

**Determinantes del Gasto Turístico en la Provincia de Pastaza,
Ecuador. Un Análisis Cuantitativo**
**Determinants of tourist expenditure in the province of Pastaza,
Ecuador. A quantitative analysis.**

Cristian Vasco,¹ Grace Tamayo,² María Fernanda Palacios,³ Víctor Hugo Abril,⁴

¹ Universidad Estatal Amazónica, Ecuador

² Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

³ Universidad SEK, Ecuador

⁴ Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador

Resumen

Con datos de una encuesta levantada por el Observatorio Turístico de la Universidad Estatal Amazónica en Puyo, Ecuador (OT-UEA), este trabajo analiza los determinantes del nivel de gasto de los turistas que visitan la provincia de Pastaza. Los resultados revelan que los turistas que más gastan en Pastaza son individuos de alrededor de 45 años, extranjeros, de ingresos altos, con educación universitaria, que visitan la Pastaza por primera vez, que permanecen en la provincia alrededor de tres noches y que se sienten satisfechos con los servicios de alojamiento y restaurante. Estos resultados son importantes para el diseño de políticas encaminadas a posicionar a Pastaza dentro el segmento de turistas que más gastan durante su estadía.

Palabras clave: Gasto turístico, Amazonía, Ecuador.

Abstract

With data from a survey conducted by the Touristic Observatory of the Amazon State University at Puyo, Ecuador (OT-UEA), this paper analyzes the determinants of the expenditure levels of tourists visiting Pastaza. The results show that individuals aged around 45 who have completed university education, have high income, come from abroad, visit Pastaza for the first time, stay in Pastaza for around three nights and are satisfied with service of lodging and restaurant. These results are important for the policy making aiming to position Pastaza within the segment of tourists who spend the most during their stay.

Keywords: Tourist expenditure, Amazon, Ecuador.

Introducción

Pastaza es la provincia más extensa y menos densamente poblada del Ecuador continental (INEC, 2010). La provincia se encuentra ubicada en la región amazónica del Ecuador, la cual es una de las áreas más biodiversas del planeta (Myers *et al.*, 2000). Pese a la baja densidad poblacional y la exuberancia de recursos naturales, las limitaciones a la expansión agrícola, la lejanía de los principales mercados, además de la misma fragilidad del ecosistema amazónico tornan a la agricultura en una actividad inviable e incluso indeseable. Ante este panorama, ya en los noventa algunos autores (Hicks *et al.*, 1990) proponían al turismo comunitario, ecoturismo e incluso al turismo científico como opciones de desarrollo sustentable para la región.

De acuerdo al Ministerio de Turismo (2012), Pastaza concentra al 1.5% de la demanda de turismo interno y al 2.2% de turismo extranjero del Ecuador. Aunque a primera vista, estas cifras parezcan incipientes, la provincia recibió 27.982 turistas extranjeros durante ese período. El número de establecimientos turísticos (alojamientos, restaurantes, centros de recreación y de diversión, entre otros) se incrementó en un 176% del 2008 al 2013 (Ministerio de Turismo, 2012), lo cual es imputable al mejoramiento

Introduction

Pastaza Province is the largest and least densely populated continental Ecuador (INEC, 2010). The province is located in the Amazon region of Ecuador, which is one of the most biodiverse areas on the planet (Myers *et al.*, 2000). Despite the low population density and wealth of natural resources, constraints to agricultural expansion, remoteness from major markets, plus the same fragile Amazon ecosystem to turn agriculture into an unworkable and even undesirable activity. Against this background, and in the nineties some authors (Hicks *et al.*, 1990) proposed community tourism, ecotourism and even scientific tourism as sustainable development options for the region.

According to the Ministry of Tourism (2012), Pastaza concentrated 1.5% of domestic tourism demand and 2.2% of foreign tourists of Ecuador. Although at first glance, these figures seem incipient, the province received 27,982 foreign tourists during this period.

The number of tourist establishments (accommodation, restaurants, recreation and entertainment, among others) increased by 176% from 2008

de la infraestructura vial que tuvo lugar durante el mismo período y es un claro indicador del potencial turístico de la provincia.

