



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

Caracterización del perfil turístico de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca

Trabajo de titulación previo a la obtención del
título de: Ingeniero en Turismo

Autor:

Juan Francisco Gualpa Chucaralao

CI: 0301570271

Director:

Freddy Edgar Espinoza Figueroa

CI: 0104367800

Cuenca, Ecuador

23-octubre-2019



Resumen:

Desde hace varios años, el sector del turismo joven está ganando importancia a nivel internacional. Según las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el número de turistas jóvenes se incrementará a un total de 370 millones hasta el 2020. En consecuencia, los jóvenes impulsarán ingresos turísticos estimados en 400 mil millones de dólares estadounidenses (USD) que aportarán a la economía de cada uno de los países receptores de turismo. Debido a este creciente número de flujos internacionales de turismo joven en combinación con un progresivo volumen de transacciones, este grupo objetivo también debería convertirse en un tema importante para el Ecuador. La investigación tomó como caso de estudio a la Universidad de Cuenca, tuvo un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo y de corte transversal. Con el fin de indagar el comportamiento de viaje de los jóvenes estudiantes, se realizó un muestreo por conglomerados en sus 12 facultades para obtener la población de estudio. A partir del análisis de macro variables denominadas sociodemográficas, características de viaje y gastos turísticos, tal como lo recomienda la Organización Mundial de Turismo, se determinó que los estudiantes de la Universidad de Cuenca mantienen un vínculo familiar muy fuerte. La mayoría es acompañada principalmente de sus familiares durante su viaje, lo que conlleva que el perfil de los jóvenes estudiantes no muestre una diferencia notable al de sus familiares.

Palabras claves: Turismo joven. Juventud ecuatoriana. Comunidad estudiantil universitaria. Universidad de Cuenca. Perfil turístico.



ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE ABREVIATURAS.....	8
ACLARACIÓN DE GENERO.....	9
DEDICATORIA.....	12
AGRADECIMIENTO.....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
CAPÍTULO 1.....	16
1.1. La actividad turística en relación al turismo joven a nivel mundial.....	16
1.1.1. Conceptualización internacional del Turismo.....	16
1.1.2. Perfiles turísticos y la segmentación del turismo joven.....	20
1.1.3. La actividad del turismo joven y sus efectos.....	22
1.1.4. El desarrollo económico global del turismo joven.....	24
1.2. La actividad turística y la aproximación a los jóvenes en el Ecuador.....	26
1.2.1. El turismo ecuatoriano en cifras.....	26
1.2.2. Caracterización de la juventud ecuatoriana.....	30
1.2.3. Contexto social y cultural de la juventud ecuatoriana.....	32
1.3. Los estudiantes de la Universidad de Cuenca como marco de estudio.....	34
1.3.1. Antecedentes históricos de la institución y su estructura actual.....	34
1.3.2. Estadísticas sobre la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca.....	36
1.3.3. Aproximación a las características de viaje del público objetivo.....	40



CAPÍTULO 2.....	43
2.1. Metodología aplicada para la determinación del perfil turístico de los estudiantes.....	43
2.2. Tamaño de la muestra del estudio.....	44
2.3. Matriz de cuestiones aplicada en la investigación.....	45
2.3.1. Cuestiones socio-económicas de los participantes.....	46
2.3.2. Cuestiones motivacionales del viaje.....	46
2.3.3. Cuestiones acerca de los gastos en servicios turísticos.....	47
2.3.4. Cuestiones en relación a la selección de proveedores de servicios turísticos.....	47
2.4. Factores generales de la comunidad de estudio en el contexto demográfico y socio-económico.....	49
CAPÍTULO 3.....	52
3.1. Evaluación de las variables demográficas y socio-económicas.....	52
3.2. Evaluación de los atributos del perfil turístico de la comunidad estudiantil en relación a la estancia de tres días.....	55
CONCLUSIONES.....	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	66
ANEXOS.....	70



Ilustración 1. Los componentes del sistema turístico.	17
Ilustración 2. Variación porcentual de llegadas turísticas internacionales por región en el 2017.	18
Ilustración 3. Variación porcentual de ingresos por turismo mundial según la región en el 2017.	19
Ilustración 4. Tasa de crecimiento del ingreso percibido y del visitante 1994-2021.	27
Ilustración 5. Desarrollo del número de estudiantes matriculados en la Universidad de Cuenca.	36
Ilustración 6. Número de becas por genero otorgadas por la Universidad de Cuenca.	39
Ilustración 7. Información de viaje en relación a transporte y hospedaje.	40
Ilustración 8. Factores socio-económicos con relación a la actividad laboral.	41
Ilustración 9. Motivaciones del viaje con relación al destino.	42
Ilustración 10. Esquema de secciones y variables para el desarrollo del cuestionario.	45
Ilustración 11. Edad de los estudiantes según su género.	49
Ilustración 12. Respuesta de los estudiantes a la cuestión sobre la realización de un viaje en los últimos 12 meses.	50
Ilustración 13. Motivos que imposibilitan a un estudiante realizar un viaje.	51
Ilustración 14. Edad de la comunidad estudiantil que si viaja.	52
Ilustración 15. Género de la comunidad estudiantil que si viaja.	53
Ilustración 16. Región del país visitada en el último viaje.	55
Ilustración 17. Motivación del último viaje de los estudiantes.	56
Ilustración 18. Principal actividad realizada durante el último viaje de los estudiantes.	59
Ilustración 19. Compañía de los estudiantes durante su viaje.	60
Ilustración 20. Medio usado para planificar el viaje.	61



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	32
Tabla 2	37
Tabla 3	37
Tabla 4	38
Tabla 5	54
Tabla 6	57
Tabla 7	58
Tabla 8	58
Tabla 9	62



ÍNDICE DE ABREVIATURAS

Art.	=	Artículo
AUD	=	Australian Dollar / Dólar australiano
CEPAL	=	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CNII	=	Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional
et al.	=	et alii (y otros)
FEUE	=	Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador
GBP	=	Great Britain Pound / Libra de Gran Bretaña
IE Business School	=	Instituto de Empresa Business School
INEC	=	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
MINTUR	=	Ministerio de Turismo
OMT	=	Organización Mundial del Turismo
OPS	=	Organización Panamericana de la Salud
PIB	=	Producto Interno Bruto
SPSS	=	Statistical Package for the Social Sciences
TIC	=	Tecnologías de la información y comunicación
UNWTO	=	World Tourism Organization
USD	=	United States Dollar / Dólar estadounidense
WTTC	=	World Travel and Tourism Council
WYSE	=	World Youth Student and Educational Travel Confederation



ACLARACIÓN DE GÉNERO

En aras de una mejor legibilidad, esta tesis utiliza la forma lingüística del genérico masculino. En este punto se señala que el uso exclusivo de la forma masculina es independiente del género.



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Juan Francisco Guallpa Chucaralao en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Caracterización del perfil turístico de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 23 de octubre del 2019

Juan Francisco Guallpa Chucaralao

C.I: 0301570271



Cláusula de Propiedad Intelectual

Juan Francisco Guallpa Chucaralao, autor del trabajo de titulación "Caracterización del perfil turístico de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 23 de octubre del 2019

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Juan Francisco Guallpa Chucaralao", written over a horizontal line.

Juan Francisco Guallpa Chucaralao

C.I: 0301570271



DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

A mis familiares cercanos quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades y que uno puede lograr lo que se propone en la vida.

A toda mi familia en general, porque con sus consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a una personal incondicional, por apoyarme cuando más lo necesite, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, de verdad mil gracias, Christina.



AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen la Universidad de Cuenca, por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizar todo el proceso investigativo dentro de su establecimiento educativo.

De igual manera mis agradecimientos a la Facultad Ciencias de la Hospitalidad, a mis profesores y amigos, quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento al Mgst. Freddy Espinoza Figueroa, principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento y enseñanza permitió el desarrollo de este trabajo.



INTRODUCCIÓN

Los jóvenes alrededor del mundo están definiendo nuevas tendencias y formas de viajar, contribuyendo de esta manera a un desarrollo sostenible con respecto al campo social, cultural, económico y ambiental (OMT y WYSE, 2016). Durante la última década, el turismo joven se ha desarrollado como uno de los segmentos de más rápido crecimiento del turismo internacional, con un aporte aproximado de un 23,0% con referencia al total de llegadas turísticas anuales que sobrepasa la marca de un billón a nivel internacional (OMT y WYSE, 2016). A raíz de este fenómeno, los gobiernos y autoridades turísticas de varios países están implementando de manera inteligente y eficaz programas de turismo joven para atraer a este nicho del mercado turístico a sus destinos (OMT y WYSE, 2016).

Hasta ahora, sin embargo, no existe una investigación sistemática y completa sobre el concepto del turismo joven en el Ecuador. Especialmente en la ciudad de Cuenca, se desconoce sobre datos que respalden esta tendencia a nivel mundial, por lo que en la mayoría de las empresas tanto públicas como privadas no maneja estrategias o reglamentaciones que favorezcan a este segmento específico.

Con la finalidad de incentivar las actividades turísticas al nivel local, la Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador (FEUE) filial Cuenca organizó diferentes viajes a destinos nacionales para la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca en el año 2016. Este proyecto motivó a realizar una investigación en mayor detalle sobre las necesidades y características de viaje de este público objetivo.

El objeto de la investigación es cerrar la deficiencia de investigación mencionada y satisfacer la necesidad de establecer un perfil turístico de los estudiantes universitarios de Cuenca bajo el contexto de las características de la juventud ecuatoriana. Por lo tanto, el trabajo se concentra exclusivamente en los estudiantes de la Universidad de Cuenca y no considera tanto a los jóvenes de otras universidades como a los que no se encuentran cursando estudios superiores. Además, estas afirmaciones están respaldadas con información recolectada durante el semestre de septiembre 2018 a febrero 2019.



Tras una introducción a los principios esenciales del turismo joven a nivel mundial, el presente documento examina – mediante el análisis de literatura relevante y la aplicación de un cuestionario con preguntas tanto cerradas como abiertas a una muestra representativa de estudiantes de la Universidad de Cuenca – los siguientes puntos focales con sus respectivas cuestiones de investigación:

1. ¿En qué medida el turismo tiene un impacto económico a nivel internacional? ¿Cómo se caracteriza la juventud ecuatoriana en general y qué factores socio-culturales afectan a esta y su posible comportamiento de viaje? ¿Qué criterios determinan la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca, particularmente en relación al turismo?

En primer lugar, la tesis trata sobre las implicaciones económicas y sociales de este mercado turístico y sus beneficios para todas las partes involucradas. En segundo lugar, analiza la situación actual de la juventud ecuatoriana y discute tanto las oportunidades como los problemas asociados a esta. Mediante la evaluación de una entrevista realizadas a un estudiante de cada una de las doce facultades de la Universidad de Cuenca, se aproxima a las características de viaje de esta comunidad.

2. ¿Cómo se determina el perfil turístico de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca en cuanto a los factores demográficos y socio-económicos? ¿Qué motivos provocan a que los jóvenes emprendan un viaje? ¿Qué conclusiones se puede obtener sobre el comportamiento del viaje de los jóvenes? ¿Qué medios marcan la mayor importancia en la fase de planificación y realización de sus viajes?

Al examinar los resultados de la encuesta aplicada, se obtiene una base de información sobre las variables que influyen en el perfil turístico de la comunidad universitaria antes y durante su viaje. La presente investigación establece conclusiones en relación a los jóvenes y su forma de viajar, con respecto a la edad y género, al destino elegido, la duración del viaje, los motivos, los acompañantes, la forma de financiamiento, las preferencias en proveedores de los diferentes servicios turísticos, así como la distribución de los gastos diarios. En el transcurso de la investigación, se contrasta este perfil turístico de la comunidad estudiantil de Cuenca con el perfil del turista ecuatoriano en general que visita el extranjero.

El resumen de los resultados, así como una breve perspectiva de la necesidad de investigaciones posteriores, completan este trabajo.



CAPÍTULO 1

1.1. La actividad turística en relación al turismo joven a nivel mundial

1.1.1. Conceptualización internacional del Turismo

A. Definiciones de la actividad turística.

Para caracterizar la demanda turística de los jóvenes, primero es necesario establecer los elementos fundamentales que determinan la actividad turística. En general, existen varios criterios de diferentes autores sobre la definición del turismo, no obstante, comparten algunas ideas similares:

Según la OMT (2010), el turismo es un fenómeno que se relaciona con el movimiento de personas, a consecuencia de ello la actividad turística repercute en el campo social, económico y cultural. Las motivaciones para desplazarse fuera de la residencia habitual son varias, aunque normalmente están conectadas en su mayoría con el ocio (Sancho et al., 2008). Sin embargo, cabe indicar que las actividades que realiza un visitante no necesariamente están relacionadas con una transacción de mercado – en ciertos casos, las actividades consideradas turísticas incluso pueden ser similares a las que comúnmente son practicadas por las personas en su día a día (OMT, 2010).

En adición, Oscar de la Torre Padilla (citado en Vilorio, 1997) aporta a esta definición estableciendo que “el turismo [...] consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas [...] por motivos de recreación, descanso, cultura o salud [...], generando múltiples interrelaciones de suma importancia económica y cultural”.

Asimismo, Gustavo Capece (citado en Mora, 2015) define al turismo como “la actividad económica productora de bienes y servicios, [...] destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación”.

Aparte de estos conceptos, es imprescindible mencionar la influencia del turismo no solo en las economías de los diferentes países, regiones, zonas urbanas y sectores rurales, sino también en el medio ambiente, la población local y obviamente en los visitantes mismos (OMT, 2010).

La industria turística es dinámica y en la actualidad es el resultado de numerosos cambios que se han dado durante su desarrollo a través del tiempo, con la finalidad de cumplir las demandas de los clientes con sed de información y acceso rápido a la tecnología en un mundo cada vez más globalizado. A consecuencia de los cambios presentes al día de hoy, el sector turístico está en una transformación profunda por el avance del internet y de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) que cambian continuamente las formas de planificar y vivir los viajes (OMT y IE Business School, 2011).



B. Sistema turístico

El sistema turístico demostrado en la ilustración (1) consiste de los siguientes componentes principales en un determinado territorio: La oferta turística – sobre todo representada por el producto turístico que a su vez involucra a la planta turística –, la superestructura y particularmente la demanda turística (Boullón, 2006).

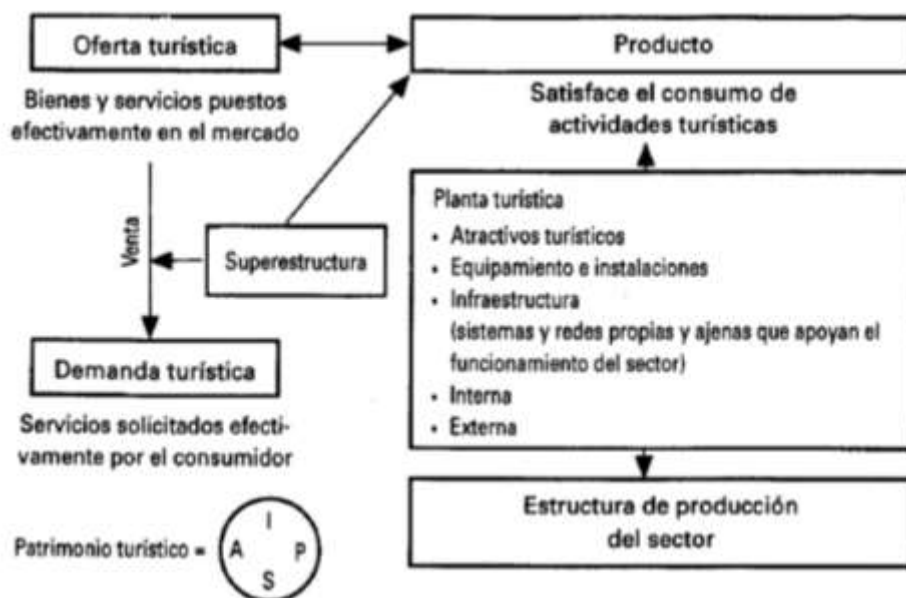


Ilustración 1. Los componentes del sistema turístico. Adaptado de Espacio Turístico y Desarrollo Sustentable (Boullón, 2006).

C. Demanda turística

Caracterizar la demanda turística es una herramienta inevitable tanto para los destinos turísticos como para las empresas que desean conocer el comportamiento de su público objetivo actual y sus clientes potenciales. La OMT (2010) ha emitido recomendaciones internacionales para las estadísticas de turismo a partir de la necesidad de estandarizar el análisis de la demanda turística como base fundamental para la creación e innovación de la oferta turística. Además, estas estadísticas evalúan el desarrollo turístico global y sus implicaciones, por ejemplo, en la generación de empleo y la economía global y local.



Durante décadas, el turismo ha dinamizado la economía a nivel mundial – las cifras actuales establecen que uno de cada diez trabajos está relacionado directa- o indirectamente con esta área (World Travel and Tourism Council, 2019). En el 2016, el turismo contribuyó con el 1,8% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, aquello supone el 6,5% de la exportación de servicios en todo el mundo (Serrano López, Freire Chaglla, Espinoza-Figueroa, Andrade Tenesaca, & Villafuerte Pucha, 2018). En el 2018, el turismo internacional generó alrededor de 2.751 billones de USD y así contribuyó un 3,2% al PIB mundial. Se estima que esta contribución al PIB crezca en 3,6 por ciento anuales hasta llegar al total de 4.065 billones de USD en el 2029.

