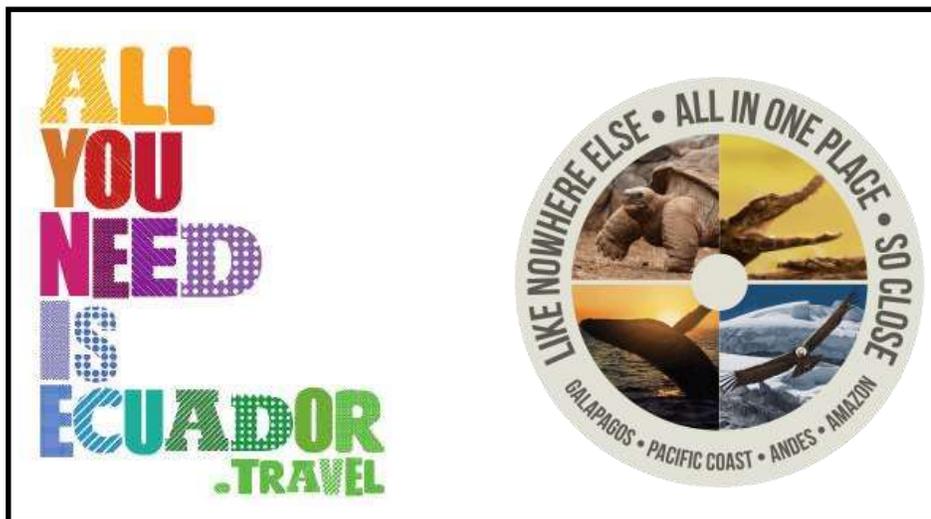
Destacado resaltar la labor del Ministerio de Turismo y del Presidente de la República del Ecuador Rafael Correa Delgado, que de acuerdo al Decreto Ejecutivo Nro. 1162 de mayo del 2012, se planifican desde el inicio de cada año, el calendario de feriados nacionales. Dicho decreto regula los días de descanso en el país hasta el año 2015, con el propósito de fomentar la actividad turística como dinamizadora de la economía del Ecuador (Ministerio de Turismo, 2014). Esto sin duda alguna, ha volcado el desplazamiento de los ecuatorianos por muchos sectores del país. Es así que personas de la costa viajan a la sierra, de la sierra a la costa, etc. Esta herramienta valiosa (calendario de días festivos) permite a su vez planificar viajes de estancia corta por el país a los grupos de amigos o familiares, que tienen esa necesidad de darse un break para retomar sus actividades con más ganas.

De todas maneras, existen además otros feriados no de carácter nacional, sino de índole local, en que cada municipalidad festeja las fiestas patronales y otras. En este sentido, existen también sitios web creados que socializan las festividades locales, pues muchas personas que realizan el turismo interno, son también jubilados, jóvenes que aún no trabajan y que disponen del tiempo para viajar (no necesariamente en descanso nacional), como es el caso de [www.feriadosecuador.net](http://www.feriadosecuador.net) (sitio web privado). Asimismo, las temporadas vacacionales de las escuelas y colegios, permiten movilizar a gran cantidad de personas de diferentes regiones para disfrutar en familia, quizá no la familia completa, pero sí generalmente las madres con hijos, y se adhieren los fines de semana los papás. Esto se permite pues en Ecuador, el ciclo escolar de las

regiones es distinto, en las regiones de la sierra y amazonia, el periodo vacacional es de julio a septiembre, y en las regiones de la costa e insular, el periodo vacacional comprende de marzo a mayo (Ministerio de Educación, s.f.).

Los esfuerzos del Ministerio de Turismo para generar una atracción del ecuatoriano para visitar su propia tierra son muy importantes. Una de las acciones más destacadas es la campaña publicitaria “All you need is Ecuador”. Dicha campaña de envergadura mundial y local, plantea metas y horizontes muy lejanos, pero sobre todo, busca que los propios se enamoren de lo suyo, creando así una cultura de amor a todos los paisajes y mundos del Ecuador. Y es que la campaña reza que en un mismo país uno puede visitar cuatro mundos: Costa, Sierra, Amazonia y las Islas Galápagos.

**Imagen 1: Artes de la campaña All you need is Ecuador**



**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2014; Ecuador.travel, s.f.

Otra intervención acertada del gobierno nacional, fue el impulso del Ministro de Turismo junto con los empresarios del sector privado, en la campaña Viaja Primero Ecuador, en que se incita a conocer profundamente lo nuestro y, además, consumir primero el producto nacional.