Además de los beneficios directos derivados del turismo, es necesario tener en cuenta los “efectos multiplicadores” que la demanda de bienes y servicios asociados a la actividad turística, los cuales dinamizan las economías locales vía: diversificación de ingresos, creación de empleo, mayor recaudación de impuestos, entre otros (Lima et al., 2012; Stynes, 1999).

Diversos estudios (Aguiló Perez y Juaneda Sampol, 2000; Hsieh et al., 1997; Lima et al., 2012; Spotts y Mahoney, 1991) apuntan que el gasto turístico es una variable muy importante para determinar la rentabilidad del sector turístico. Una de los problemas de la masificación del turismo y de la promoción indistinta de un lugar o región es la llegada de turistas con bajos niveles de gasto, cuya llegada no supone un impacto positivo para las economías locales (Aguiló, 1990). Este problema se ahonda en el caso de la Amazonía ecuatoriana dada la fragilidad de su ecosistema y su incapacidad de soportar una carga turística excesiva. En este sentido y desde el punto de vista del diseño de políticas públicas de desarrollo regional, es necesario iden-

to 2013 (Ministerio de Turismo, 2012), which is attributable to the improvement of road infrastructure that took place during the same period and is a clear indicator of the tourism potential of the province.

In addition to the direct benefits from tourism, it is necessary to take into account the "multiplier effects" that the demand for goods and services related to tourism, which energize local economies via: income diversification, job creation, higher revenues tax, etc. (Lima et al., 2012; Stynes, 1999).

Studies (Aguiló Perez y Juaneda Sampol, 2000; Hsieh et al., 1997; Lima et al., 2012; Spotts and Mahoney, 1991) suggest that tourism spending is a very important variable in determining the profitability of the tourism sector. One of the problems of mass tourism and indiscriminate promotion of a place or region's tourist arrivals with low levels of spending, whose arrival is not a positive impact on local economies (Aguiló, 1990).

This issue delves into the case of the Ecuadorian Amazon given the fragility of the ecosystem and its inability to withstand excessive tourist

tificar los segmentos de turistas con mayor capacidad de gasto y orientar la promoción de los productos turísticos de Pastaza hacia ellos. Un primer paso en ese sentido es el estudio de los determinantes del gasto turístico más allá de análisis cualitativos y descriptivos.

Pese a la importancia de la actividad turística para la economía de Pastaza, a su potencial de expansión y desarrollo, y a los antecedentes mencionados en el párrafo anterior, no existen estudios empíricos sobre los determinantes del gasto turístico en la provincia.

Con datos de una encuesta levantada por el Observatorio Turístico de Pastaza de la Universidad Estatal Amazónica (OT-UEA, 2012), este trabajo analiza cuantitativamente los determinantes del gasto turístico de los visitantes de Pastaza. Los resultados sugieren que los turistas extranjeros con altos niveles escolaridad y de ingresos, que no han visitado Pastaza con anterioridad y que se sienten satisfechos con los servicios de alojamiento y alimentación; son aquellos que más gastan durante su visita. Esta información es importante para el diseño de políticas encaminadas a segmentar y posicionar los atractivos turísticos de Pastaza.

In this sense and from the point of view of the design of public policies on regional development, it is necessary to identify the segments of tourists with greater spending power and guide the promotion of tourist products Pastaza towards them. A first step in this direction is the study of the determinants of tourist spending beyond qualitative and descriptive analysis

Despite the importance of tourism to the economy of Pastaza, its potential for expansion and development, and the background mentioned above, there are no empirical studies on the determinants of tourist spending in the province. Using data from a survey conducted by the Tourism Observatory of the Universidad Estatal Amazónica (OT-UEA, 2012), This paper quantitatively analyzes the determinants of tourist spending by visitors from Pastaza. The results suggest that foreign tourists with high education and income levels, which have not previously visited Pastaza and are satisfied with the accommodation and food services; are those that spend the most during your visit. This information is important for the design of policies aimed at segmenting and positioning attractions Pastaza.

Materiales y métodos

En esta sección se describen la base de datos usada para el análisis y la metodología utilizada. Además se presentan las variables incluidas en el modelo junto con las estadísticas descriptivas.