En el último año, el turismo representó el 6,5% de las exportaciones mundiales y el 27,2% de las exportaciones globales de servicios (WTTC, 2019). La actividad turística ha demostrado ser uno de los sectores económicos más trascendentes y mantuvo un crecimiento fuerte de 7,0% en llegadas de turistas internacionales en el 2017 (OMT, 2019). Sin embargo, esta dinámica en realidad es distinta entre países industrializados y países en vías de desarrollo, por lo tanto, se debe analizar de acuerdo a la situación de cada continente o país (OMT, 2019).

En la región de las Américas, se percibió un incremento de 5,0% en el número de llegadas turísticas internacionales durante el periodo mencionado, no obstante, estas cifras favorecían especialmente a países ubicados en América del Norte, debido que se registró dos terceras partes de los arribos a México, Estados Unidos o Canadá (OMT, 2019). Como se evidencia en la ilustración (2), el incremento porcentual de llegadas internacionales a la región de las Américas se va a la zaga de todos los otros continentes con excepción de Medio Oriente (OMT, 2019).



Ilustración 2. Variación porcentual de llegadas turísticas internacionales por región en el 2017. Adaptado de panorama OMT del turismo internacional 2018 (OMT, 2019).



Con respecto al aumento porcentual de los ingresos anuales por el turismo internacional mostrado en la ilustración (3), la región de las Américas incluso se encontró con el porcentaje más bajo del mundo (+1,3%) en el 2017 (OMT, 2019).



Ilustración 3. Variación porcentual de ingresos por turismo mundial según la región en el 2017. Adaptado de panorama OMT del turismo internacional 2018 (OMT, 2019).

Esta tendencia también se puede observar desglosando estos resultados a Sudamérica: Mientras varios países del subcontinente registraron un crecimiento de dos cifras en llegadas turísticas en el 2017 (con un promedio del 8,0%), el mismo solo cuenta con ingresos porcentuales relativamente bajos del 2,0% en comparación a las otras regiones (OMT, 2019).



1.1.2. Perfiles turísticos y la segmentación del turismo joven

Para una observación turística adecuada es necesario tomar en cuenta la clasificación de los visitantes y sus particularidades, así como las específicas de sus viajes, con la finalidad de determinar un perfil turístico y optimizar los recursos de promoción y venta (OMT, 2010). Este perfil turístico está dado por la sumatoria de varias características genéricas, mismas que permiten identificar a una comunidad dentro de un grupo de personas que comparten diferentes variables de la demanda turística (OMT, 2010). Estos pueden incluir factores económicos, motivacionales, geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales que faciliten la distinción del público objetivo (Escalona y Batista, 2011).

Para lograr definir un perfil preciso dentro de un mercado muy extenso y complejo como el turismo joven, es importante analizar los distintos esquemas que este puede presentar. Los principales desafíos de la observación del turismo joven radican en el hecho de que el vínculo entre actividades y motivaciones es muy estrecho y la segmentación está basada en las motivaciones que son justificadas de manera muy diferente por los visitantes antes y durante su viaje (Eusébio y Carneiro, 2012).

Según un estudio realizado en la ciudad del Carmen, México, se determina el perfil turístico a raíz de la evaluación de la demanda turística, diferenciándola en el modelo macroeconómico y microeconómico (Pat y Calderón, 2012). Por una parte, el modelo agregado (macroeconómico) relaciona la demanda turística con el flujo de turistas a un destino definido y sus gastos durante el periodo de viaje. En consecuencia, este modelo posiciona en primer plano la elección y asignación de recursos para maximizar la utilidad para todas las partes interesadas de un destino (Pat y Calderón, 2012). Por otra parte, el modelo desagregado (microeconómico) se fundamenta más en la elección individual de un destino turístico dependiendo de las particularidades del lugar, de las características socioeconómicas tanto del individuo como del lugar y de los factores sociodemográficos (Pat y Calderón, 2012).

En la categoría de turismo joven – como también en otras – se realiza diferentes actividades que se basan en motivaciones tanto personales e ideológicas como sociales y económicas. Sin embargo, al analizar al turismo joven, los segmentos determinados en los cuales los visitantes son agrupados se ven contrapuestos desde la perspectiva de cada autor.

Según Eusébio y Carneiro (2015), entre ellos se encuentran el estudio académico, el aprendizaje de una cultura o idioma, así como recorrer lugares de interés histórico, artístico o social. Además, los jóvenes complementan el principal motivo de su viaje con visitas a bares, restaurantes y centros comerciales, donde dinamizan la actividad económica del sitio visitado. Por este motivo, relacionar las acciones de los turistas jóvenes a los diferentes destinos facilita situarlos en subgrupos para una mejor comprensión de este segmento de acuerdo a sus necesidades (Eusébio y Carneiro, 2015).



En comparación de la opinión anterior, Demeter y Brătucu (2014) presentan los siguientes seis subgrupos como principales al momento de hablar sobre el turismo joven: Educativo, voluntariado, trabaja y viaja, deportes y aventura, intercambio cultural o turismo de ocio.

Por su parte, los autores Chen, Bao y Huang (2013) se enfocan en las características de un mochilero – o según el término internacional un “backpacker” – y su estilo peculiar de viaje que es usualmente conectado con el turismo joven. Estos viajeros prefieren lugares de alojamiento baratos para financiar vacaciones más extensas, no tienen un itinerario determinado, les gusta encontrarse con otros mochileros, así como participar en actividades de la localidad Chen et al. (2013).

Por el contrario, Bagnoli (2009) manifiesta que los jóvenes con el interés de viajar se han ido agrupando en micro-segmentos de acuerdo a sus experiencias (Año sabático, mochilero, aprender un idioma, au pair). Esta segmentación del público objetivo permite la recolección de información con razón al origen de la motivación para emprender un viaje (Bagnoli, 2009). Conforme la autora, básicamente el entorno personal define la forma de organizar un viaje (Bagnoli, 2009). Durante su realización, un viaje logra moldear una nueva identidad más abierta de la persona, a la cual se puede tomar como referencia en la construcción de un perfil para futuros casos (Bagnoli, 2009).

Desafiando la visión común de la segmentación juvenil, el artículo *The new global nomads* (Richards, 2015) describe que se ha generado una fragmentación completamente nueva de este mercado turístico. Hoy en día, hay muchos jóvenes con mayor poder adquisitivo que anhelan contrarrestar la lógica del sistema, es decir, estudiar, trabajar, formar una familia y finalmente esperar el retiro (Richards, 2015). Este fenómeno permite desarrollar un nuevo perfil turístico, en el cual la mayoría de los jóvenes se determinan como nómadas modernos (Richards, 2015). Consecuentemente, los jóvenes prefieren cada vez más liberarse de una conexión predeterminada de su forma de viajar a un perfil definido y optan por englobar varias formas de viajar (Richards, 2015). Mientras ganan experiencia viajando, los jóvenes tienden a emprender viajes más distantes y con lapsos mayores de tiempo a fin de poder interactuar más con el lugar de destino (Richards, 2015).



1.1.3. La actividad del turismo joven y sus efectos

En contraste a países desarrollados, el reconocimiento del turismo joven se ha incrementado paulatinamente en los países en vías de desarrollo en los últimos años (Çakar y Seyitoğlu, 2016). Según la OMT y World Youth Student and Educational (WYSE) Travel Confederation (2016), este espacio emergente representa una oportunidad para el crecimiento del mercado turístico, con consecuencias directas a la economía de los países. Considerando el crecimiento constante del segmento del turismo joven, se debe tomar en cuenta la importancia del entorno digital actual, ya que es el medio de distribución por preferencia al momento de adquirir bienes y servicios, inclusive turísticos (Machado Chaviano y Hernández Aro, 2008).

Dentro del concepto del turismo joven, no existe un acuerdo mutuo sobre un determinado rango de edad, no obstante, se puede regir al rango establecido por la OMT (1994) de 16 a 29 años. Sin embargo, cabe considerar que al ser muy amplio este segmento, puede provocar una dispersión alta en los datos.

En comparación a la definición de la OMT ampliamente aceptada, Gallo (2014) menciona que el turismo joven se conecta con una forma diferente de ver el turismo, la cual usualmente no está ligada con la edad, sino más bien a un estilo diferente de viajar. Este permite obtener beneficios socioculturales a través de experiencias que han marcado la vida de las personas al exponerse a diferentes culturas durante su viaje (Gallo, 2014).

Este fenómeno también se percibió en países europeos luego de la Segunda Guerra Mundial, cuando los jóvenes decidieron emprender viajes con el fin de comprender otras culturas y lograr abrir sus horizontes (Demeter y Brătucu, 2014). Sin embargo, la razón de viajar en algunos casos puede radicar en la necesidad de escapar de un determinado lugar ya sea por sus circunstancias, salir de la rutina o en busca de nuevos conocimientos que permitan afrontar su situación actual (Šimková y Holzner, 2014).

Desde los años setenta, se percibió un impulso de jóvenes viajando, lo que concluyó en un fuerte desarrollo de los hostales, los cuales representan el tipo de alojamiento económico que este segmento demanda (Richards, 2015). Desde entonces, la tendencia de crear ofertas para satisfacer la necesidad de los jóvenes continua y, por ejemplo, ha resultado en la publicación de guías de viaje como el "Lonely Planet" conocida como la "biblia para los mochileros" que es utilizada por varias personas durante su viaje como fuente de información constante y confiable (Richards, 2015).

Hoy en día, la prioridad de los jóvenes se ha concentrado en la búsqueda de aventuras y el tratar de vivir lo más cercano posible como un local, utilizando los medios de transporte y adaptándose a un día cotidiano de las personas del sector (Lazzari et al., 2009). Esta actitud les ayuda paralelamente a tener un viaje más económico y extenso (Lazzari et al., 2009).



En consecuencia, al analizar este comportamiento, los autores Stone y Petrick (2013) evaluaron los principales beneficios educacionales y efectos positivos que conlleva esta forma de viaje para los jóvenes:

- Un viaje cambia la manera de percibir el mundo, no se habla de un simple viaje, sino de una experiencia que les cambia la vida.
- Un viaje permite desarrollar el crecimiento personal y ayuda a reflexionar críticamente de cómo se encuentra el mundo actual.
- Al asimilar las diferencias culturales y económicas que existen entre los distintos sectores de un destino y su lugar de origen, se despierta el lado humano de las personas.
- El turismo joven coadyuva a que los jóvenes dejen de lado varios prejuicios que tienen por el simple hecho de haber sido adoctrinados de cierta manera por su entorno.
- El efecto que causa un viaje en la mente de un joven es irreversible. Bajo este criterio, los jóvenes desarrollan capacidades mentales creando una identidad sólida y, al mismo tiempo, esta experiencia genera mayor independencia con una gran disposición para afrontar problemas.

Adicionalmente, cabe considerar que viajar les permite descubrir nuevos lugares y relacionarse con nuevos individuos que alimentan el conocimiento personal al compartir sus experiencias y su estilo de vida.

A fin de cuentas, se comprende que el segmento del turismo joven es valioso para los diferentes países – no solo por el simple hecho de que los jóvenes incrementen su conocimiento intelectual, sino también la importancia económica que este mercado representa al nivel mundial. Por eso se debe esclarecer los beneficios que el turismo joven implica en las diferentes localidades anfitrionas y de manera similar en su lugar de procedencia.



1.1.4. El desarrollo económico global del turismo joven

De acuerdo a una investigación realizada por la OMT y WYSE Travel Confederation (2016), se estima que el número de viajeros jóvenes se incrementará a 370 millones para el 2020, siendo uno de los sectores que muestra mayor crecimiento a corto plazo. Hasta este año, los jóvenes impulsarán ingresos turísticos estimados en 400 billones de USD que aportarán a la economía de cada uno de los países receptores de turismo (OMT y WYSE, 2016). Debido a esta tendencia, se genera el debate necesario de considerarlo como un segmento estratégico en el turismo a nivel mundial (OMT y WYSE, 2016).

En la actualidad, el turismo joven es uno de los principales autores para el cambio en la forma de viajar, debido que este representa el 23,0% del turismo internacional (OMT y WYSE, 2016). Las instituciones relacionadas con el turismo califican los efectos causados por el turismo joven como positivos tanto para los viajeros como para los destinos visitados (OMT y WYSE, 2016). Este impacto se manifiesta concretamente en los siguientes ejemplos de estudio en las diferentes regiones:

En Australia, el gobierno central llevó a cabo un estudio en el año 2013 según lo cual los viajeros jóvenes gastaron un aproximado de 5.700 dólares australianos (AUD) por viajar 84 noches y hasta 21.600 AUD cuando permanecían en el país durante seis meses.

Estos gastos relativamente altos son la consecuencia de un incremento en la cantidad de visas “Working Holiday” expedidas por el gobierno australiano. Debido a la oportunidad que los jóvenes tienen al poder involucrarse en el mercado laboral durante sus viajes, estos crean un beneficio fiscal para el estado. Aparte, aportan significativamente al PIB de este país por la realización de viajes y otras actividades turísticas durante su año sabático (OMT y WYSE, 2016).

En países como Rumania, los jóvenes también se inclinan hacia programas denominados como “Trabaja y Viaja” que han demostrado un gran crecimiento en los últimos años (Demeter y Brătucu, 2014). La participación en estos programas permite conocer nuevos lugares sin tener ahorrado una suma alta de dinero o mantener una dependencia directa de los padres (Demeter y Brătucu, 2014).

En los Estados Unidos o el Reino Unido, por otra parte, los estudiantes internacionales representan un segmento importante del turismo joven, porque proporcionan recursos para la sostenibilidad financiera de varios establecimientos educativos (OMT y WYSE, 2016). El intercambio estudiantil, posibilita a los jóvenes la oportunidad de realizar actividades turísticas mientras están cursando sus estudios, este tipo de turismo ha generado ingresos de 26,8 billones de USD en los Estados Unidos y 17,5 billones de Libras de Gran Bretaña (GBP) en el Reino Unido (OMT y WYSE, 2016).



Demeter y Brătucu (2014), en cambio, se enfocan en otra posibilidad de combinar un viaje con trabajo y aprendizaje: El voluntariado ha tomado mucha fuerza en varios países, facilitando a los jóvenes que desean viajar dentro o fuera del país, pero no cuentan con los recursos necesarios. A raíz de esta exigencia, diferentes programas de voluntariados han ido surgiendo para satisfacer la demanda de los jóvenes que se ven incapaces de auto-financiar un viaje (Demeter y Brătucu, 2014). El volumen del mercado global de voluntariados fue alrededor de 1,6 millones de voluntarios al nivel mundial en 2008, dando un valor económico hasta de 2,6 billones de USD a este segmento en el mismo lapso de tiempo (Moisa, 2010).

Los principales mercados involucrados en todos los programas mencionados sobre el turismo joven son Europa y Norte América. Un estudio realizado en los países de Italia, Gran Bretaña, Alemania y Dinamarca demuestra que la independencia familiar se da a temprana edad en los países más desarrollados (Walther, 2006). Esta conclusión se deriva del hecho de que los jóvenes generalmente suelen iniciarse en la vida laboral luego de salir de la secundaria. En caso de continuar con sus estudios en la universidad, optan por trabajos a medio tiempo que les permitan ser económicamente independientes durante su educación superior (Walther, 2006).



1.2. La actividad turística y la aproximación a los jóvenes en el Ecuador

1.2.1. El turismo ecuatoriano en cifras

A través de los años, se ha aplicado diferentes leyes y ordenanzas con la finalidad de fomentar el turismo en el Ecuador. Su debida importancia fue dada por Galo Plaza al final de los años cincuenta, cuando se creó una oficina adscrita con fines turísticos en el gobierno de la república (Prieto, 2011). En la actualidad, el Ecuador maneja distintos planes y acciones en marcha para diversificar la economía y apostar por modalidades de turismo que contribuyan al crecimiento económico de forma sostenible (Neto, 2003).

El Ministerio de Turismo (MINTUR, 2018a) establece al sector turístico como el tercer ingreso de divisas a nivel nacional en el 2017, aportando con el 2,0% del PIB nacional y contribuyendo a la creación de fuentes de trabajo, ya que uno de cada veinte trabajos en el país está relacionado con esta industria. Sin embargo, el apoyo al sector turístico ha sido limitado, posiblemente porque existe la percepción de que otras actividades generan ingresos de una forma más rápida y de un nivel más alto (Caiza, 2012).

Además, los efectos positivos mencionados del turismo no siempre han sido aparentes. Sin duda, los últimos 18 años han existido varios eventos – internos y externos – que han provocado inestabilidad al Ecuador (Serrano et al., 2018). En este lapso de tiempo, el turismo receptivo del país – considerando todas las personas ingresadas no residentes – ha mostrado muchas fluctuaciones en sus cifras turísticas:

Sobre todo, el tiempo de inestabilidad interna en años anteriores hasta el 2007 fue el principal factor que influyó las llegadas turísticas (Serrano et al., 2018). Después de una cifra negativa de 4,0% de la tasa de crecimiento de visitantes en el 2009, los números se han recuperado y el desarrollo turístico demostró un crecimiento sostenible en llegadas desde 9,0% al 14,0% entre los años 2011 y 2014 (Serrano et al., 2018). Sin embargo, el año 2016 concluyo nuevamente en un crecimiento negativo de 8,0% de la tasa de visitantes (Serrano et al., 2018). A continuación, la ilustración (4) expone con mayor detalle lo antedicho en un gráfico de proyección de tasas de crecimiento del número de visitantes en relación directa a los ingresos percibidos.