Esta campaña está diseñada para generar en los ecuatorianos el sentido de pertenencia y orgullo por su país en el aspecto turístico, para que busque opciones de viaje interno, visiten y

conozcan PRIMERO LO NUESTRO como parte del Programa Primero Ecuador, que con éxito lleva adelante el Gobierno Nacional (Ministerio de Turismo, 2014, párr. 3).

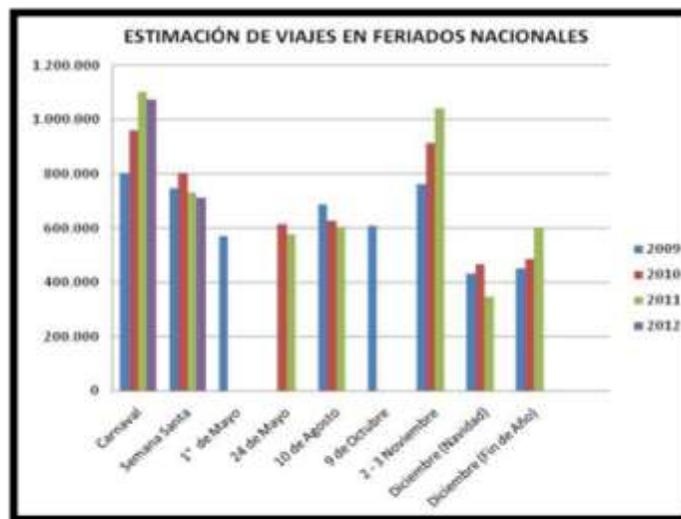
**Imagen 2: Arte de la campaña Viaja Primero Ecuador**



**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2014

Como información complementaria, es importante señalar que el gobierno desde el 2009 ha estado realizando gestiones para elevar el turismo interno, es por ello que estuvo involucrado directamente en el desarrollo del Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo interno del Ecuador PIMTE 2014, proyecto cofinanciado por el Banco Interamericano de Desarrollo, en donde se trazan objetivos, metas, cifras a lograr (Tourism & Leisure Advisory Services, 2009).

**Gráfico 2: Estimación de Viajes en feriados nacionales**



**Fuente:** Ministerio de Turismo, s.f.

En la imagen anterior, se puede observar que el feriado en el que más existe una movilización interna de los ecuatorianos, es en carnaval, con aproximadamente 1 millón 200 mil ecuatorianos que viajan a otros destinos del país (fuera de su lugar de residencia). Estos datos son hasta el 2012, se conoce que para el 2014 se incrementaron. Estas cifras responden también, a que para la época de carnaval, muchos de los colegios de la costa ya están de vacaciones, y se pasan la temporada viajando, con especial énfasis en los destinos de sol y playa (por el mismo sentido del carnaval en Ecuador).

### **Cifras del turismo interno en Ecuador**

En consecuencia con el estudio estadístico y de levantamiento de información realizado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, entre las características a destacar del visitante nacional a los distintos destinos que presenta el país, están:

- Los gastos destinados al viaje son: 34.24% para alimentación; 29.05% para transportación; 9.53% para alojamiento.
- El principal motivo de viaje es para visita a un familiar o amigo 46.31% y, en segundo lugar está vacacionar y recrearse 33.14%.
- El 51% manifestó que realizó actividades de sol y playa y el 26% realizó actividades de turismo cultural.
- El 72.78% manifiesta alojarse en viviendas de familiares o amigos, y el 21.17% en hosterías u hoteles.
- El 51.12% realizó su viaje con autobús como transporte, y el 39.59% en un vehículo propio.
- El 41.14% manifiesta que su motivo de viaje fue por experiencias anteriores, mientras que el 32.47% señala que se encuentra motivado por invitación de amigos y/o familiares; y el 19.12% por consejos de terceros (amigos, familiares, etc.). [Ministerio de Turismo, 2012]

Según el ex Ministro de turismo Dr. Alvarado (2013) expresa claramente que en el Ecuador se generan alrededor de 5.000 millones de dólares gracias al turismo interno. Detalla además que un 40% de los ecuatorianos viajan anualmente por los diferentes destinos turísticos del país, generando una dinamización económica muy importante para el país. En cifras estadísticas, un

ecuatoriano viaja anualmente 1.7 veces, lo que supone que más de 6 millones de personas se movilizan por los destinos del país.