Base de datos

Los datos para este estudio provienen de una encuesta realizada por el Observatorio Turístico de Pastaza de la Universidad Estatal Amazónica (OT-UEA, 2012). La encuesta se llevó a cabo durante las dos primeras semanas del mes de noviembre de 2012, coincidiendo con dos feriados nacionales. Se levantaron 400 encuestas a turistas que fueron aproximados en varios atractivos turísticos, culturales y comunidades de la provincia. La encuesta incluye variables demográficas (edad, sexo, estado civil, nacionalidad, nivel educativo y nivel de ingresos del encuestado), variables propias del viaje (visitas previas a Pastaza, número de noches de estadía, destinos visitados antes y destinos visitados después) y variables de satisfacción (niveles de satisfacción con los servicios y con la estadía en general); lo que la hace útil para los propósitos de este estudio.

Marco teórico

El modelo neoclásico de la

Materials and methods

This section describes the database used for the analysis and the methodology used are described. Besides the variables included in the model along with descriptive statistics

Database

Data for this study come from a survey by the Tourism Observatory of the Universidad Estatal Amazónica (OT-UEA, 2012). The survey was conducted during the first two weeks of November 2012, coinciding with two national holidays. 400 surveys were lifted tourists were approximated in various tourist, cultural and attractive communities in the province. The survey included demographic variables (age, sex, marital status, nationality, educational level and income level of the respondent), own travel variables (previous visits Pastaza, number of nights stay, destinations popular holiday destinations before and after) and satisfaction variables (levels of satisfaction with services and stay in general); making it useful for the purposes of this study.

Theoretical Framework

The neoclassical model of

demanda es un buen punto de partida para evaluar los determinantes del gasto de los visitantes de Pastaza. El modelo tiene como un componente fundamental a la racionalidad económica de los individuos quienes toman decisiones (económicas) basados en la información que tienen a disposición, haciendo un análisis de los riesgos que tal decisión entraña, además de los potenciales beneficios a obtenerse. En el caso de la demanda turística, se trata de una función en la cual el turista trata de maximizar su utilidad (i.e. satisfacción con los bienes y servicios turísticos) dadas algunas restricciones presupuestarias y de tiempo (Martínez-García y Ma Raya, 2009).

En el contexto de este estudio, el gasto de un turista que visita Pastaza viene dado por la siguiente expresión matemática:

$$Y_i = X_i\beta_i + \varepsilon_i$$

Donde Y_i es el logaritmo natural del gasto individual diario de cada turista encuestado, X_i es un vector de variables explicativas a ser descritas a continuación, β_i es un vector de coeficientes cuya dirección y magnitud son de particular interés para este estudio y ε_i es el término de error del modelo. Para el análisis se utilizó el método de mínimos cuadrados ordinarios.

demand is a good starting point to assess the determinants of visitor spending of Pastaza. The model is a critical component of the economic rationality of individuals who make (economic) decisions based on the information at their disposal, making an analysis of the risks that such a decision entails, in addition to the potential benefits to be obtained. In the case of tourism demand, it is a function in which the tourist tries to maximize its utility (ie satisfaction with tourism goods and services) given some budget and time constraints (Martínez-García y Ma Raya, 2009).

In the context of this study, spending a tourist visiting Pastaza is

given by the following mathematical expression:

Where Y_i is the natural logarithm of individual daily expenditure for each respondent tourist, X_i is a vector of explanatory notes to be described below variables, β_i is a coefficient vector whose direction and magnitude are of particular interest to this study and ε_i is the term model error. For

VARIABLES Y ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS

La Tabla 1 muestra las variables utilizadas en el análisis junto con su descripción, promedio y desviación estándar. La variable dependiente de interés es el gasto turístico expresado por el logaritmo natural del gasto diario de cada visitante. Las variables explicativas se han dividido en tres categorías: variables demográficas, variables de viaje y variables de satisfacción.