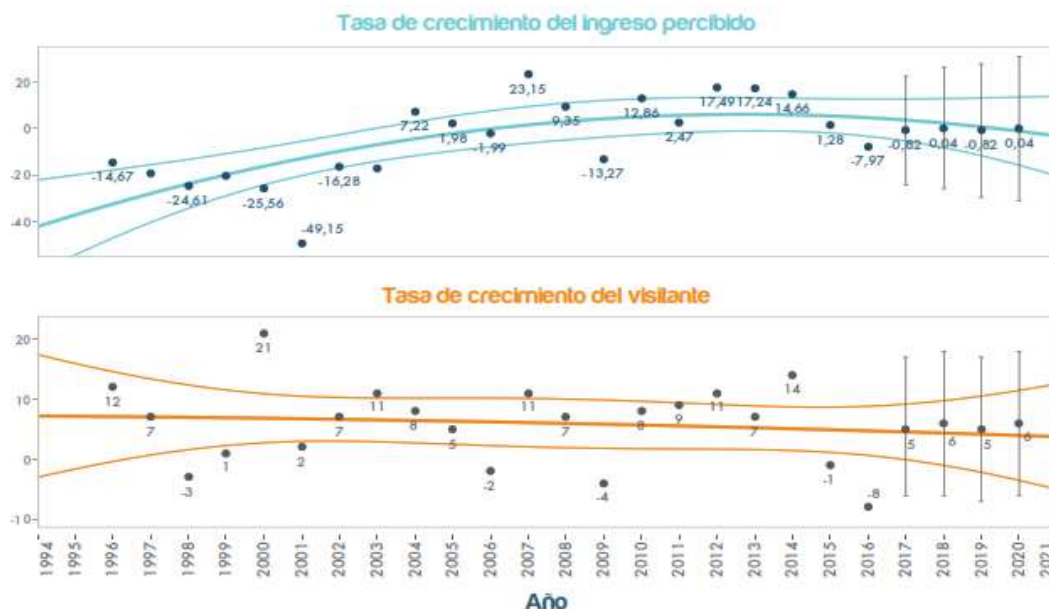


Ilustración 4. Tasa de crecimiento del ingreso percibido y del visitante 1994-2021. Adaptado del boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca (Serrano et al., 2018).

Asimismo, el año 2017 exhibió una diferencia positiva de la tasa de visitantes de un 13,4% con referencia al año 2016, lo cual está distribuido por llegadas proporcionales desde América del Sur (54,6%), América del Norte (18,7%) y Europa Occidental (6,0%) (MINTUR, 2018a). Estas cifras pueden estar alteradas, puesto que se registró una variación de llegadas por parte de ciudadanos venezolanos (180,6%), mismos que se encuentran atravesando una crisis migratoria (MINTUR, 2018a).

En conjunto con agencias de viajes, aerolíneas y cadenas hoteleras, el MINTUR desarrolló paquetes turísticos de bajo costo en el año 2017, por lo que aumentaron las visitas internas y se establecieron nuevas tendencias y destinos (Zona Libre, 2018). En este mismo año, se observó que los ecuatorianos aprovecharon especialmente los feriados nacionales para recorrer el país, sobre todo durante la temporada de Carnaval y de la Semana Santa (Zona libre, 2018). La Coordinación General de Estadísticas e Investigación del MINTUR estima que se realizó más de 8,1 millones de viajes durante los periodos de los feriados, lo que dinamizó la economía en aproximadamente 463 millones de USD (Zona libre, 2018). En comparación, en el año 2016 se registró un total de 4,9 millones de viajes durante estos periodos y un beneficio económico de un total de 286 millones de USD (Zona libre, 2018).



Adicionalmente, el MINTUR (2018b) expone que el turismo interno se dio entre las principales ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca en el año 2018, manteniendo el mismo orden tanto como destino y origen, no obstante, no se detectó cifras del turismo interno en base a sus diferentes categorías o la caracterización de un perfil determinado.

Sin embargo, el MINTUR (2017) define las siguientes características del turista ecuatoriano que visitó el extranjero durante el año 2017, basándose en la salida de 1'194.696 personas:

- Con un 23,3%, el principal rango etario de los turistas esta entre 30 y 39 años. Por motivos de la presente investigación, también se menciona que el rango de 20 a 29 años representa el segundo lugar de esta categoría, manteniendo un porcentaje relativamente alto con un 19,7%. Este indicador podemos generalmente vincular con el rango de edad del turismo joven.
- Con respecto al sexo, se observa que el género femenino sostiene una leve distinción superior con un porcentaje de 50,4%, a diferencia del género masculino con uno de 49,6%.
- En relación a la ocupación, es interesante recalcar que un 14,5% de la población total de la investigación aún se encuentran estudiando. Además, se denota que 50,5% de los viajeros tienen una formación universitaria como el grado más alto de instrucción. Esta cifra se debe a que los graduados de una universidad tienen un mejor estatus económico que les facilita realizar viajes.
- Con un 57,2%, la motivación principal de viaje es la de “Vacación, recreo u ocio”, seguido de “Visita a familiares o amigos” (18,7%), otros motivos personales (13,1%) y motivos de negocio (11,0%).
- Mientras un 12,6% de la población total compra un paquete turístico (casi la mitad de ellos son paquetes “All inclusive”), una notable mayoría de 87,4% planifica su viaje de manera independiente.
- De las personas que viajan acompañados (57,1%), la mayoría está conformado por grupos de tres personas. Al contrario, un 42,9% de los turistas usualmente viajan solos.
- En cuanto al medio principal de información para la planificación del viaje, el internet es la primera elección (41,9%), seguido de los consejos de familiares y amigos (32,3%) y la ayuda de una agencia de viaje (18,8%).
- La estadía promedio del viaje es de ocho noches. Cabe mencionar que un 56,5% elige un establecimiento hotelero como su alojamiento de preferencia y de estos, la mitad prioriza hoteles de cuatro o cinco estrellas (53,2%).



- Los principales destinos para los turistas ecuatorianos son los Estados Unidos (35,3%) y los países vecinos Perú (24.5%) y Colombia (13.4%).
- El gasto promedio de viaje es de 834 USD, con un 44,5% de los turistas gastando menos de 1.000 USD, un 32,6% gastando entre 1.000 y 1.999 USD y un 22,9% gastando más de 2.000 USD.

Al intentar crear un perfil turístico de los jóvenes en el Ecuador, cabe señalar que la información es exigua, hay pocos datos relacionados directamente con el turismo joven en el Ecuador. Gracia, por ejemplo, es uno de los pocos autores turísticos que menciona la importancia sobre el turismo joven internacional (Zona Libre, 2018).

Basándose en una investigación realizada por Phocuswright – un centro de investigación dedicado principalmente al mercado turístico – ella señala que el 70,0% de las reservas registradas en hostales del Ecuador proviene de los millennials, la generación de jóvenes con edades entre 20 y 36 años (Zona libre, 2018). Según la experta, el servicio turístico no está ligado obligatoriamente al lujo, sino a la busca de una experiencia satisfactoria para los jóvenes, ya que este segmento prioriza la interacción con las comunidades (Zona libre, 2018). Sin embargo, esta investigación no brinda información exacta sobre el turismo nacional y las características de viaje de un turista joven ecuatoriano, sino solo sobre los efectos que provienen de los turistas internacionales viajando en el Ecuador.



1.2.2. Caracterización de la juventud ecuatoriana

De acuerdo al Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional (2018), la juventud es una etapa del ciclo de vida caracterizada por la fuerza de sus anhelos que se expresa en la participación activa y militante de causas sociales, culturales, políticas, ambientales y económicas. Además, en esta fase se consolida la identidad y seguridad personal, la obtención de conocimientos y nuevas responsabilidades, la conformación de una familia, la búsqueda de la autonomía económica y, sobre todo, una proyección al futuro (CNII, 2018). Aparte de eso, los roles sociales se transforman en cuanto a la valorización de sus opiniones y sus expectativas (CNII, 2018). En este contexto, la superación de prejuicios y concepciones despectivas se facilita durante este periodo (CNII, 2018).

La realidad del perfil de los jóvenes ecuatorianos estaba conformada de la siguiente manera en el año 2017:

La Ley de la Juventud en el Ecuador incluye al término jóvenes todas las personas de edades entre 18 y 29 años (CNII, 2018). Con respecto a esta sección de habitantes, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) calculó una población joven de 3'404.891 al nivel nacional en el año 2017. En el año 2020, alrededor de un 52,0% de la población total del país tendrá menos de 29 años (CNII, 2018). Esta estructura demográfica joven estará presente por lo menos durante los siguientes 25 años (CNII, 2018).

En relación al lugar de residencia de los jóvenes, se nota que siete de cada diez jóvenes (71,1%) viven en una de las diferentes ciudades del país (CNII, 2018). Como factor para evaluar la dependencia de sus padres, cabe mencionar que un 68,2% de los jóvenes viven en hogares biparentales, un 21,8% en hogares monoparentales y solo 1,6% viven de manera unipersonal (CNII, 2018). Mientras un porcentaje de 54,9% de los jóvenes está soltero, la otra mitad se encuentra o en unión libre (26,4%) o en estado civil casado (14,0%).

En 2017, menos de una cuarta parte de la población de 18 a 24 años estaban cursando estudios superiores. En comparación al año 2012, se encontró un decrecimiento de 8 puntos porcentuales (CNII, 2018). Entre las personas jóvenes matriculadas en las distintas universidades del país, se encuentra un porcentaje de 2,8% más mujeres que hombres (CNII, 2018).

De acuerdo al artículo Los jóvenes en el Ecuador de la revista *Ecuador Debate* (Cevallos, 2006), la juventud ecuatoriana ha sido calificada por una parte como espontánea, libre y llena de futuro, pero inmediatamente por otra parte como indecisa, irresponsable, descuidada y promiscua. Adicionalmente, menciona que el mayor problema de la juventud ecuatoriana es la invisibilidad, ya sea en su condición de sujetos de derechos o como principales actores para el cambio de la nación.



Todas estas características hacen necesario el apoyo tanto del estado ecuatoriano como de la sociedad y la familia, a fin de permitirles realizarse como personas y convertirse en actores estratégicos del desarrollo del país, tal como lo manifiesta el Art. 39 de la Constitución de la República del Ecuador:

“El estado garantizará los derechos de las y los jóvenes y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público” (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008).

Además, en la misma ley se estipula lo siguiente: “El estado reconocerá a los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento” (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008).

Por su parte, la Secretaría Técnica de Juventudes (2018) expresa una reivindicación social y política asumida por el Gobierno Nacional para garantizar los derechos de los jóvenes. Por esta razón, proponen los siguientes objetivos institucionales expresados en el Art. 4 del Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos:

“Garantizar una gestión coordinada y articulada de las políticas dirigidas a la juventud mediante mecanismos de diálogo y enlace intersectorial y entre niveles de gobierno” (Secretaría Técnica de Juventudes, 2018).

Así como: “Realizar seguimiento, monitoreo y evaluación de las políticas juveniles, mediante el análisis, generación y sistematización de información y datos respecto de juventud” (Secretaría Técnica de Juventudes, 2018).

De igual forma, es necesario “evaluar el impacto de las políticas, estrategias y acciones implementadas encaminadas a la juventud en relación a la garantía de sus derechos para retroalimentar la formulación de política pública” (Secretaría Técnica de Juventudes, 2018), con la finalidad de “concertar mecanismos de la participación juvenil mediante procesos de formación que permitan consolidar equipos y espacios de integración para contribuir a la validación y concertación de políticas públicas de juventud” (Secretaría Técnica de Juventudes, 2018).

En conclusión, debería ser una opción implementar estas políticas y desarrollar nuevos proyectos para atender a este público objetivo y fomentar su relevancia respectiva a nivel nacional.



1.2.3. Contexto social y cultural de la juventud ecuatoriana

Las actividades laborales, las circunstancias socio-económicas y la dinámica familiar son influyentes para acceder a diferentes funciones, ya sea de estudio, recreación o de un proyecto de vida y emancipación (Cevallos, 2006). Por consiguiente, los jóvenes que provienen de hogares pobres generalmente ingresan a temprana edad al mercado laboral, privándolos de una educación superior (Cevallos, 2006). En el año 2017, la pobreza entre la población joven bajó al 17,7%, a comparación, la tasa de pobreza de la población general del país fue de 3,8% superior a este porcentaje durante el mismo año (CNII, 2018). Adicionalmente, un dato alarmante de un 11,4% de los jóvenes sufren de extrema pobreza (CNII, 2018).

Tabla 1

Actividades económicas en las que laboran los jóvenes

Actividades económicas	Hombres	Mujeres	Total general
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	37,14%	10,72%	47,86
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos	7,51%	10,02%	17,53%
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	4,41%	2,17%	6,58%
Industrias manufactureras	2,74%	2,09%	4,83%
Construcción	4,21%	0,34%	4,55%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1,25%	2,62%	3,87%
Otras actividades de servicios	1,74%	1,27%	3,01%
Transporte y almacenamiento	2,79%	0,00%	2,79%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1,38%	1,40%	2,78%
Actividades de atención a la salud humana y asistencia social	0,12%	2,22%	2,34%
Artes, entretenimiento y recreación	1,28%	0,26%	1,54%
Enseñanza	0,52%	0,62%	1,14%
Información y comunicación	0,70%	0,00%	0,70%
Actividades de los hogares como empleadores	0,00%	0,35%	0,35%
Explotación de minas y canteras	0,11%	0,02%	0,14%
Total general	65,90%	34,10%	100,00%

Nota: Adaptado de la Agenda Nacional para la Igualdad Intergeneracional (CNII, 2018).



Para comprender la situación social del país, se especifica en la tabla (1) las actividades económicas a las que los jóvenes se dedican en su día a día. Más de dos tercios de los jóvenes se encuentran laborando en actividades relacionadas con agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (47,9%), con comercio al por mayor y al por menor (17,5%) o con alojamiento y servicio de comidas (6,6%).

Aparte de los hábitos laborales de cada joven, es necesario analizar otros factores selectos que directamente afectan a los jóvenes ecuatorianos en el contexto cultural y social.

Las principales situaciones que influyen la vida cotidiana tanto de las jóvenes ecuatorianas como de sus parejas son el embarazo, el aborto y la maternidad (Vohlonen y Gutiérrez, 2017). Conforme a un estudio sobre embarazos en la adolescencia realizado a nivel mundial, un 11,0% de los hijos son de madres adolescentes, de las cuales un 95,0% se encuentran en países en vías de desarrollo (Sánchez et al., 2013). En Ecuador, dos de cada tres adolescentes entre 15 y 19 años sin educación básica son madres, posicionando al país en primer lugar con respecto a embarazos en adolescentes dentro de la región andina (Sánchez et al., 2013). El Banco Mundial de Desarrollo sitúa a Ecuador como el sexto país con mayor fecundidad en adolescentes a nivel mundial (Chuqui, Lafebre y Songor, 2016).

Basado en datos del INEC, es preocupante que la tasa de embarazo de jóvenes adolescentes entre diez y 14 años creció en un 78,0%, así como de las entre 15 y 19 años en un 11,0% en la última década (Vohlonen y Gutiérrez, 2017). Asimismo, alrededor de 20,0% de los nacimientos en Ecuador fueron de madres de menores de 19 años en el año 2013 (Vohlonen y Gutiérrez, 2017).

De acuerdo con un estudio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), un 44,0% de los embarazos de mujeres entre 15 y 24 años interrumpen su carrera académica, lo que causa que generalmente no vuelven a estudiar (Vohlonen y Gutiérrez, 2017). Además, existe una relación de jóvenes embarazadas entre 15 y 19 años dos veces más alta entre adolescentes con bajo nivel de escolaridad (30,5%) que con aquellas que cuentan con un nivel alto de escolaridad (13,4%). Cabe recalcar que no hay una gran diferencia de esta tasa entre mujeres adolescentes de áreas rurales (20,0%) y las de áreas urbanas (15,5%) (Vohlonen y Gutiérrez, 2017).

Al aplicar estas conclusiones al nivel local, el Subcentro de salud de la Parroquia de Ricaurte ubicada en la ciudad de Cuenca realizó un estudio sobre la tasa de embarazos en adolescentes para este sector. Así pues, determinó que la mitad de los embarazos atendidos en esta casa de salud eran de mujeres entre las edades de 12 a 19 años (Chuqui et al., 2016).

Como respuesta a estos resultados significativos, la Cartera de Estado y diferentes entidades internacionales como la Organización Panamericana de la Salud (OPS) trabajan en varios programas de educación sexual, salud reproductiva y fortalecimiento de derechos al nivel nacional y local para retrasar la maternidad en adolescentes (OPS, 2018).