De acuerdo con datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, entidad que realizó la primera encuesta de datos turísticos a 7.428 viviendas a nivel nacional urbano, a través de la encuesta de empleo en marzo del 2010, los principales destinos que eligen los ecuatorianos para realizar su turismo interno son: Quito 9%, Guayaquil 8% y Salinas 5%. El 40% de los ecuatorianos realizaron turismo interno entre diciembre del 2009 a febrero del 2010. El 94.8% de los encuestados viajaron entre una y tres veces durante este periodo. Otro dato muy importante es que el 98.7% no utilizaron paquetes turísticos por no considerarlos necesarios.

### **Tendencias del turismo interno en Ecuador**

Una herramienta valiosa para el desarrollo efectivo del turismo interno es sin duda alguna el uso de los medios sociales para comentar las experiencias vividas en un sitio, sea como destino, o también por alojamiento o atractivo turístico. Aquí es destacado nombrar a la empresa privada ARACNO Cía. Ltda., que impulsa el turismo interno de una manera muy fuerte a través de su canal virtual [www.visitaecuador.com](http://www.visitaecuador.com), ofreciendo un abanico completo de sitios de estancia (hosterías, hoteles, etc.) dentro de diferentes destinos del Ecuador, aplicando tarifas especiales y descuentos muy interesantes para sus socios. Fueron los primeros en crear un centro de información turística del Ecuador en la web (internet) para el desarrollo del turismo interno (Vistaecuador.com, s.f.).

Es entonces impensable ahora que se cursa la era tecnológica, dejar de utilizar las redes sociales para expresar la satisfacción o desagrado inclusive, de la visita a un sitio, lugar, servicio prestado (alojamiento, transporte, etc.). Es por ello que el ser humano está cada vez más conectado, y se vive en un mundo que no desconecta ni para vacacionar, pues desde los aplicativos móviles o cualquier acceso al internet disponible, sirve para revisar qué se puede hacer en determinado sitio, qué se puede comprar, qué sitios cercanos se puede visitar, etc. En un mundo globalizado y conectado, es imposible no hablar entonces de un marketing turístico 2.0 o 3.0.

El marketing turístico por web 2.0 se convierte en una alternativa válida y vanguardista, que pretende suplir las necesidades latentes del mercado mundial, asignando recursos tecnológicos intangibles colgados en internet (Guzmán & Salazar, 2011).

De acuerdo con Freire (2008), las redes son formas de interacción social, definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.

De acuerdo con Guzmán y Salazar (2011)

VisitaEcuador.com también tiene la aplicación de que cada usuario disponga de su propio perfil, con información, foto, etc., para poder realizar comentarios, sugerencias o temas propuestos en el portal web. Se trata de un verdadero portal web turístico, que mezcla la tecnología y el marketing para mover el turismo en Ecuador. Algo importante a citar es la facilidad de manejo del portal, ello trae consigo tranquilidad de los usuarios, crea un ambiente agradable de cada visita virtual de los clientes, eleva su nivel de credibilidad, etc. (p. 2).

### **Alineación con el Plan del Buen Vivir del Ecuador**

De acuerdo con Zamora, Barril y Benavides (2009), el éxito de un destino depende directamente del conocimiento que se tenga de las características de los turistas, de la demanda turística, y de la posibilidad que se tenga de adecuar la demanda turística. Si se logra tener este conocimiento y adaptarse a los turistas, se logrará también una fidelidad del turista al destino. Esto en concordancia con el uso de los medios sociales, en los que los turistas dejarán colgados sus comentarios, sus felicitaciones a los lugares que visitaron o estuvieron (alojamientos, operadores, sitios de diversión, etc.), conllevarán a una cultura de servicio enfocada al turista, en la cual se cumple con sus expectativas, o se mejora a partir de las sugerencias expuestas.

Dentro de la formulación transversal que norma y rige el actuar del gobierno y de los diferentes sectores, está el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, realizado por la SENPLADES<sup>1</sup>. Es entonces importante detallar los objetivos con los que se alinea el turismo interno:

- **Objetivo 3.** Mejorar la calidad de vida de la población

---

<sup>1</sup> Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador

- **Objetivo 5.** Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad

Y es que el turismo busca justamente crear espacios de tranquilidad, ocio, relajación, involucrándose y conociendo nuevas culturas, nuevos atractivos, que permiten llenar de satisfacción a quienes emprenden viajar por el país. Un enriquecimiento cultural que establece la política ganar-ganar, pues sin duda alguna, el turista gana una experiencia de vida, y el propio que ofrece los servicios, ejerce su actividad económica, explota sus cualidades como profesional del turismo, y genera una cultura de servicio, que finalmente hará que el turista desee regresar y sugiera a otros, visitar aquel lugar.