Entre las variables demográficas se incluyen la edad del encuestado. Dado que la edad podría tener un comportamiento cuadrático, también se incluye la edad al cuadrado a la especificación. Una variable dicotómica que toma el valor de uno si la encuestada es una mujer controla el efecto del género en el gasto turístico. Se incluye también una variable dicotómica que toma el valor de uno si el turista es extranjero. La hipótesis en este caso es que los turistas extranjeros gastan más que los nacionales.

El logaritmo del ingreso mensual del encuestado controla el efecto del nivel socioeconómico del turista en la variable dependiente. Dos variables dicotómicas que toman el valor de uno si el encuestado tiene instrucción primaria o secundaria respectivamente, son incluidas en el modelo. El grupo de individuos que reportan

analysis the ordinary least squares method was used

VARIABLES AND DESCRIPTIVE STATISTICS

Table 1 shows the variables used in the analysis along with their description, average and standard deviation. The dependent variable of interest is the tourism expenditure expressed by the natural logarithm of daily expenditure of each visitor. The explanatory variables are divided into three categories: demographic variables, variables and travel satisfaction variables.

Among the demographic variables included age of respondent. Since age may have a quadratic behavior, age squared to the specification is also included. A dichotomous variable that takes the value of one if the respondent is a woman controls the effect of gender in tourism spending. Also included is a dummy variable that takes the value of one if the tourist is abroad. The assumption here is that foreign tourists spend more than domestic.

The logarithm of the monthly income of the respondent controls the effect of socioeconomic status of the tourist in the dependent variable. Two dichotomous variables that take the

Tabla 1. Variables del modelo y estadísticas descriptivas.

Variable	Descripción	Media	Desviación estándar
<i>Variable dependiente</i>			
Gasto turístico	Logaritmo natural del gasto turístico individual diario	4.722	0.956
<i>Variables independientes</i>			
<i>Variables demográficas</i>			
Edad	Edad del encuestado	35.119	12.427
Edad al cuadrado	Edad del encuestado al cuadrado	1387.419	1043.779
Mujer (0/1)	Encuestada es mujer	0.461	0.499
Casado (0/1)	Encuestado es casado	0.581	0.494
Extranjero (0/1)	Encuestado es extranjero	0.082	0.275
Ingreso	Logaritmo natural del ingreso mensual	4.459	3.172
Primaria (0/1)	Encuestado tiene instrucción primaria	0.084	0.278
Secundaria (0/1)	Encuestado tiene instrucción secundaria	0.206	0.405
Universidad (0/1)	Encuestado tiene instrucción secundaria	0.581	0.494
<i>Variables de viaje</i>			
Primera vez (0/1)	Primera vez en Pastaza	0.386	0.487
Número de visitas	Número de visitas previas a Pastaza	1.458	2.137
Destinos anteriores (0/1)	Visitó otros destinos antes de Pastaza	0.506	0.500
Destinos siguientes (0/1)	Visitará otros destinos después de Pastaza	0.364	0.481
Noches	Número de noches en Pastaza	2.592	1.595
Noches al cuadrado	Número de noches al cuadrado	9.258	9.767
Personas	Número de acompañantes	3.187	3.399
Personas al cuadrado	Número de acompañantes al cuadrado	21.685	57.3795
<i>Variables de satisfacción</i>			
Satisfacción alojamiento (0/1)	Encuestado satisfecho con servicio de alojamiento	0.421	0.494
Satisfacción restaurantes (0/1)	Encuestado satisfecho con servicio de restaurante	0.730	0.444
Satisfacción transporte (0/1)	Encuestado satisfecho con servicio de transporte	0.284	0.451

Nota: (0/1) denota que la variable es dicotómica.

Fuente: Elaboración propia de los autores con datos de la encuesta del Observatorio Turístico de la Universidad Estatal Amazónica (OT-UEA, 2012)

tener educación universitaria, el más numeroso de la muestra (ver Tabla 1) es dejado como la categoría de referencia.