1.3. Los estudiantes de la Universidad de Cuenca como marco de estudio

La ciudad de Cuenca fue declarada por la Asamblea Nacional como ciudad universitaria en el año 2011, ya que cuenta con alrededor de 31,000 estudiantes en las diferentes universidades (El Tiempo, 2011). Por este motivo, la investigación del presente trabajo se enfoca en el análisis de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca, por ser la más antigua y contar con el mayor número de estudiantes.

1.3.1. Antecedentes históricos de la institución y su estructura actual

Debido a la falta de una institución superior para la comunidad cuencana en el siglo XIX, la Universidad de Cuenca fue fundada a través de un decreto oficial firmado el 15 de octubre del año 1867 (Universidad de Cuenca, 2018a).

A manera que la ciudad crecía, también se detectó la necesidad de incrementar su oferta académica. Con la finalidad de satisfacer esta demanda, se agregó diferentes escuelas y carreras. Hoy en día, la Universidad de Cuenca continúa con la formación de profesionales de la región en las siguientes facultades actuales, ordenados de manera ascendente según sus años de fundación (Universidad de Cuenca, 2018):

- Facultad de Ciencias Médicas (1867)
- Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación (1867)
- Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Políticas y Sociales (1867)
- Facultad de Ingeniería (1939)
- Facultad de Ciencias Químicas (1954)
- Facultad de Arquitectura y Urbanismo (1954)
- Facultad de Odontología (1958)
- Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (1967)
- Facultad de Ciencias Agropecuarias (1979)
- Facultad de Artes (1999)
- Facultad de Psicología (2007)
- Facultad de Ciencias de la Hospitalidad (2008)



La institución cuenta con 151 años de trayectoria – en este lapso de tiempo su oferta académica se ha multiplicado, permitiéndose así ofertar 47 carreras divididas en las 12 facultades mencionadas. La universidad se caracteriza por ser una institución pública de categoría A, la que fue otorgada por el ente regulador en el año 2016 (Universidad de Cuenca, 2018).

De igual forma, la capacitación y el mejoramiento del talento humano tanto de los futuros profesionales como del personal académico y administrativo de la universidad conforman parte de los objetivos estratégicos de la institución (Universidad de Cuenca, 2017a). En todas las facultades y departamentos, la Universidad de Cuenca desarrolla sus actividades de investigación, docencia, gestión y vinculación dentro de un entorno diverso, inclusivo y creativo, que promueve la innovación, la ciencia y la cultura en todos sus estamentos (Universidad de Cuenca, 2017). Al fortalecer la vinculación con la sociedad, el establecimiento educativo propicia el trabajo colaborativo de la comunidad universitaria para establecer actividades que contribuyan a la solución de inconvenientes sociales, ambientales y productivos de la población ecuatoriana (Universidad de Cuenca, 2017).



1.3.2. Estadísticas sobre la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca

La presente investigación está basada en información recolectada durante el semestre de septiembre 2018 a febrero 2019. En la siguiente ilustración (5), se aprecia el desarrollo de la cantidad de estudiantes de grado matriculados en la Universidad de Cuenca durante los tres últimos periodos:

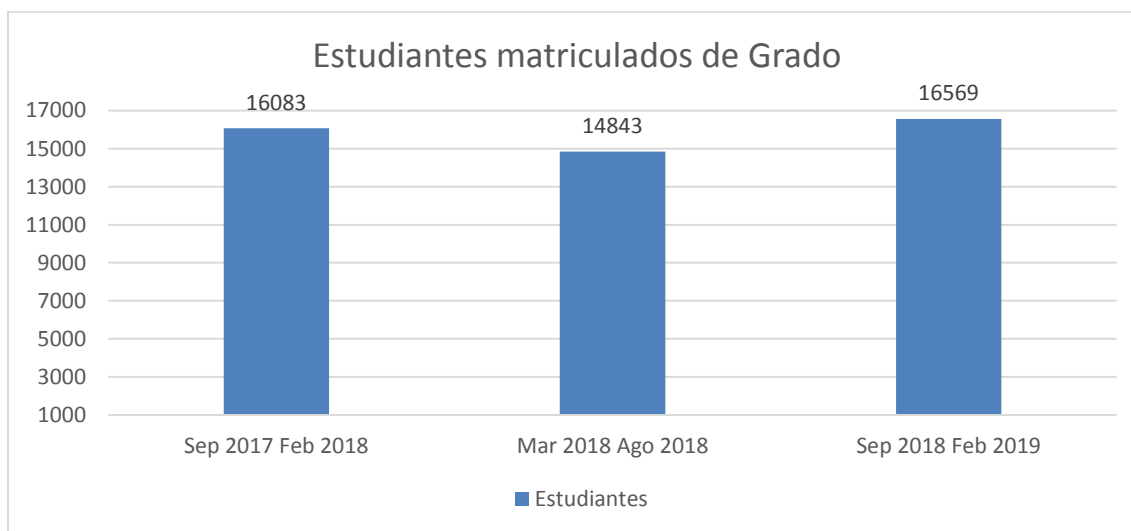


Ilustración 5. Desarrollo del número de estudiantes matriculados en la Universidad de Cuenca. Adaptado del informe de gestión 2018 (Universidad de Cuenca, 2018b).

En la etapa de la investigación, la universidad contó con una cantidad absoluta de 16.569 estudiantes, lo que corresponde a un crecimiento de tres por ciento con referencia al mismo semestre del año anterior (Universidad de Cuenca, 2018b). De acuerdo a este desarrollo, la institución del estudio oferta un número determinado de cupos para nuevos ingresos cada ciclo.

Además, en su reporte para el año 2017, la Universidad de Cuenca (2017b) divide sus carreras en diferentes áreas de conocimiento. Mientras el sector de Ciencias Sociales, Administración y Servicios contiene el mayor número de estudiantes, el de Ciencias Agropecuarias y Biociencias abarca la población menor (Universidad de Cuenca, 2017b). A continuación, la tabla (2) exhibe con mayor detalle el orden mencionado.



Tabla 2

Estudiantes matriculados por área de conocimiento

Campo de Conocimiento	Periodo académico SEP18-FEB19	
	Número de estudiantes	
Ciencias Agropecuarias y Biociencias	2,001	
Ciencias Exactas, Ingeniería y Tecnología	2,791	
Humanidades, Ciencias de la Educación y Artes	3,242	
Ciencias de la Salud	3,642	
Ciencias Sociales, Administración y Servicios	4,893	
Total	16,569	

Nota: Adaptado del Boletín Estadístico 2017 (Universidad de Cuenca, 2017b).

Con respecto a la auto-identificación étnica, la población ecuatoriana es muy diversa, sin embargo, la etnia que predomina a nivel nacional es la mestiza (Universidad de Cuenca, 2017b). Como muestra la tabla (3), lo mismo se refleja en la comunidad de la Universidad de Cuenca.

Tabla 3

Auto-identificación étnica de los estudiantes

Auto-identificación étnica	Sep16	%	Mar17	%	Sep17	%
	Feb17		Ago17		Feb18	
Afrodescendiente	61	0,4	55	0,4	51	0,3
Blanco/a	227	1,4	204	1,4	207	1,3
Indígena	324	2,0	287	1,9	287	1,8
Mestizo/a	14.983	94,5	13.967	94,9	15.156	95,2
Montubio/a	26	0,2	14	0,1	30	0,2
Mulato/a	109	0,7	113	0,8	95	0,6
Negro/a	17	0,1	15	0,1	17	0,1
Otro/a	100	0,6	70	0,5	70	0,4
Total	15.847	100	14.725	100	15.913	100

Nota: Adaptado del Boletín estadístico 2017 (Universidad de Cuenca, 2017b).



La Universidad de Cuenca también acoge a estudiantes de intercambio de distintas partes del mundo cada semestre. Los países con mayor presencia en el contexto de intercambio estudiantil en el año 2018 fueron los Estados Unidos (33,9%) y Colombia (14,6%), mientras que el resto de los países se mantuvo bajo los ocho puntos porcentuales para ese año (Universidad de Cuenca, 2017b).

Tabla 4

País de origen de estudiantes de intercambio en los últimos tres periodos

Estudiantes Extranjeros	SEP16 FEB17	%	MAR17 AGO17	%	SEP17 FEB18	%
Estados Unidos	49	30,1	47	31,8	58	33,9
Colombia	27	16,6	26	17,6	25	14,6
Venezuela	7	4,3	7	4,7	13	7,6
Perú	9	5,5	11	7,4	12	7,0
España	6	3,7	5	3,4	12	7,0
Chile	9	5,5	9	6,1	9	5,3
Alemania	13	8,0	7	4,7	9	5,3
Otros	43	26,4	36	24,3	33	19,3
Total	163	100	148	100	171	100

Nota: Adaptado del Boletín estadístico 2017 (Universidad de Cuenca, 2017b).



En el año 2018, un total de 963.900 USD fueron otorgadas a 605 estudiantes con la finalidad de apoyar al financiamiento sus estudios (Universidad de Cuenca, 2018b).

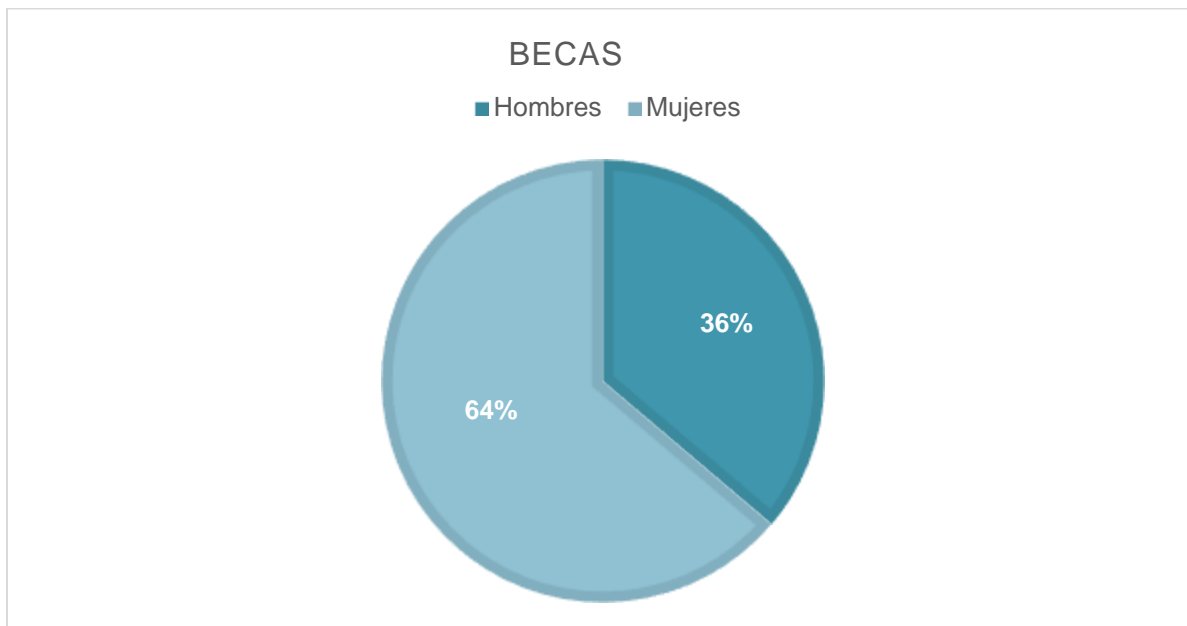


Ilustración 6. Número de becas por genero otorgadas por la Universidad de Cuenca. Adaptado del Informe de gestión 2018 (Universidad de Cuenca, 2018b).

En este mismo contexto, a un total de 738 estudiantes se les reconoció su alto rendimiento académico a través de la entrega de estímulos económicos (Universidad de Cuenca, 2018b).



1.3.3. Aproximación a las características de viaje del público objetivo

Debido a la falta de información que secunde la investigación en razón a las características de viaje de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca, se optó por la recolección de datos a través de entrevistas basadas en los criterios de la Universidad de Mar de Plata (Barbini, Mantero y Bertoni, 1999), cuyo estudio determinaba los aspectos que rodean a un turista y su travesía de viaje.

En las tres ilustraciones presentadas a continuación, se expone los elementos usados para caracterizar al público objetivo de estudio. Los mismos fueron desarrollados a raíz de la evaluación de 12 entrevistas realizadas con un estudiante representando cada facultad de la Universidad de Cuenca. La transcripción de las entrevistas se encuentra en el anexo (A).

Los criterios tomados en cuenta en la entrevista tienen la finalidad de establecer las características generales y más comunes entre los diferentes estudiantes, abarcando elementos tales como sus ingresos, motivaciones y detalles de sus experiencias que ayuden a comprender el perfil turístico de los mismos. En base del análisis de estos resultados, se realizará el procedimiento para desarrollar las preguntas de la encuesta aplicada a la muestra final y se determinará el perfil turístico de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca.

Primero, para la comprensión de los hábitos de excursión de los estudiantes de la Universidad de Cuenca, es necesario compilar información de sus viajes realizados. Aunque estos datos no representan a toda la comunidad estudiantil, estos brindan una base para explorar a este segmento determinado. Según la ilustración (7), la información de viaje se divide en tres diferentes aspectos relevantes: Medio de transporte, preferencia de hospedaje y tiempo de estadía.

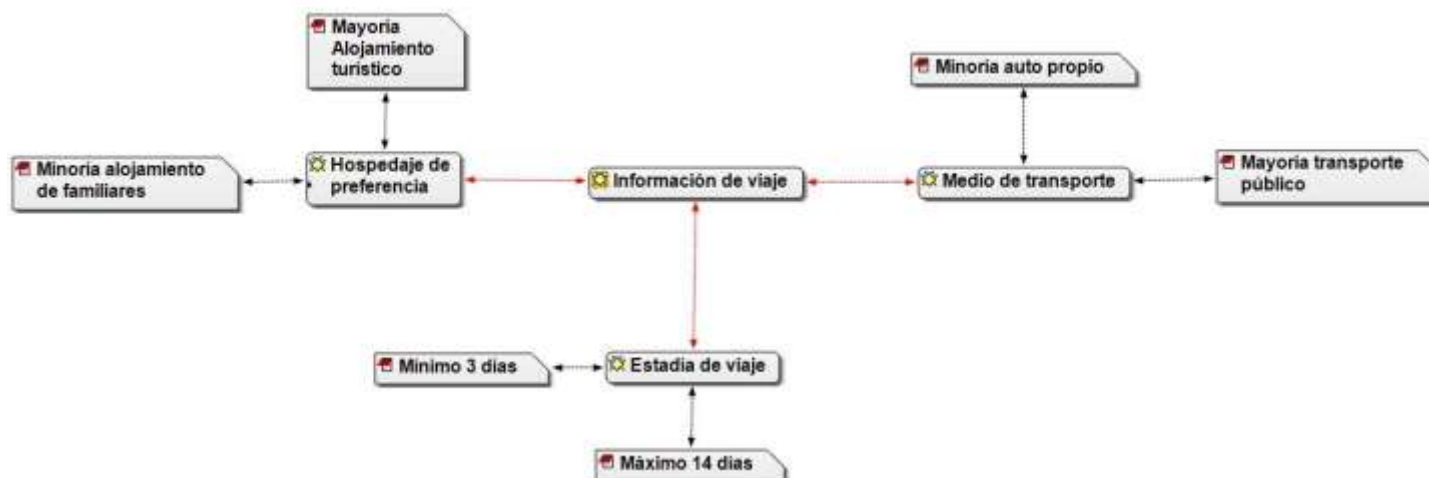


Ilustración 7. Información de viaje en relación a transporte y hospedaje.



Las entrevistas han demostrado que el principal medio de transporte es el de servicio público, según la mayoría de los estudiantes es debido a su valor económico y la falta de un vehículo propio. Por otra parte, los estudiantes que usualmente están acompañados de su familia durante el viaje, utilizan el auto familiar, lo que permite realizar paradas espontaneas en el transcurso de su viaje y viajar de una manera más cómoda. Además, el rango de estadía varió desde un solo día hasta 15 días de viaje, sin embargo, la mayoría de los 12 estudiantes viajó por tres, siete o 15 días. Adicionalmente, se denotó una interrelación entre el tiempo de estadía y el hospedaje de preferencia: Las personas que mantenían un alto número de días de vacaciones usualmente frecuentaban la casa de familiares en el lugar de destino, por el contrario, las personas con menos días de estadía hacían uso de alojamientos turísticos. Es interesante ver que la mitad de los estudiantes viajan acompañados de sus familiares directos. La mayoría de este mismo grupo no cuenta con permiso cuando desea realizar un viaje de manera independiente, lo que fue justificado por algunos entrevistados con la falta de confianza de los padres en sus hijos o en sus amistades con respecto tanto al consumo de drogas o alcohol como a la actividad sexual. De esta misma forma, una estudiante presentó la falta de los permisos para viajar debido al temor de los padres que les pueda pasar algo durante el desarrollo del viaje o que sea peligroso viajar sola como mujer en el país.

La siguiente ilustración (8) permite tener una breve introducción a las características socio-económicas de los estudiantes que participaron en la entrevista para satisfacer la necesidad de comprender las diferentes clases sociales existentes en la Universidad de Cuenca. Cabe recalcar nuevamente que estos datos no son representativos para todos los estudiantes de la institución, sino solo brindan información para el diseño de la encuesta a ser posteriormente aplicada en la investigación a todo el campo estudiantil.