Y también, como reza el objetivo 5, se construye mayor identidad nacional, mayor apego y orgullo y aquel sentimiento de pertenencia al Ecuador, que tanto se necesita para amar lo propio primero, valorarlo, explorarlo, vivirlo; respetando siempre la diversidad de identidades, aprendiendo de ellas, fomentando su existencia. Y por último y no por ello menos importante, se crean espacios de interculturalidad, interculturalidad vista como aprendizaje de costumbres, jergas, formas de vida, de emprender de poblaciones de otros sitios del país.

En el plan de turismo 2020, se realiza una profundización en la realidad del Ecuador que culmina en el año 2007, en donde se revisan los principales problemas, oportunidades, ejes transversales a fomentar, etc., para lograr una maximización en el desarrollo turístico sostenible, involucrando a muchos actores sociales, gubernamentales y privados. Se topan diversidad de tipos de turismo, entre ellos el ecoturismo, el turismo de aventura, el de sol y playa, el comunitario, etc., siendo todas posibles alternativas para desarrollar el turismo interno. Sin embargo, se deja muy claro que no se tiene una estadística anterior adecuada del turismo interno, cómo viajan los ecuatorianos dentro del país, y las estadísticas mínimas propuestas en el documento, se realizaron con poquísimas bases.

Y aunque todos los tipos de turismo que se mencionaron en el párrafo anterior, pueden ser alternativas de turismo interno, lo único destacado del Plan de Turismo 2020 para fomentar el turismo interno, es realizar un plan de marketing de turismo interno. Por ello se elaboró el PIMTE, ya mencionado anteriormente, en donde se plantean estrategias para llamar al ecuatoriano a viajar por Ecuador, por sus cuatro mundos (PIMTE, 2014). Es sin embargo importante resaltar, que aún hace falta una estrategia que impulse más las estadísticas del turismo interno, pues están

bastante desarrolladas para controlar las llegadas de extranjeros, pero no como se mueven los ecuatorianos, en qué fechas con mayor volumen, etc.

Finalmente, se puede indicar que el Ecuador tiene aún muchísimas posibilidades por crecer y afianzarse como destino del turismo interno de todos sus habitantes, contando con cuatro mundos diferenciados, que ofrecen un sinnúmero de culturas nuevas por descubrir, paisajes para contemplar, fauna y flora por admirar, etc. Sin embargo, es necesaria una preparación de los actores del turismo de todos los puntos del país, para atraer a la demanda latente. También se debe promocionar con más énfasis nuevos destinos, que coadyuven a un mejoramiento económico y un cuidado mayor para aquellos sitios que han sido ya explotados tradicionalmente.

El turismo interno es el camino más accesible para realizar viajes de placer, descanso y aventura, dentro del mismo Ecuador, conociendo nuevas formas de vida y cultura. Es aún una rama del turismo que se la puede explotar y posicionar en el mercado interior.

## **Conclusiones**

Ecuador es un país rico en cultura y naturaleza, mega y biodiverso, con indicadores crecientes de visitantes y turistas nacionales que recorren el país. Su riqueza intercultural y su calidad de gente, hace que cada vez más personas deseen conocer nuevas culturas, enriquecerse con su propia experiencia, sobre el conocer de los demás, dentro de un mismo territorio.

El turismo interno es una fuente inagotable de crecimiento intercultural, en donde convergen las razas, culturas, dialectos, paisajes, jergas, vestimentas, etc., incluyendo el respeto al entorno social y ambiental.

Es una rama del turismo que promete un desarrollo muy fuerte, pues gracias al impulso del gobierno ecuatoriano, con sus campañas promocionales, crea un sentido de pertenencia, un sentido de amor propio y a lo nuestro antes que al exterior. Esta estrategia del gobierno, a través de su Ministerio de Turismo, es sin duda alguna admirable, y de elogios, pues como ecuatorianos estamos dando el lugar que corresponde lo producido aquí.

Finalmente, el turismo interno se combina muy bien con el turismo verde, de deportes extremos, ecoturismo, etc., creando así una corriente más amigable con el ambiente, en donde por una parte se incrementan las visitas y se mueve la economía del país con el mismo dinero

ecuatoriano, por otra parte se crea cultura al conocer y recorrer el país, y finalmente se respetan las normas medioambientales y se cuida el territorio y los hábitats del mañana.