El grupo de variables de viaje incluye una variable dicotómica que adquiere el valor de uno si el encuestado visita Pastaza por primera vez además del número de veces que un encuestado ha visitado Pastaza. En este sentido, la literatura (Aguiló Perez y Juaneda Sampol, 2000) reporta que los niveles de gasto son menores para aquellos turistas que ya han visitado el destino con anterioridad. El nivel de gasto también podría verse mermado si los turistas que visitan Pastaza han visitado otros destinos antes de llegar a Pastaza o tienen planeado visitar otros lugares después de Pastaza. Para controlar por estas potenciales fuentes de varianza, dos variables dicotómicas que toman el valor de uno si el encuestado visitó otros destinos antes de Pastaza, en el primer caso, y si visitará otros destinos, en el segundo, son incluidos en el modelo. Adicionalmente se incluyen la duración de la estadía expresada en el número de noches que un turista permaneció en Pastaza y el número de acompañantes en el viaje. Dado que es probable que estas variables tengan un comportamiento cuadrático con respecto al gasto turístico; se incluyen los términos cuadrados de ambas variables.

value of one if the respondent has primary or secondary education respectively, are included in the model. The group of individuals who report having a college education, the most numerous of the sample (see Table 1) is left as the reference category.

The variable group trip includes a dummy variable that takes the value of one if the respondent first visits Pastaza in addition to the number of times a respondent has visited Pastaza. In this sense the literature (Aguiló Perez y Juaneda Sampol, 2000), reports that spending levels are lower for those tourists who have visited the destination before. The level of spending also may be eroded if Pastaza tourists have visited other destinations before reaching Pastaza or are planning to visit other places after Pastaza. To control for these potential sources of variance, two dichotomous variables that take the value of one if the respondent visited other destinations before Pastaza, in the first case, and if visiting other destinations, in the second, are included in the model. Additionally, the length of stay expressed in the number of nights that a tourist remained in Pastaza and the number of companions on the trip are included. Since it is likely that these variables have a quadratic behavior

Finalmente se incluyen tres variables dicotómicas que toman el valor de uno si el turista se muestra satisfecho con los servicios de alojamiento, restaurante y transporte, respectivamente. La hipótesis en este sentido es que el nivel de satisfacción tiene una correlación positiva con el gasto turístico.

Resultados y discusión

La Tabla 2 muestra los resultados de una regresión con el método de mínimos cuadrados ordinarios (OLS) donde la variable dependiente es el logaritmo natural del gasto turístico en Pastaza. Tanto la edad como la edad del visitante al cuadrado son altamente significativas. Estos resultados indican que el gasto turístico tiene un comportamiento cuadrático con respecto a la edad del visitante. El gasto en turístico se incrementa con la edad del visitante hasta los 47 años cuando empieza a decrecer. Más allá de mostrar un patrón normal en cuanto al ciclo económico de un individuo, estos resultados tienen importantes implicaciones en el diseño de políticas ya que reflejan que el destino Pastaza no se encuentra bien posicionado dentro un importante segmento del mercado turístico; los jubilados.

El estado civil tiene un efecto significativo sobre el gasto turístico. Los encuestados casados gastan, en

with respect to tourist expenditure; squares terms of both variables are included.

Finally three dichotomous variables that take the value one if the tourist is satisfied with the hosting service, restaurant and transport respectively are included. The assumption here is that the level of satisfaction is positively correlated with tourist spending.

Results and discussion

Table 2 shows the results of a regression with the method of ordinary least squares (OLS) where the dependent variable is the natural logarithm of tourist spending in Pastaza. Both age and age squared away are highly significant. These results indicate that tourism spending has a quadratic behavior with respect to the age of the visitor. Tourist spending increases with age up to 47 years away when it starts to decrease. Beyond showing a normal pattern in economic cycle of an individual, these results have important implications for policy design as they reflect the fate Pastaza not well positioned within an important segment of the tourism market; retirees.

promedio, un 21% más que los solteros. Otra variable que tiene un efecto positivo y significativo sobre el nivel de gasto es la nacionalidad del turista. Los visitantes extranjeros gastan en promedio un 50% más que los nacionales lo cual confirma la hipótesis de que los turistas extranjeros, quienes en términos generales tienen ingresos mayores que los de sus pares nacionales, gastan considerablemente más que los turistas nacionales. Como era de esperarse, el nivel de ingresos está positiva y significativamente correlacionado con el gasto turístico. Un incremento de 10% en los ingresos mensuales de un turista conlleva a un aumento de un 3% del gasto turístico realizado en Pastaza.