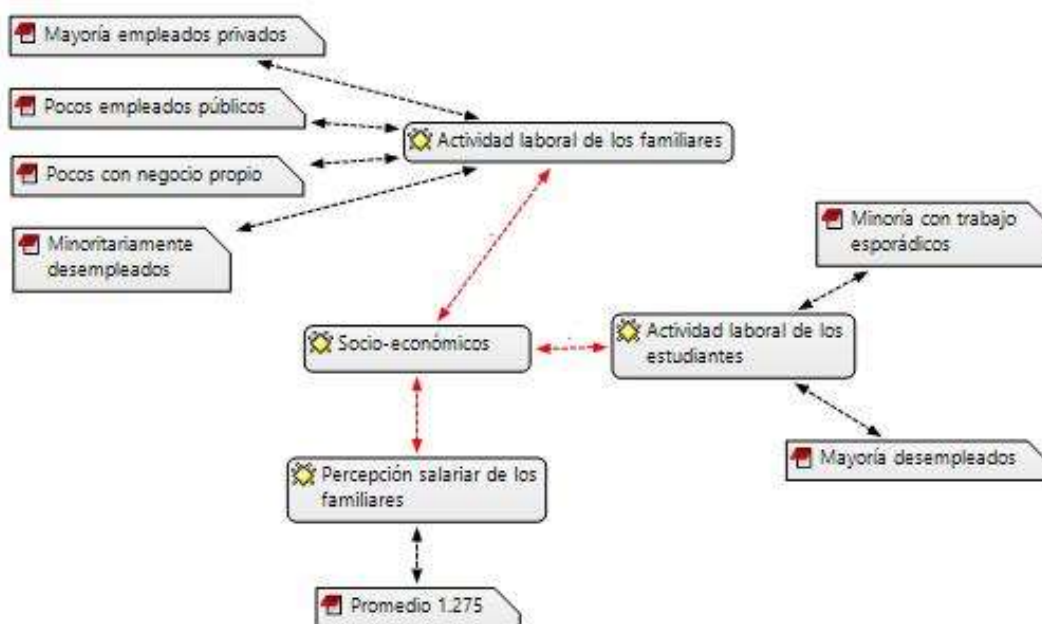


Ilustración 8. Factores socio-económicos con relación a la actividad laboral.



Para la determinación de la situación socio-económica de los estudiantes se considera los siguientes tres ejes principales: La actividad laboral propia, la actividad laboral de sus familiares y la percepción salarial de sus familiares.

Con respecto a las actividades laborales propias, 11 de los 12 estudiantes entrevistados no trabajan a la par de sus estudios, lo que es justificado con la falta de permiso por parte de los padres o, sobre todo, con la carencia de disponibilidad de tiempo. Este argumento puede ser una limitante al momento de ofrecer productos destinados a estudiantes universitarios, sin embargo, existen numerosos periodos de vacaciones durante los cuales los ofertantes pueden dedicarse a este segmento en específico. En cambio, la actividad laboral de los familiares es bastante variada, lo que refuerza la percepción de que en la Universidad de Cuenca se encuentran hijos de diferentes clases sociales. Este resultado también evidencia en los ingresos de los representantes de los entrevistados: Mientras el salario promedio está en 1.275 USD mensuales, el ingreso mínimo mencionado fue de 250 USD mensuales y el máximo de 3.500 USD mensuales.

Al final, se analizará las motivaciones del viaje en el contexto de la selección del destino de preferencia y de los motivos que llevaron a realizar a este viaje.

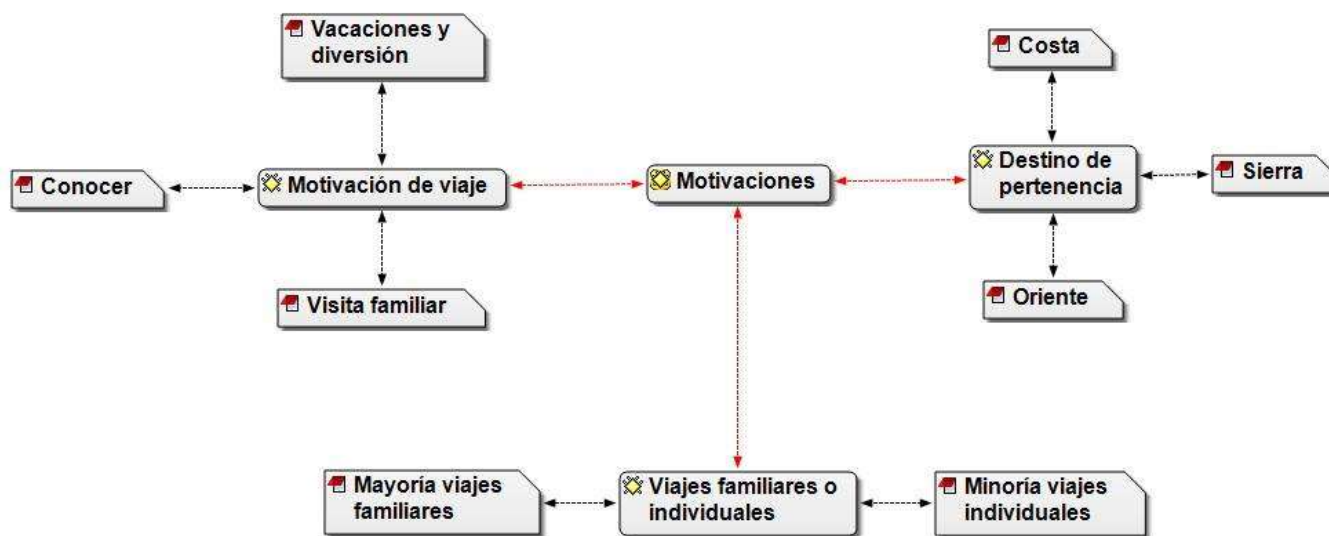


Ilustración 9. Motivaciones del viaje con relación al destino.

Como principal motivo para realizar el viaje destacó el deseo de visitar un lugar diferente al lugar de origen en combinación a conocer nuevas culturas, nueva gente o una nueva gastronomía. Esta demanda de contemplar nuevos destinos es explicada por algunos autores como una necesidad humana al momento de sentirse auto-realizado (OMT y WYSE, 2016). En cuanto al destino de preferencia, una cantidad significativa de los estudiantes se inclinan por visitar la costa ecuatoriana, sobre todo, por el clima tropical de esta región del país.



CAPÍTULO 2

2.1. Metodología aplicada para la determinación del perfil turístico de los estudiantes

Los factores que determinan al turismo joven engloban aspectos generales tanto de las actividades turísticas como de la juventud, así como la comprensión de conceptos específicos en relación a la comunidad estudiantil universitaria. Este nexo fundamenta la realización de la investigación con la muestra de estudiantes de las diferentes facultades de la Universidad de Cuenca. Con la ayuda del departamento de bienestar estudiantil y el centro de admisión y becas de la Universidad de Cuenca se dispuso el número de estudiantes que cursan sus respectivas carreras.

A partir de estos datos, se desarrolló la metodología de estudio que consiste en el diseño y la realización de una encuesta que abarca diferentes aspectos socio-económicos, demográficos y motivacionales para sacar conclusiones del perfil turístico de la comunidad estudiantil universitaria. Por lo tanto, se considera diferentes variables de cada aspecto que atienden las necesidades de la investigación. El propósito de la presente tesis es evaluar los datos recolectados en la encuesta con la finalidad de crear una base de investigación que contribuya a la comprensión del turismo joven en la ciudad de Cuenca. Para alcanzar este objetivo, la estructura de la encuesta está basada en las directrices de Barbini, Mantero y Bertoni (1999) de la Universidad de Mar de Plata con referencia a las características de un perfil turístico, sin embargo, está adaptada a las particularidades del turismo joven.



2.2. Tamaño de la muestra del estudio

Para el siguiente estudio se utilizó un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo y de corte transversal. La población total del estudio consta de estudiantes matriculados en las diferentes 12 facultades de la Universidad de Cuenca durante el periodo de septiembre 2018 hasta febrero 2019. Puesto que esta es muy heterogénea, se ha optado por un muestreo estratificado para obtener información más precisa.

En cuanto a la fórmula para la calculación del tamaño de muestra a ser investigado, se trabajó con un coeficiente de 1.96 para obtener un 95,0% de confiabilidad. Tomando en cuenta que el número total de estudiantes de la Universidad de Cuenca se totaliza en 16.569 estudiantes, el error de precisión permitido es un 4,0%. Además, la probabilidad de éxito y la de fracaso es de 50,0% en los dos casos. La aplicación de la muestra será probabilístico aleatorio simple. A continuación, se exhibe la fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 16.569}{0.04^2(16.569 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 579,30 \approx 579$$

La información de los estudiantes fue recopilada a través de un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y abiertas, mismo que fue aplicado a proporción de 48 encuestas por cada facultad durante el mes de octubre del año 2018. Esta proporción es el resultado de la división del total de 579 encuestas necesarias para las 12 facultades de la Universidad de Cuenca. De este total se suprimió tres encuestas porque fueron entregadas con insuficiente información. Para reforzar la investigación, se realizó un cruce de variables con el programa “Statistical Package for the Social Sciences” (SPSS) en la versión 24.



2.3. Matriz de cuestiones aplicada en la investigación

Primero, la encuesta diferencia entre estudiantes que han realizado un viaje durante los últimos doce meses y las que por diferentes motivos no pudieron viajar en este periodo. A este último grupo se le pidió que eligiera el motivo específico que les impedía hacer un viaje de la siguiente lista: Disponibilidad de tiempo, apoyo familiar, situación económica, salud, educación u otros. Al analizar el perfil turístico de las personas que responden afirmativamente a la primera pregunta, se aplica el matriz de cuestiones descrita a continuación.

La matriz de cuestiones aplicada está dividida en las siguientes secciones: Criterios socio-económicos, las motivaciones del viaje, la información del viaje y los gastos de los jóvenes en los servicios turísticos. La ilustración (10) muestra en detalle las secciones superiores y sus respectivas variables.

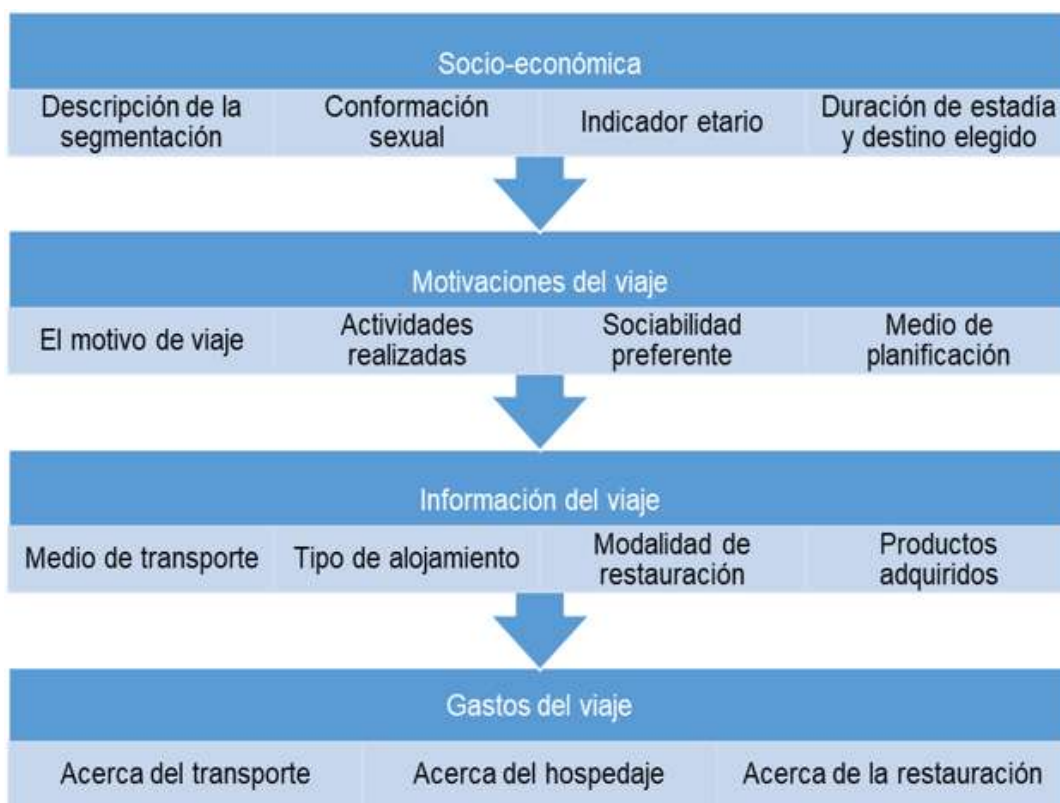


Ilustración 10. Esquema de secciones y variables para el desarrollo del cuestionario. Adaptada de encuesta a turistas (Barbini, Mantero y Bertoni, 1999).



2.3.1. Cuestiones socio-económicas de los participantes

A. Descripción de la segmentación.

El cálculo del tamaño de la muestra del estudio considera el número total de 16.569 estudiantes matriculadas en la Universidad de Cuenca en el periodo de septiembre 2018 hasta febrero 2019, con la finalidad de asignar un número similar de encuestas a las doce diferentes facultades.

B. Conformación sexual.

Esta cuestión abierta ayuda a determinar el género de los estudiantes que predomina en la Universidad de Cuenca y su vínculo con las diferentes actividades turísticas.

C. Indicador etario.

La investigación pretende analizar el rango de edad de los estudiantes y determina las actividades turísticas que se relacionan con una edad determinada.

D. Duración de la estadía y destino de sus vacaciones.

Conjuntamente con las cuestiones anteriores, esta variable determina de manera abierta el tiempo promedio de estadía, la región del destino elegido y la interrelación entre las mismas.

2.3.2. Cuestiones motivacionales del viaje

E. El motivo de viaje.

Esta parte de la encuesta se enfoca en las motivaciones personales de los turistas para entender por qué motivo realizan o emprenden un viaje. A partir de la motivación, se desarrolla la actividad turística que está clasificada en las subcategorías: Recreo y ocio, visita familiar, educación, negocios, religión o peregrinación, compras, tránsito, salud, congresos u otros.

F. Principales actividades realizadas durante el viaje.

Para indicar y precisar los flujos turísticos dentro de una región, se establece indicadores que grafican las preferencias de los estudiantes en base a la realidad de los destinos nacionales y sus actividades ofertadas. Debido a ello, las actividades consideradas en la encuesta son: Visita a museos, visita a parques naturales, visita a playas, visita a iglesias, visita a centros de diversión, visita a familiares u otros.



G. Sociabilidad preferente.

Esta cuestión considera la influencia que tiene la compañía en los estudiantes durante el viaje. Los participantes pueden ser acompañados de amigos, familiares, así como de su pareja, participar en grupos escolares, grupos de turistas o viajar de manera independiente.

H. Medio de planificación.

Mediante esta cuestión se evalúa las preferencias de los jóvenes estudiantes al momento tanto de conocer el destino como de planificar y gestionar un viaje antes y durante el recorrido, ya sea mediante el internet, medios de comunicación, recomendaciones de parte de amigos, familiares, una guía o revista turística, una agencia de viaje u otros.

2.3.3. Cuestiones acerca de los gastos en servicios turísticos

I. Financiamiento de viaje.

Luego de las preguntas motivacionales, cabe analizar como los jóvenes financian sus vacaciones, por lo cual se solicita que distribuyan el 100% del costo en las diferentes formas de financiamiento: Ahorros, ingresos propios, ayuda familiar, préstamos, ayuda de terceros, beca de estudios u otros.

J. Percepción de expensas durante el viaje.

Esta cuestión tiene como objetivo averiguar qué valor estimado los jóvenes gastan en los diferentes servicios (turísticos) por día durante su viaje. Entre los costos que influyen en el gasto diario se encuentran: Transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, actividades turísticas, diversión y entretenimiento, recuerdos o suvenires, medicamentos o salud u otros.

2.3.4. Cuestiones en relación a la selección de proveedores de servicios turísticos

K. Preferencia del medio de transporte.

La movilidad es parte crucial del proceso de viaje, por cuyo motivo la encuesta se enfoca también en la selección del medio de transporte para llegar al y moverse dentro del destino. Las participantes eligen el medio de transporte utilizado entre las opciones predeterminadas: Auto propio o familiar, auto rentado, bus turístico, caminar, bus público, motocicleta, avión, taxi u otros.



L. Tipo de alojamiento.

De igual forma a la cuestión anterior, de la recolección de datos sobre la forma de acomodación de los jóvenes como parte esencial del viaje se deduce las preferencias de hospedaje, sobre todo en combinación a las diferentes variables ya mencionadas. Las formas de alojamiento incluyen los siguientes establecimientos: Hotel, hostel, hostería, lodge, refugio o campamento, casa de familiares o propia, casa de huéspedes o en renta u otros.

M. Modalidad de restauración.

Esta cuestión indaga el tipo de establecimiento gastronómico que los turistas jóvenes prefieren frecuentar durante sus vacaciones. Se hace una distinción entre los siguientes tipos de proveedores del servicio de alimentación: Restaurante, cafetería, comida rápida, casa de familiares, servicio de hotel, bares y tabernas, servicios irregulares u otros.

N. Productos adquiridos.

Como última parte de este sector, se considera los productos adquiridos por los estudiantes durante sus viajes. Entre los productos para la adquisición están: Artesanías, conservas o dulces, prendas de vestir, suvenires, recuerdos fotográficos u otros.