## Listado de Referencias

- Alvarado, V. (2013, Noviembre 29). Turismo interno en el Ecuador genera al año alrededor USD 5.000 millones [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/turismo-interno-en-el-ecuador-genera-al-ano-alrededor-usd-5-000-millones/>
- Alvarado, V. (2014, Febrero 19). Campaña “Viaja primero Ecuador” [lectura e imagen en línea]. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/campana-viaja-primero-ecuador/>
- Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. (2012). *El Turismo. Conceptos y definiciones e importancia actual* [Documento en PDF]. Recuperado de: <http://www.um.es/aulaseniior/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- Freire, M. (2008, Agosto 7). Redes Sociales Definición [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://michfer.wordpress.com/2008/08/07/redes-sociales-definicion/>
- Guzmán, E., & Salazar, M. B. (2011). El marketing turístico 2.0 en Ecuador. Caso visitaecuador.com. *TURyDES*, 4, 10. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/10/gbsr.htm>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2010). *El 40% de los ecuatorianos realizaron turismo interno* [Lectura en línea]. Recuperado de: [http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=47%3Ael-40-de-los-ecuatorianos-realizaron-turismo-interno&catid=63%3Anoticias-general&lang=es](http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=47%3Ael-40-de-los-ecuatorianos-realizaron-turismo-interno&catid=63%3Anoticias-general&lang=es)
- Ministerio de Educación. (s.f.). *Calendario escolar* [lectura en línea]. Recuperado de: <http://educacion.gob.ec/calendario-escolar/>
- Ministerio de Turismo. (2011). *Barómetro de Turístico de Ecuador Volumen 1* [Documento en PDF]. Recuperado de: [http://www.certifika.com.ec/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=41&Itemid=20](http://www.certifika.com.ec/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=41&Itemid=20).
- Ministerio de Turismo. (2012). *La experiencia turística en el Ecuador: cifras esenciales de turismo interno y receptor* [Documento en PDF]. Recuperado de: [http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Minis\\_Turismo\\_folleto\\_espanol\\_completo.pdf](http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Minis_Turismo_folleto_espanol_completo.pdf)

Ministerio de Turismo. (2014, Enero 2). *Calendario de feriados nacionales que regirá en Ecuador en el 2014* [lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/calendario-de-feriados-nacionales-que-regira-en-ecuador-en-el-2014/>

Ministerio de Turismo. (2014, Abril 14). *Campaña "All you need is Ecuador" se difunde, desde este martes, en 14 países* [Imagen]. Recuperada de: <http://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-se-difunde-desde-este-martes-en-14-paises/>

Organización Mundial de Turismo (OMT). (1995). *Manual Técnico: Recopilación de las estadísticas de turismo interno* [Documento PDF]. <https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1035/1035-4.pdf>

Pereyra, C. (2002). *El Turismo como oportunidad de desarrollo regional y local*. IV Coloquio sobre transformaciones territoriales; "Sociedad, territorio y sustentabilidad: perspectivas desde el desarrollo regional y local". Recuperado de: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/ultimos/turismo%20como%20oportunidad%20de%20desarrollo%20regional%20y%20local.pdf>

Quesada Castro, R. (2007). *Elementos del Turismo*. San José: Editorial de la Universidad Estatal a Distancia San José de Costa Rica.

SENPLADES. (2012). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017* [Presentación animada en sitio Web]. Recuperado de: <http://www.buenvivir.gob.ec/presentacion>

Serralvo, F. A. (2004). Factores de influencia en el comportamiento del turista interno. *Turismo, ocio y deporte: VIII Congreso de Sociología*, 187-202.

Tourism & Leisure – Europraxis Consultores. (2007, Septiembre 26). *Diseño del Plan Estratégico de desarrollo del turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"* [Documento en PDF]. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Tourism & Leisure Advisory Services. (2009). *Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo interno del Ecuador PIMTE 2014* [Documento en PDF]. Recuperado de: [http://ariadne.cti.espol.edu.ec/sidweb36/sidweb\\_3/6430/1050604/PIMTE%2B2014%2B-%2BEDICION%2BTURISMO%2BINTERNO.pdf](http://ariadne.cti.espol.edu.ec/sidweb36/sidweb_3/6430/1050604/PIMTE%2B2014%2B-%2BEDICION%2BTURISMO%2BINTERNO.pdf)

Zamora, J., Barril, M. E., & Benavides, E. (2009). Turismo interno: percepción prospectiva de atractivos de la región Maule en la región metropolitana, Chile. *Gestión Turística, extra 1*, 27-47.