El gasto turístico realizado por individuos que cuentan únicamente con educación primaria es considerablemente más bajo (67%) que el reportado por quienes tienen instrucción universitaria. Los individuos que han terminado la secundaria gastan un 16% menos que los que quienes ostentan educación universitaria. Sin embargo, este resultado es significativo únicamente al 90% de probabilidad.

Dentro del grupo de variables de viaje, tanto la variable dicotómica que toma el valor de uno para quienes visitan Pastaza por primera vez, como el número de visitas realizadas a

Marital status has a significant effect on tourism expenditure. Married respondents spend on average 21% more than single. Another variable that has a positive and significant effect on the level of spending is the nationality of the tourist. Foreign visitors spend on average 50% more than the national confirming the hypothesis that foreign tourists, who generally have higher incomes than their national peers, spend significantly more than domestic tourists. As expected, the level of income is positively and significantly correlated with tourist spending. A 10% increase in the monthly income of an economy leads to an increase of 3% of tourism expenditure in Pastaza.

Tourist spending by individuals who have only primary education is considerably lower (67%) than that reported by those with university education. Individuals who have completed secondary spend 16% less than those who hold college education. However, this result is significant only at 90% probability.

Within the group of variables, then both the dichotomous variable that takes the value of one for Pastaza visitors for the first time, as the number of visits to Pastaza have the expected signs. Those who reach

Pastaza tienen los signos esperados. Aquellos que llegan a Pastaza por primera vez gastan un 26% más que quienes ya han visitado antes la provincia. Por el contrario, cada visita adicional reduce el gasto turístico en aproximadamente un 5%. Resulta lógico pensar que quienes visitan un destino por primera vez no están al tanto de los lugares (hoteles, restaurantes, centros de diversión, entre otros) donde pueden obtener mayor beneficio por su dinero. En tanto, se esperaría que los visitantes recurrentes de un destino tengan un mayor conocimiento de los sitios y opciones turísticas donde pueden obtener un mayor beneficio a menor costo.

Los resultados también sugieren la existencia de un comportamiento cuadrático de la duración de la estancia de un turista en Pastaza. Cada noche adicional incrementa el gasto turístico en un 70% durante las dos primeras noches. A partir de este punto, cada noche adicional disminuye el gasto turístico en aproximadamente un 13%. Cada persona adicional incrementa el gasto turístico global en un 11%. No se observa un efecto significativo del término cuadrado del número de acompañantes lo que indica que esta variable no tiene un comportamiento cuadrático en el caso de Pastaza.

Pastaza first spend 26% more than those who have previously visited the province. Conversely, each additional visit tourist spending reduces by about 5%. It stands to reason that those who visit a destination for the first time are not aware of places (hotels, restaurants, entertainment centers, etc.) where they can get more bang for your money. Meanwhile, it is expected that recurring visitors to a destination with a better understanding of options and tourist sites where they can get a greater benefit at lower cost.

The results also suggest the existence of a quadratic behavior of the length of stay of a tourist in Pastaza. Each additional night tourism expenditure increases by 70% during the first two nights. From this point, each additional night tourist expenditure decreased by approximately 13%. Each additional person increases the overall tourism expenditure by 11%. A significant effect of the quadratic term, the number of companions is observed indicating that this variable has a quadratic behavior in the case of Pastaza.

Tabla 2. Determinantes del gasto turístico de los visitantes de Pastaza.