El cuestionario aplicado a la muestra de estudiantes se encuentra de forma completa en el anexo (C) y facilita la creación del perfil turístico de los jóvenes mediante el total de 14 interrogantes que abarcan las secciones descritas por la matriz indicada.



2.4. Factores generales de la comunidad de estudio en el contexto demográfico y socio-económico

A continuación, se analiza el total de la muestra del estudio en relación a sus características demográficas y socio-económicas.

Del total de 576 estudiantes entrevistados, 57,8% son de sexo femenino y 42,2% de sexo masculino. El rango de edad de las personas que participaron en la encuesta varía entre 16 y 30 años, como se puede apreciar en la ilustración (11).

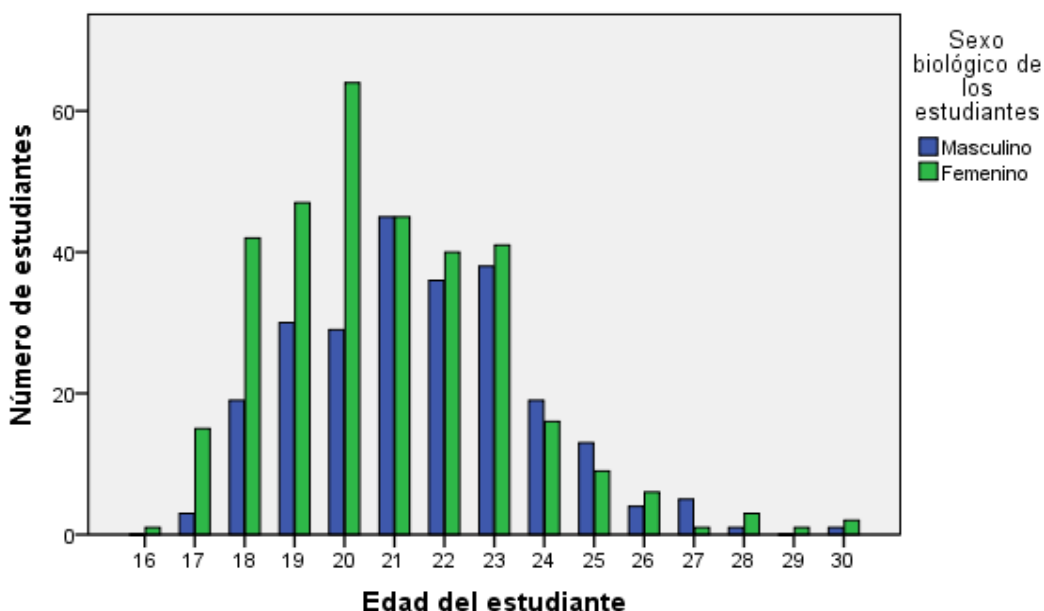


Ilustración 11. Edad de los estudiantes según su género.

La edad promedio de los estudiantes que cursan estudios superiores es de 21,1 años. Al cruzar la edad con el género, la edad más representativa del género femenino es de 20 años, mientras la del género masculino es de 21 años.



Posterior a la determinación del sexo y de la edad de los estudiantes, se enfoca en el comportamiento de viaje de los encuestados durante los últimos 12 meses, como demuestra la ilustración (12). Por un lado, un total de 127 personas manifiesta que no ha realizado ningún viaje en el último año, lo que corresponde a un 22,0% de la población total.

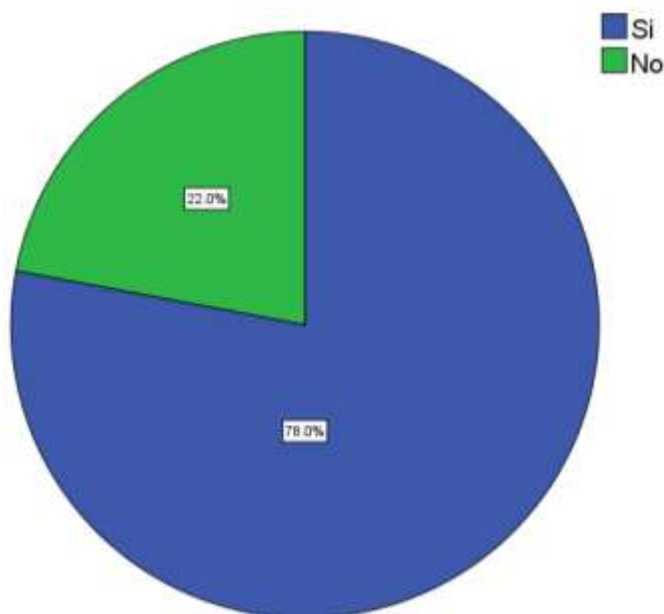


Ilustración 12. Respuesta de los estudiantes a la cuestión sobre la realización de un viaje en los últimos 12 meses.

Por su parte, la ilustración (13) señala que para casi la mitad de estudiantes (46,5%) el principal motivo para no poder realizar un viaje fue la disponibilidad de tiempo. Además, el 38,6% justifica que la situación económica no les facilitó viajar. Las razones por el cual el restante 14,9% no viajó son: Apoyo familiar, salud, educación u otros. Al formar una conexión de estos resultados con las entrevistas realizadas anteriormente, la intensidad del tiempo de los estudios no solo limita la oportunidad de trabajar durante sus estudios, sino también la posibilidad de viajar. Este factor conlleva a que la situación económica sea el segundo motivo principal que evita salir a viajar.

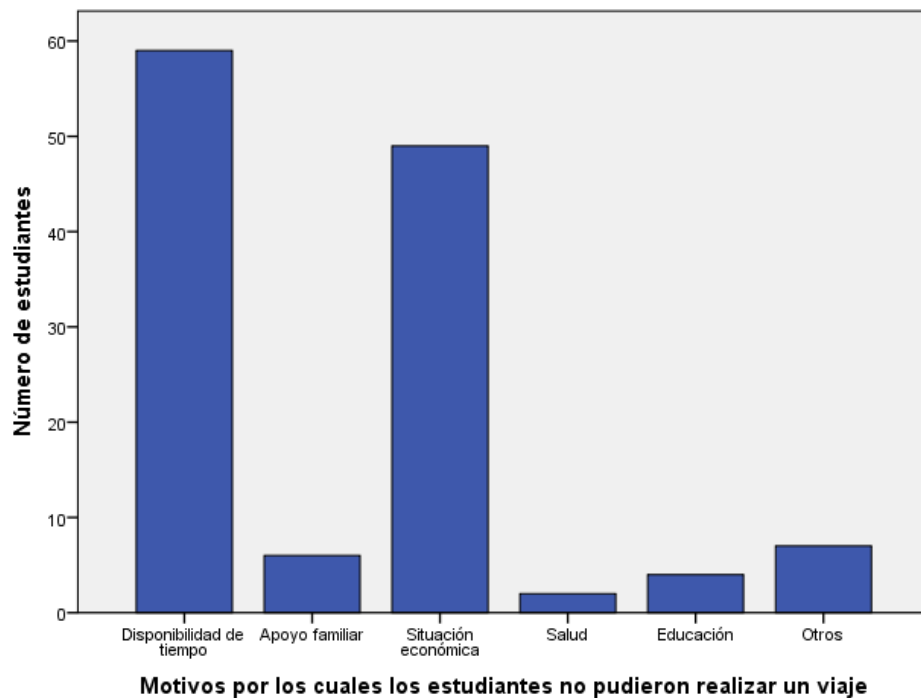


Ilustración 13. Motivos que imposibilitan a un estudiante realizar un viaje.

Por otro lado, las persona que si realizaron un viaje en este lapso de tiempo consta de 78,0% de los encuestados, por lo cual se ha tomado en cuenta el total de los 449 encuestados para continuar con el análisis de este segmento.



CAPÍTULO 3

Este capítulo tiene como objetivo caracterizar el perfil turístico de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca. Primero, en el capítulo 3.1., se analiza las variables demográficas y socio-económicas con referencia a los participantes que han realizado un viaje en los últimos 12 meses (449 estudiantes). Segundo, en el capítulo 3.2., a razón de los resultados obtenidos, se examina el comportamiento de viaje de la comunidad universitaria con un enfoque en la estancia de tres días en un destino por ser la más representativa.

3.1. Evaluación de las variables demográficas y socio-económicas

Según la ilustración (14), el conjunto principal de los estudiantes que han realizado un viaje en el periodo ya mencionado se concentra entre las edades de 18 y 25 años (92,5%), que refleja el rango de edades promedio de los estudiantes que cursan su carrera universitaria.

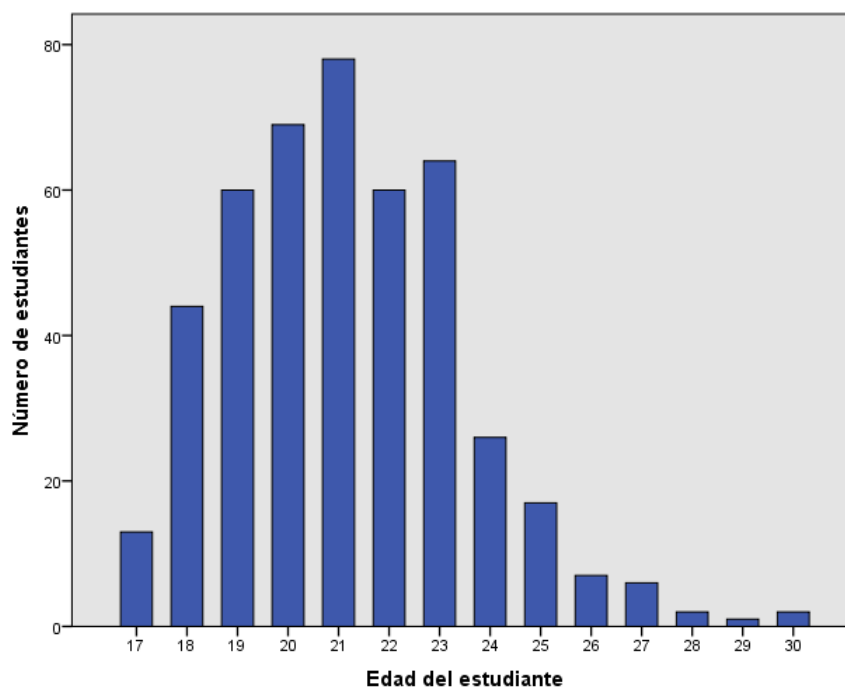


Ilustración 14. Edad de la comunidad estudiantil que si viaja.



Además, conforme la ilustración (15), las estudiantes femeninas que se encuentran viajando forman una mayoría con un 58,4%, mientras que los estudiantes masculinos conforman un 41,6%.

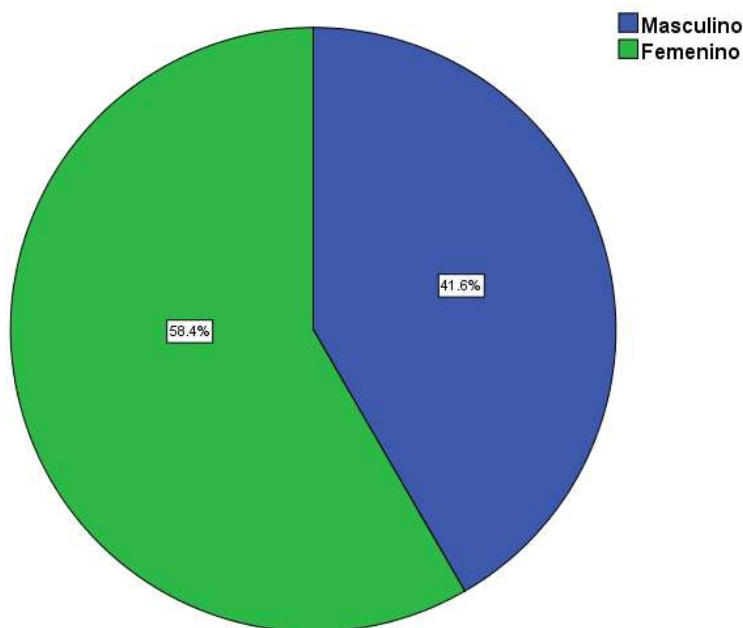


Ilustración 15. Género de la comunidad estudiantil que si viaja

Al analizar la duración de viaje de los estudiantes, se percibe que casi un 80,0% de los viajes no superaron el lapso de siete días (76,8%). De estos, un 24,3% se concentra específicamente en tres días de viaje, por lo que se supone que este segmento aprovecha los feriados o un fin de semana para realizar el mismo. Por su importancia y basándose en el modo y el median de las estadísticas mostradas en la tabla (5), la investigación procederá a concentrarse en este grupo determinado de participantes viajando por tres días.



Tabla 5

Estadísticas de la duración del último viaje realizado por los estudiantes

Variable	Resultado
Promedio	8.65
Std. Error de Promedio	.787
Median	3.95 ^a
Modo	3
Std. Desviación	16.577
Diferencia	274.806
Sesgo	6.609
Std. Error de sesgo	.116
Kurtosis	57.089
Std. Error of Kurtosis	.231
Mínimo	1
Máximo	180
Percentiles	
25	2.65 ^b
50	3.95
75	7.27

Nota: (a, b) fueron calculados de los datos del grupo.

Cabe mencionar que en los resultados también se observa estadías de viaje más largas en donde destacan sobre todo los periodos de 15 días (4,2%) y 30 días (2,4%). Además, el análisis de la investigación presenta resultados aislados de duraciones como 90, 120 y hasta 180 días. Al cruzar estos resultados especiales con la motivación de viaje de los estudiantes, revela que estos realizaron este viaje largo mayoritariamente con la finalidad de visitar familiares en el extranjero y por razones de educación.



3.2. Evaluación de los atributos del perfil turístico de la comunidad estudiantil en relación a la estancia de tres días

A continuación, se realiza los cruces de las diferentes variables con referencia a los tres días de viaje.

Primero, en cuanto a la región selecta para el último viaje, se observa en la ilustración (16) que un 47,2% de los estudiantes que viaja por un periodo de tres días, visita la Costa del país, mientras que un 32,4% de los mismos escoge la Sierra como su destino de viaje. En cuanto en porcentajes menores, se percibe que los participantes realizaron viajes al extranjero (11,1%) o al Oriente ecuatoriano (9,3%). Además, para la región de Galápagos no se registra viajes de los estudiantes para este periodo, debido a que la duración de tres días se percibe como muy corta para este destino de viaje.

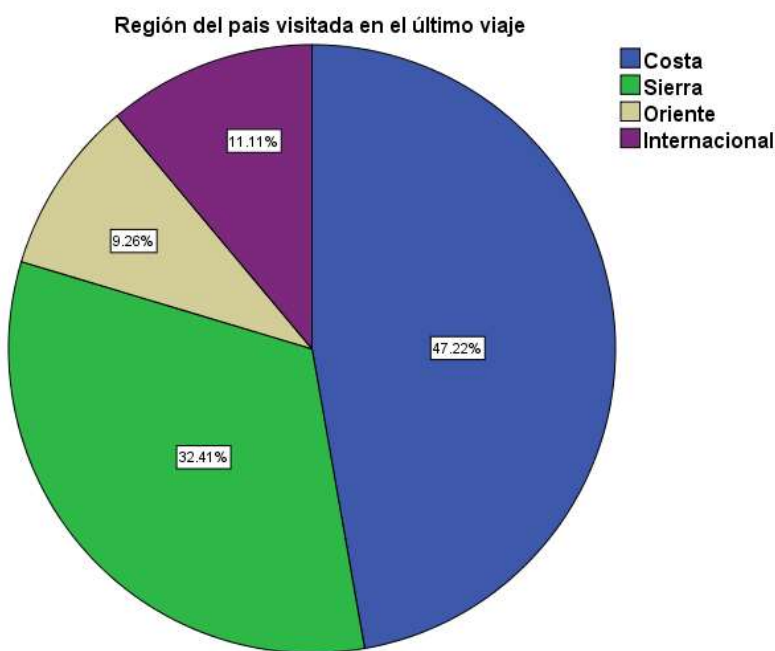


Ilustración 16. Región del país visitada en el último viaje



De acuerdo a la ilustración (17), la motivación principal de viaje de este grupo estudiantil fue la de recreo y ocio (84,4%). Aparte de este resultado, un 9,2% también indica que su viaje fue motivado con la finalidad de visitar a familiares. Las opciones como educación, Religión o peregrinación, Compras u otros no superan un 5%.