VARIABLES	Coeficiente (β)
<i>VARIABLES DEMOGRÁFICAS</i>	
Edad	0.056***
Edad al cuadrado	-0.0006***
Mujer (0/1)	-0.069
Casado (0/1)	0.201**
Extranjero (0/1)	0.530***
Ingreso	0.027**
Primaria (0/1)	-0.674***
Secundaria (0/1)	-0.164*
<i>VARIABLES DE VIAJE</i>	
Primera vez (0/1)	0.266***
Número de visitas	-0.050**
Destinos anteriores (0/1)	0.096
Destinos siguientes (0/1)	-0.116
Noches	0.699***
Noches al cuadrado	-0.131***
Personas	0.112***
Personas al cuadrado	-0.002
<i>VARIABLES DE SATISFACCIÓN</i>	
Satisfacción con alojamiento (0/1)	0.311***
Satisfacción con restaurantes (0/1)	0.282***
Satisfacción con transporte (0/1)	-0.037
Número de observaciones	344
R ²	0.492
Notas: *, ** y *** denotan significación estadística al 10, 5 y 1% respectivamente. (0/1) denota que la variable es dicotómica	

Fuente: Elaboración propia de los autores con datos de la encuesta del Observatorio Turístico de la Universidad Estatal Amazónica (OT-UEA, 2012)

Las variables dicotómicas de satisfacción también ofrecen información interesante. Los visitantes que se muestran satisfechos con el alojamiento en Pastaza gastan, en promedio, un 30% más que aquellos que en contraparte no están conformes con este servicio. Algo similar ocurre con el servicio de restaurantes. Los turistas satisfechos con este servicio gastan en promedio un 28% más durante su visita.

Los resultados aquí presentados permiten identificar el perfil del

Dichotomous variables of satisfaction also provide interesting information. Visitors are satisfied with housing in Pastaza spend, on average, 30% more than those who are unhappy in counterpart with this service. Something similar happens with the service restaurants. Satisfied with this service tourists spend on average 28% more during your visit

The results presented here allow us to identify the profile of the

turista que más gasta durante su visita a Pastaza y son útiles para el diseño de políticas encaminadas a diversificar la oferta turística con miras a incrementar el nivel de gasto turístico dentro de este segmento.

Conclusiones

Este estudio ha analizado cuantitativamente los factores determinantes del gasto turístico de los visitantes de la provincia de Pastaza. Los resultados sugieren que el gasto turístico es mayor entre individuos de alrededor de 45 años, extranjeros, de ingresos altos, con educación universitaria, que llegan a Pastaza por primera vez, que permanecen en este destino por alrededor de tres noches y que se muestran satisfechos con los servicios de alojamiento y restaurante.

Más allá de estos resultados, este trabajo también ofrece algunas recomendaciones para el diseño de políticas.

Como se mencionó anteriormente, el nivel de gasto turístico tiene un comportamiento cuadrático llegando a su punto más alto a los 47 años de un individuo. Esto indica que los turistas que más gastan en Pastaza son fundamentalmente jóvenes. Si bien es cierto, la naturaleza exuberante de Pastaza la convierte en un destino ideal para el turismo de aventura, los resultados sugieren que, al momento,

tourist that spends while visiting Pastaza and are useful for the design of policies to diversify tourism with a view to increasing the level of tourist spending within this segment.

Conclusions

This study quantitatively analyzed the determinants of tourist spending of visitors to the province of Pastaza. The results suggest that tourism expenditure is higher among individuals of about 45 years, aliens, high-income, college-educated, arriving in Pastaza first, that remain in this location for about three nights and were satisfied with accommodation and restaurant. Beyond these results, this paper also provides some recommendations for policy design.

As mentioned above, the level of tourism expenditure has a quadratic behavior reaching its highest at age 47 from an individual point. This indicates that tourists spend more in Pastaza are mostly young. If it is true, the exuberant nature of Pastaza makes it an ideal place for adventure tourism destination, the results suggest that, at the time, Pastaza is not a priority destination for foreign retirees, which in

Pastaza no es un destino prioritario para los jubilados extranjeros, los cuales en cambio, representan un puntal de la industria turística en otras regiones del país (Bermeo Armijos y Coronel Merchán, 2012).