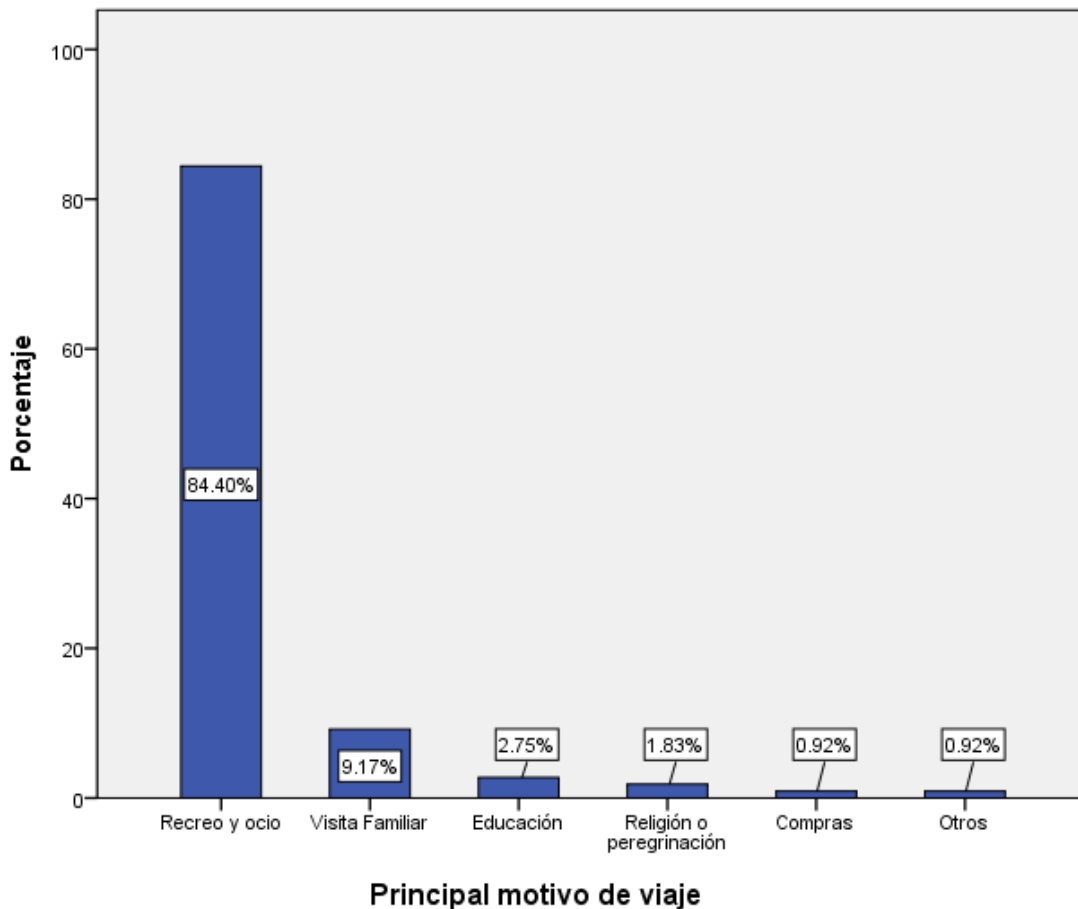


Ilustración 17. Motivación del último viaje de los estudiantes.



Para el análisis de las motivaciones psicológicas se tomó como referencia la estructura del modelo de Snepenger (Šimková y Holzner, 2014), según cual las respuestas de los estudiantes están marcadas de acuerdo a su importancia, siendo (1) igual a nada de importancia hasta (5) igual a muy alta importancia. De las opciones presentadas en la tabla (6), predomina con un promedio de 4.06 el cambio de la rutina que forma parte de un escape del entorno personal. De esta misma forma sobresale la importancia no solo de experimentar algo nuevo (4.03), sino también de compartir estas experiencias con otros (3.89) con el objetivo de buscar una gratificación personal. Este fenómeno se refleja en el continuo desarrollo de la influencia de las redes sociales en el turismo en general – y aún más en el turismo joven. Por otra parte, también se aprecia la importancia que toma el estar en cercanía de familiares y amigos con un promedio de 3.97.

Tabla 6

Factores psicológicos de los estudiantes

Factor	Promedio
Cambiar la rutina	4.06
Experimentar nuevas cosas	4.03
Estar en cercanía con familiares/amigos	3.97
Cambiar el entorno	3.90
Contar nuevas experiencias	3.89
Alejarse del estrés social	3.64
Conocer nuevas personas	3.46
Auto realización	3.29
Estar con personas de intereses similares	3.22
Alejarse de la interacción con otros	2.07
Superar un mal acontecimiento	1.68
Evitar malas personas	1.47

Nota: Adaptado de Motivation of Tourism Participants (Šimková y Holzner 2014).



Posteriormente, el análisis demostrado en la tabla (7) evalúa en porcentajes promedios la forma de financiamiento de los viajes realizados por parte de los estudiantes. La principal fuente de financiamiento para poder realizar un viaje proviene de la ayuda familiar (43,4%). En promedio, un 33,7% de los recursos para el viaje los estudiantes extraen de sus propios ahorros. Además, un porcentaje significativo de 15,2% lo financian a través de ingresos generados por su persona.

Tabla 7

Porcentaje de financiamiento para los viajes de los estudiantes

	%
Ayuda familiar	43.4
Ahorros	33.7
Ingresos propios	15.2
Ayuda de terceros	2.4
Becas de estudios	1.6
Préstamo	1.2
Otro tipo de financiamiento	0.0

Al cruzar estos resultados con el sexo biológico de los estudiantes en la tabla (8), se deduce que los estudiantes masculinos financian su viaje de una forma más independiente que las mujeres que según los números reciben más ayuda familiar. En comparación, menos de un 25,0% de los gastos de los viajeros jóvenes internacionales están siendo financiados por sus familiares (UNWTO, 2016), lo que muestra una menor dependencia financiera de los mismos en contraste a la juventud cuencana.

Tabla 8

Tipo de financiamiento del viaje según género

		Ayuda familiar Promedio	Ingresos propios Promedio	Ahorros Promedio
Sexo	Masculino	35	17	39
	Femenino	49	14	30



Continuando con el estudio de las principales actividades realizadas en las diferentes regiones del país, se aprecia en la ilustración (18) que los estudiantes que frecuentaron la costa, mayormente prefieren visitar los parques naturales y las playas. Por otra parte, los visitantes de la sierra pasan la mayoría de su tiempo visitando museos o, similar a la costa, asisten a parques naturales. Al ser los parques naturales unos de los principales atractivos en el oriente, los estudiantes con este destino lo señalan como la actividad más importante. Los participantes que cruzaron fronteras internacionales durante su viaje indican que lo realizaron primordialmente con el fin de visitar las playas. Debido a la duración de viaje de tres días, a la cercanía y a la existencia de una conexión directa en autobús, se concluye que este grupo de estudiantes elige las playas del norte del Perú como su destino.

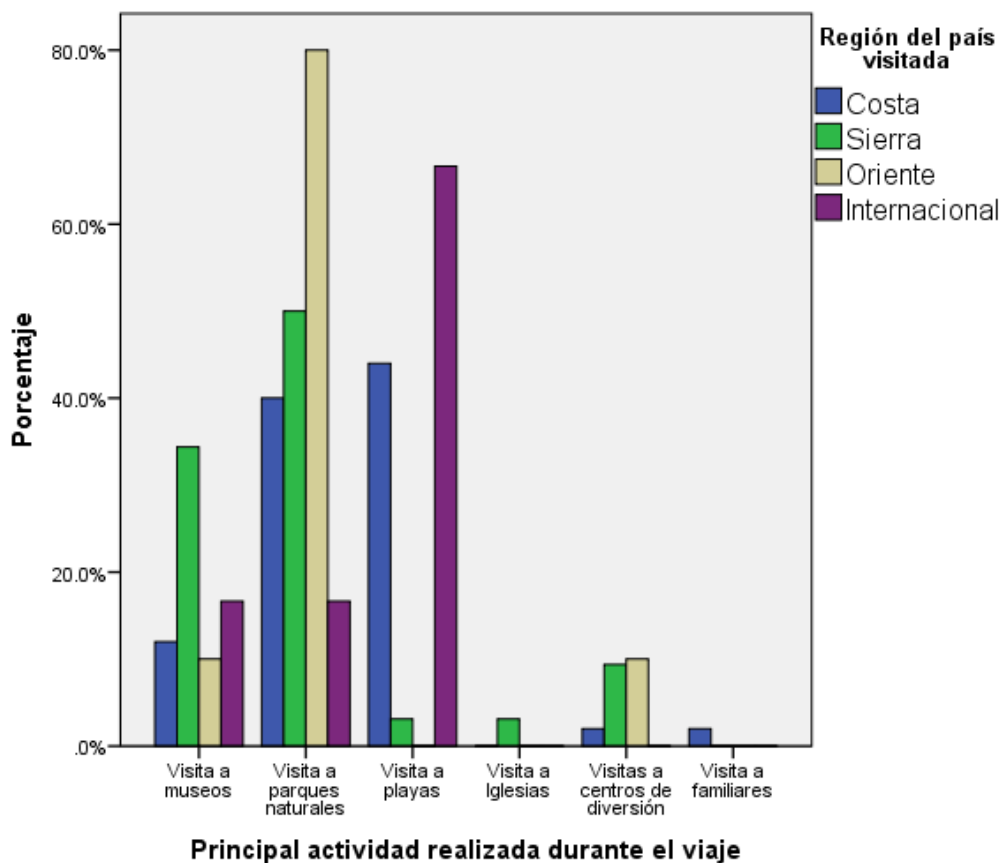


Ilustración 18. Principal actividad realizada durante el último viaje de los estudiantes.



Con relación a las personas que acompañaron a los estudiantes durante su recorrido, según la ilustración (19) despunta que la mayoría de 67,9% de alumnos universitarios viajó junto a sus familiares, lo que demuestra un vínculo familiar muy fuerte. En cuanto a los que realizaron viajes independientemente de su familia, un 22,0% fue acompañado de amigos, un 4,6% de su pareja y un 1,8% viaja solo. Estos resultados muestran en una forma muy marcada que las características de viaje de un estudiante joven de Cuenca son muy diferentes a los indicadores internacionales investigados por la OMT (2016) indicadas en el primer capítulo.

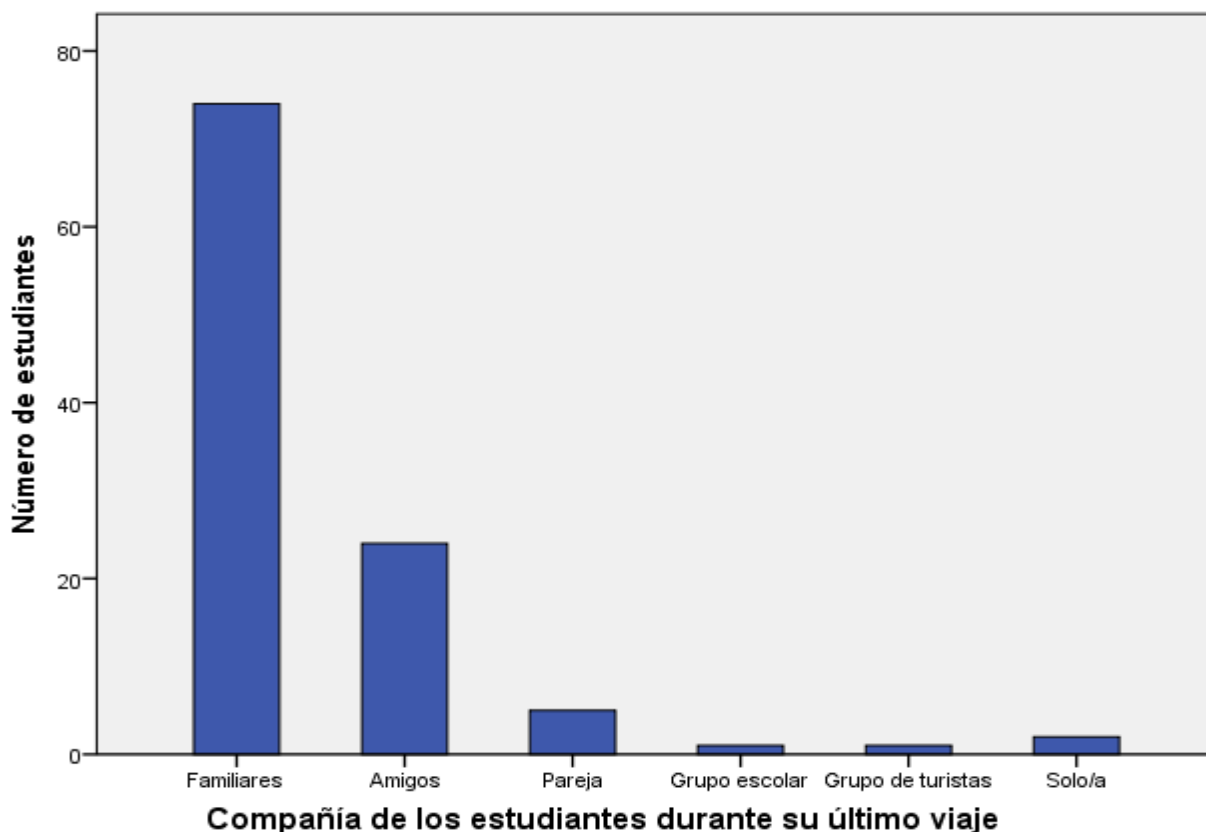


Ilustración 19. Compañía de los estudiantes durante su viaje.



Este vínculo familiar mencionado se puede encontrar nuevamente en el análisis de la forma de planificación de los estudiantes señalada en la ilustración (20), dado que un total de 39,3% de los viajes fue planificado de forma familiar. Además, con un 31,8%, la recomendación por parte de amistades tiene importancia eminente para los implicados en la fase de planificación de sus viajes.

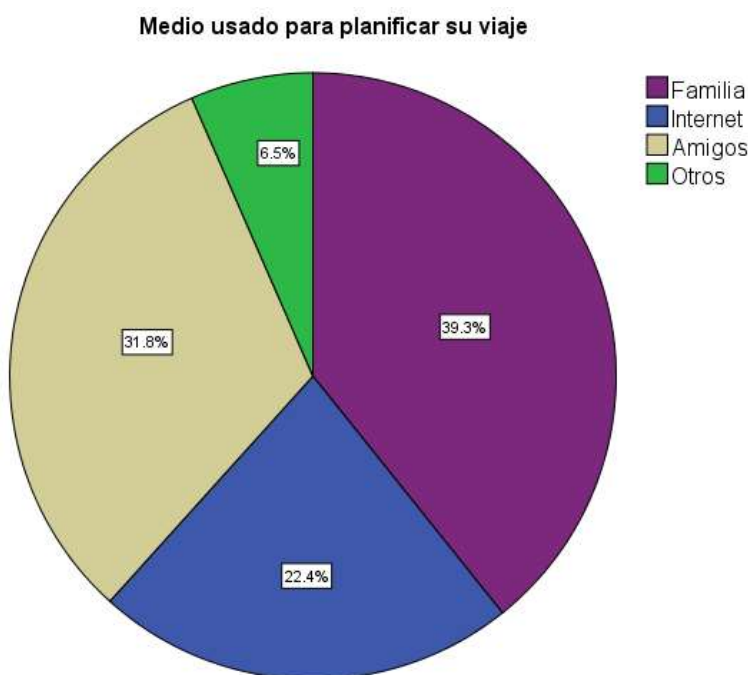


Ilustración 20. Medio usado para planificar el viaje.

En resumen, la comunicación de boca en boca se caracteriza por ser la mejor publicidad, ya sea en generaciones familiares o en amistades cercanas. Con un 22,4%, el internet también es una fuente de información muy relevante para los turistas jóvenes en el momento de inspirarse y planificar sus vacaciones. Al contrario, es sorprendente que entre los estudiantes que viajan por tres días solamente exista un 1,8% que todavía consulta una agencia de viajes para estas actividades. Tampoco ni medios de comunicación (1,8%) ni la planificación por parte de una guía o revista turística (2,8%) mantienen una función relevante.



En el siguiente párrafo y la tabla (9), se enfoca en la cuestión de los gastos personales por día durante las diferentes etapas del “customer journey”. Durante estos tres días de viaje, los estudiantes tendieron a gastar un promedio de 32 USD en alimentación, superando al alojamiento en cuatro USD (\$28), dado que a una mayoría de estudiantes se les facilitó el alojamiento en la casa de familiares y amigos. En cuanto al transporte, los estudiantes gastaron un promedio de 19 USD para llegar y retornar de su destino elegido. Luego de cubrir los elementos básicos de la cadena de valor, se percibe que los elementos secundarios de la misma también tienen una relevancia en cuanto al consumo diario.

Los gastos fuertes tanto en diversión y entretenimiento (\$16) como en otras actividades turísticas (\$16) suman una cantidad similar a la de alimentación. Adicionalmente, los estudiantes compran suvenires o recuerdos con un valor promedio de siete USD.

Tabla 9

Gasto diario promedio en los servicios turísticos

	Mínimo	Máximo	Promedio
Gasto en alimentación	0	500	32.21
Gasto en alojamiento	0	250	27.94
Gasto en transporte	0	120	19.43
Gasto en actividades	0	115	15.73
Gasto en diversión y entretenimiento	0	80	15.69
Gasto recuerdos o suvenires	0	100	7.17
Otro tipo de gasto	0	180	2.20
Gasto medicamentos o salud	0	20	1.34
Validas			

A continuación, se entrará en detalle acerca del medio de transporte usado, así como los establecimientos de hospedaje electos en relación a la variable de compañía durante su viaje.

Primero, la mayoría de estudiantes que viajó con sus familiares evidentemente usó el auto familiar para su recorrido (74,3%). Además, sus establecimientos de hospedaje principales fueron hoteles (40,5%) o – si existió la oportunidad – casas de familiares (35,1%). Los alojamientos más económicos como hostales (14,9%) o casas de huéspedes (6,8%) tomaron una importancia menor, pero presente. Acampar con familiares no es común en el transcurso de tres días (0%).