Existe evidencia anecdótica que sugiere que los turistas extranjeros no necesariamente gastan más que los nacionales. Este no es el caso de Pastaza, donde los turistas extranjeros gastan un 50% más que sus pares nacionales. En este sentido, es necesario profundizar los estudios sobre hábitos, tendencias y preferencias de este segmento a fin de atraer un número mayor de turistas extranjeros y a la vez ofrecer más opciones para incrementar su nivel de gasto. El gasto turístico en Pastaza se incrementa con la duración de la estadía hasta alcanzar las tres noches y decrece a partir de este punto. Si bien es cierto, el comportamiento cuadrático de la duración de la estadía es un patrón normal, las políticas deberían enfocarse en dilatar la fase de crecimiento de la curva y el punto de inflexión de la misma. Una alternativa para esto, es impulsar y desarrollar la oferta turística de la Provincia a fin de ofrecer al turista más lugares y opciones donde gastar su dinero.

Finalmente, la satisfacción con los servicios de alojamiento y restaurant está positivamente correlacionada

turn represent a strut the tourism industry in other regions (Bermeo Armijos y Coronel Merchán, 2012).

There is anecdotal evidence suggesting that foreign tourists do not necessarily spend more than domestic. This is not the case of Pastaza, where foreign tourists spend 50% more than their national peers. In this sense, it is necessary to deepen the studies on habits, tendencies and preferences of this segment in order to attract more foreign tourists while offering more options to increase their spending.

Tourist spending in Pastaza increases with length of stay up to three nights and decreases from this point. If it is true, the quadratic behavior of the length of stay is a normal pattern, policies should focus on delaying the growth phase of the curve and the inflection point of it. An alternative to this is to promote and develop tourism in the province to offer the tourist places and more options to spend your money.

Eventually, satisfaction with accommodation and restaurant is positively correlated with tourist

con el gasto turístico. Estos resultados dejan ver la importancia de la calidad del servicio, no sólo para conservar a un cliente sino también para incentivar su nivel de gasto. En este sentido, los diseñadores de políticas deberían enfocarse a capacitar a todas las partes involucradas en la industria turística de Pastaza sobre la importancia de brindar un buen servicio.

Literatura citada

- Aguiló, E. 1990. Una estimación de la rentabilidad social del Turismo. *Papeles de Economía Española* 8: 246-253.
- Aguiló Pérez, E.; Juaneda Sampol, C. 2000. Tourist Expenditure for Mass Tourism Markets". *Annals of Tourism Research* 27 (3): 624-637.
- Bermeo Armijos, A.; Coronel Merchán, D. 2012 Plan estratégico para la implementación de un nuevo proyecto turístico en la ciudad de Cuenca, enfocado a incrementar la estabilidad residencial en los extranjeros jubilados. Tesis de Ingeniero en Turismo. Universidad Politécnica Salesiana.
- Hicks, J.; Daly, E.; Davis, S.; de Freitas, M. 1990. Ecuador's Amazon Region Development Issues and Options. World Bank, Washington D.C.
- Hsieh, S.; Lang, C.; O'leary, J. 1997. Modeling the determinants of expenditure for travelers for France, Germany, Japan, and the U.K. to Canada. *Journal of International Hospitality, Leisure and Tourism Management* 1: 67-78.
- INEC (2010) Censo de Población y Vivienda. INEC, Quito.
- Lima, J. Eusebio, C.; Kastenholtz, E. 2012. Expenditure-based Segmentation of a Mountain Destination Tourist Market. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 29: 695-713.
- Martínez-García, E.; Ma Raya, J. 2009. Determinantes de la Demanda Temporal de Turismo: Una Aproximación Microeconómica con un Modelo de Duración. *Investigaciones Económicas* 33 (2): 271-302.
- Ministerio de Turismo. 2012. La experiencia turística en el Ecuador. Cifras Esenciales de Turismo Interno y Receptor. Ministerio de Turismo, Quito, Ecuador.
- Myers, N.; Mittermeier, R.; Mittermeier, C.; Fonseca, G.; Kents, J. 2000) Biodiversity hotspots for conservation priorities. *Nature* 403: 853-858.
- OT-UEA (2012) Observatorio Turístico de Pastaza. UEA, Puyo.
- Spotts, D.; Mahoney, E. M. 1991. Segmenting Visitors to a Destination Region Based on the Volume of Their Expenditures. *Journal of Travel Research* 29: 24-31.
- Stynes, D. 1999. Approaches to Estimating the Economic Impacts of Tourism; Some Examples. University of Michigan.