Por otro lado, al viajar con amigos, los jóvenes tendieron a viajar mediante bus público (26,1%) o en auto propio (21,7%) y aún más en un bus turístico (43,5%). Este grupo destinatario pernoctó mayoritariamente en hoteles (58,3%) y en una cuarta parte en hostales (25,0%). Es curioso que solo un porcentaje mínimo de estudiantes viajando con amistades eligió casas de huéspedes o rentadas de páginas como AirBnB o HomeToGo (0,04%) o campamentos (0,08%) como su establecimiento de hospedaje a pesar que pueden ser opciones económicas al momento de hacer un viaje y que además están ligadas a la tecnología especialmente en los teléfonos inteligentes (Espinoza-Figueroa & Freire-Chaglla, 2017).

En comparación al turismo joven internacional, este fenómeno contrasta con la situación económica como motivo principal por lo cual muchos estudiantes no realizaron un viaje.

Aplicando estos resultados a las distintas regiones, llama la atención que los jóvenes atravesando fronteras hicieron uso del auto familiar, reforzando la teoría ya indicada que el destino internacional principal es la costa norte de Perú.

Finalmente, en cuanto a la selección tanto de establecimientos de comida como del producto adquirido durante el viaje, ningún dato de información recolectada presenta importancia relevante, dado que la mayoría elige restaurantes y compra artesanías. Para este tipo de investigación podría ser necesario dividir las opciones establecidas, por ejemplo, en diferentes categorías o precios de restaurantes.



CONCLUSIONES

El turismo joven es un fenómeno de suma importancia a nivel mundial. Este segmento maneja muchas particularidades que lo diferencia del mercado turístico tradicional. Sobre todo, se caracteriza por visitar lugares no muy frecuentados, vivir culturas y gastronomías diferentes, así como acercarse a las comunidades locales de cada destino. Sin embargo, los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a la muestra de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca señalan un comportamiento de viaje totalmente diferente a la tendencia a nivel mundial.

En cambio, el perfil turístico de los estudiantes de la Universidad de Cuenca muestra una gran similitud al del turista nacional. Pese a que un alto número de los jóvenes universitarios realizó un viaje durante el periodo de investigación, estos principalmente fueron en compañía de sus familiares, lo que demuestra una dependencia familiar muy fuerte y que normalmente impide que los estudiantes se beneficien de las ventajas mencionadas sobre el turismo joven.

Este vínculo a sus relativos directos también se manifestó de manera igual en la parte económica, ya que una mayoría de los encuestados recibió ayuda familiar para financiar su último viaje. Por otra parte, los jóvenes que no pudieron viajar en este lapso de tiempo indicaron que la disponibilidad de tiempo y por la intensidad de sus estudios académicos en combinación con su situación económica no les facilitó emprender un viaje.

Esta información puede revelar una oportunidad para varias empresas turísticas tanto locales como nacionales, ya que es un segmento todavía no desarrollado y aún más subvalorado – debido a que no está considerado como un nicho rentable. Sin embargo, con una vista al futuro las partes involucradas en el mercado turístico del Ecuador deberían actuar y establecer ofertas adecuadas para fidelizar a los jóvenes universitarios, ya que serán profesionales en diversas ramas académicas con un mayor poder adquisitivo a corto plazo. De igual forma, cabe mencionar que la oferta turística a nivel nacional debería diversificarse de manera similar a la demanda actual y adaptarse a una transformación profunda de la forma de planificar y realizar un viaje por el avance del internet y las tecnologías de la información y comunicación.



Un avance del concepto del turismo joven al nivel nacional expondría la necesaria y constante tarea de investigar sobre las diferentes formas que los turistas adoptan al momento de viajar, permitiendo contemplar una relación óptima entre la oferta y la demanda. Sobre esta base, tanto las diferentes autoridades turísticas como el sector privado deberían fomentar la capacidad de viajar para los jóvenes y los estudiantes al trabajar en políticas que permitan el desarrollo del turismo joven.

El crear productos turísticos dirigidos específicamente a este público objetivo que se encuentra en la etapa de la juventud, en la cual la personalidad de los individuos empieza a ser formada, esto podría facilitar la evolución del turismo joven y – como consecuencia de sus beneficios mencionados – resultar en una comunidad ecuatoriana con menos prejuicios y con una mente más abierta.

El presente trabajo demanda de investigación posterior para esclarecer el panorama en cuanto al desarrollo del turismo joven en el Ecuador. Primero, debería ser aclarado si los estudiantes universitarios realizan viajes con sus familiares porque lo desean o porque es la única opción que tienen para poder participar en un viaje. Segundo, se debería averiguar si los jóvenes conocen de programas turísticos en el Ecuador e internacionalmente que faciliten el poder viajar económicamente, por ejemplo, participar en un voluntariado o una iniciativa de “trabajo y viaje”. Además, sería interesante saber si los universitarios conocen de las diferentes ofertas de alojamiento, tanto de hostales con su modalidad de habitaciones compartidas económicas como de las plataformas de la economía colaborativa como AirBnB, HomeToGo o Couchsurfing que facilitan viajar a un precio más económico. Al final, sería deseable contar con un estudio posterior que analice si los jóvenes ecuatorianos tienen permiso de sus familiares al momento de emprender un viaje de manera independiente, así como qué papel juega la confianza de los padres en sus hijos o en sus amistades.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araújo, G., & de Sevilha, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar.
- Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador. *Constitución del Ecuador*. , (2008).
- Bagnoli, A. (2009). On “an introspective journey”. Identities and travel in young people’s lives. *European Societies*, 11(3), 325–345. <https://doi.org/10.1080/14616690902764674>
- Barbini, B., Mantero, J., & Bertoni, M. (1999). *Encuesta a turistas*. (enero).
- Bermúdez-Tirado, S., Ramírez-Hoyos, M. A., & Jaramillo-Arias, A. (2017). Preferencias en el uso del tiempo libre de los estudiantes universitarios con enfoque en el sector turismo. *Revista CEA*, 2(4), 75–88. <https://doi.org/10.22430/24223182.173>
- Boullón, R. (2006). Espacio turístico y desarrollo sustentable. *Aportes y Transferencias*, 2, 17–24. <https://doi.org/10.1088/0264-9381/25/4/045017>
- Çakar, K., & Seyitoğlu, F. (2016). Youth Tourism: Understanding the Youth Travellers’ Motivations. *Proceedings of the Multidisciplinary Academic Conference*, 248–253.
- Carvache Franco, W., Torres Naranjo, M., & Carvache Franco, M. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita Montañita–Ecuador. *Cuadernos de Turismo*, (39), 113–129.
- Cevallos, C. (2006). Los jóvenes en el Ecuador. *Ecuador Debate*, 51–76.
- Chen, G., Bao, J., & Huang, S. (2013). Segmenting chinese backpackers by travel motivations. *International Journal of Tourism Research*, 367, 355–367. <https://doi.org/10.1002/jtr>
- Chuqui, N., Lafebre, L., & Songor, J. (2016). *Miedos relacionados con el proceso de embarazo y parto en adolescentes entre 12 y 19 años del subcentro de salud Ricaurte, Cuenca 2015*.
- Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional. (2018). *Publicación Agenda Nacional para la Igualdad Intergeneracional 2017-2021*.



- Demeter, T., & Bratucu, G. (2014). Typologies of Youth Tourism. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 7(1), 115–122.
- Escalona, R., & Batista, C. (2011). Perfil de los turistas nacionales del mercado interno en la agencia de viajes Cubanacán Holguín. *Turydes*, 4, 25.
- Espinoza-Figueroa, F., & Freire-Chaglla, S. (2017). Características y evolución de la oferta de alojamiento de Airbnb en una ciudad patrimonio cultural de la humanidad. Caso Cuenca (Ecuador). *Tsafiqui*, (9).
- Eusébio, C. A., & Carneiro, M. J. A. (2012). Determinants of Tourist-Host Interactions: An Analysis of the University Student Market. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 13(2), 123–151. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2012.645201>
- Eusébio, C., & Carneiro, M. J. (2015). How diverse is the youth tourism market? An activity-based segmentation study. *Tourism*, 63(3), 295–316.
- Gallo, D. (2014). El Turismo Joven, Conceptualización y Alcances. *Revista Intersección, Eventos, Turismo, Gastronomía y Moda*, 2(2), 43–54.
- Ghețe, A. M. (2015). THE IMPORTANCE OF YOUTH TOURISM. *The annals of th University Of Oradea, Economic Science Series*, 24(2), 688–694.
- Gursoy, D., & Gavcar, E. (2003). International leisure tourists' involvement profile. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 906–926. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00059-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00059-8)
- Joven, E. L. T., & Minotta, D. G. (2014). El Turismo Joven, Conceptualización y Alcances. *Revista Intersección, Eventos, Turismo, Gastronomía y Moda*, 2(2), 43–54.
- Lazzari, L. L., Mouliá, P. I., Fernandez, M. J., Chiodi, J. A., Chelmicki, F., Chiodi, M., & Eriz, M. (2009). PREFERENCIAS DEL SEGMENTO JOVEN EN LA ELECCIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO. *Cuadernos Del CIMBAGE N°*, 11(11), 59–84.
- Machado Chaviano, E. L., & Hernández Aro, Y. (2008). Del turismo contemplativo al turismo activo. *El Periplo Sustentable: Revista de Turismo, Desarrollo y Competitividad*, ISSN-e 1870-9036, N°. 15, 2008 (Ejemplar Dedicado a: Número Quince), Págs. 111-122, (15), 111–122. <https://doi.org/10.21854/eps.v0i15.937>



- MINTUR. (2017). Indicadores económicos. *Boletín de Estadísticas Turísticas 2012 -2016*, 94.
- MINTUR a. (2018). *Perfil de Turismo Internacional 2017*.
- MINTUR b. (2018). Matriz de Origen-Destino, Visitas Turísticas Internas.
- Moisa, C. O. (2010). Aspects of the youth travel demand. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*.
- Mora Mora, M. D. (2015). *Análisis de las razones sociales, gubernamentales y educativas que inciden en el desarrollo de la recreación turística en El Oro*.
- OMT; IE Business School. (2011). AM reports; Tecnología en Turismo. In *OMT* (Vol. 1).
- OMT. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*.
- OMT. (2019). Panorama OMT del turismo internacional Edición 2018. *Panorama OMT Del Turismo Internacional Edición 2018*, 1–20. <https://doi.org/10.18111/9789284419890>
- OMT & WYSE. (2016). Global Report on The Power of Youth Travel. In *Affiliate Members Report* (Vol. 13).
- OPS. (2018). América Latina y el Caribe tienen la segunda tasa más alta de embarazo adolescente en el mundo.
- Pat, A., & Calderón, G. (2012). *Caracterización del perfil turístico en un destino emergente, caso de estudio de ciudad del Carmen, Campeche. México*. 47–70.
- Prieto, M. (2011). Espacios en disputa: el turismo en Ecuador. *Agua Blanca*, 232.
- Richards, G. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340–352. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1075724>
- Sánchez, Y., Mendoza, L., Grisales, M., Ceballos, L., Bustamente, J., Castañeda, E., ... Acuña, M. (2013). Características poblacionales y factores asociados a embarazo en mujeres adolescentes de Tuluá, Colombia. *Revista Chilena de Obstetricia y Ginecología*. <https://doi.org/10.4067/S0717-75262013000400005>



- Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Jaume, M., Navarro, S., Osorio, E., ... Ruiz, P. (2008). Introducción al Turismo. In *Organización Mundial del Turismo* (UNWTO). <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.07.001>
- Secretaria Técnica de Juventudes. *Resolución No. SETEJU-DST-2018-019.* , (2018).
- Serrano, A. L., Freire-Chaglla, S., Espinoza-Figueroa, F., Sanmartín, I., Farfán, K., & Villafuerte, E. (2018). *Boletín de Indicadores Turísticos del Cantón Cuenca* (Edifepp). Quito.
- Serrano López, A. L., Freire Chaglla, S. A., Espinoza-Figueroa, F. E., Andrade Tenesaca, D. S., & Villafuerte Pucha, M. E. (2018). Modeling of Tourist Profiles with Decision Trees in a World Heritage City: The Case of Cuenca (Ecuador). *Tourism Planning & Development*, 1–21.
- Šimková, E., & Holzner, J. (2014). Motivation of Tourism Participants. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 159, 660–664. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.455>
- Stone, M. J., & Petrick, J. F. (2013). The Educational Benefits of Travel Experiences: A Literature Review. *Journal of Travel Research*, 52(6), 731–744. <https://doi.org/10.1177/0047287513500588>
- Universidad de Cuenca. (2017). *Informe de Gestión 2017*.
- Universidad de Cuenca. (2018a). Historia.
- Universidad de Cuenca. (2018b). *Informe de Gestión*.
- UNWTO & WYSE. (2016). Global Report on The Power of Youth Travel. In *Affiliate Members Report* (Vol. 13).
- Viloria Cedeño, N. E. (1997). Tourist Development and Its Relation To Transportation. *Gestión Turística*, (17).
- Vohlonen, A., & Gutiérrez, M. (2017). Estudio de caso. Inclusión educativa y embarazo en adolescencia en una comunidad kichwa amazónica. In *UNICEF*.
- Walther, A. (2006). Regimes of youth transitions. *YOUNG*. <https://doi.org/10.1177/1103308806062737>
- World Travel and Tourism Council. (2019). *Travel & Tourism: World Economic Impact 2019*.
- Zona Libre. (2018). Nuevas tendencias en el turismo interno de Ecuador.



ANEXOS

Anexo A)	Diseño de tesis aprobado.....	69
Anexo B)	Transcripción de las entrevistas realizadas.....	83
Anexo C)	Cuestionario completo aplicado.....	96
Anexo D)	Resultados de la investigación en tablas.....	98



Universidad de Cuenca

Anexo A) Diseño de tesis aprobado



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
CARRERA DE TURISMO

**Caracterización del perfil turístico de la comunidad estudiantil de la
Universidad de Cuenca.**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de: Ingeniería en Turismo

PROFESOR TUTOR:

Mg. Freddy Espinoza

AUTOR:

Juan Francisco Gualpa Chucaralao

Cuenca, 28 de mayo del 2018



1. Título del proyecto de investigación

Caracterización del perfil turístico de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca.

2. Nombre del estudiante

Juan Francisco Gualpa Chucaralao

francisco.gualpa10@ucuenca.edu.ec

3. Resumen del proyecto de investigación

La Organización Mundial de Turismo (OMT) ha realizado varios estudios a nivel mundial, en ellos se puede apreciar que el turismo joven es un campo prometedor para el futuro. Las cifras obtenidas de estos estudios pueden ser aprovechadas, por parte de la empresa privada y de gran ayuda para la parte pública, para generar normativas en beneficio de los jóvenes.

En la ciudad de Cuenca (Ecuador) se desconoce de datos que respalden esta tendencia a nivel mundial, por lo que en las empresas tanto públicas como privadas no se observan estrategias o reglamentación que favorezcan a este segmento.

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo determinar el perfil turístico de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca.

Para la recolección de datos sobre los jóvenes universitarios, se ha optado por ejecutar una encuesta con variables que ya han sido utilizadas por la OMT para realizar este tipo de investigaciones; de igual forma se le han sumado variables de la realidad de Cuenca. Para una investigación precisa, se optó por una muestra de carácter probabilístico aleatorio simple que será tomada a raíz de la totalidad de la población a ser estudiada.

Con la información recopilada se pretende reforzar la hipótesis que en Cuenca los jóvenes universitarios si quieren viajar, sin embargo, las políticas públicas no favorecen a este segmento y además las empresas privadas no tienden a realizar viajes con las necesidades de los jóvenes universitarios.



4. Planteamiento del proyecto de investigación

La Organización Mundial del Turismo, OMT (UNWTO & WYSE, 2016) , estima que el 23% de los turistas que viajaron en el año 2015 son jóvenes que tienen entre 15 a 29 años de edad.

Un estudio realizado por World Youth Student and Educational Travel Confederation WYSE (UNWTO & WYSE, 2016), indica que el mercado joven alcanzó una cifra de 190 billones de dólares en el 2009 y para el año 2014 se incrementó a 286 billones. Este nicho mantiene un crecimiento muy rápido a nivel mundial.

Los sectores tanto públicos como privados no asimilan aún la importancia de este mercado potencial, la OMT (UNWTO & WYSE, 2016) recomienda que se debe trabajar en conjunto para proveer a este segmento de servicios que sean de calidad y que se ajusten a la necesidad de los jóvenes.

Una investigación realizada en la Facultad de Minas de la Universidad Nacional de Colombia, facilito unos resultados donde el 48,72% de estudiantes no contaban con la información necesaria para emprender un viaje deseado (Bermúdez-Tirado, Ramírez-Hoyos, & Jaramillo-Arias, 2017).

Cabe destacar que se percibe a los jóvenes viajeros como impulsores de la innovación, estos viajan de una manera responsable con referencia al medio ambiente, ocasionando un turismo consciente, dejando atrás las cadenas tradicionales de distribución que suelen ser manejadas por grandes empresas, esto permite realizar una distribución más equitativa en el campo turístico (Joven & Minotta, 2014).

Chapman, menciona que hoy en día los jóvenes, en su mayor parte estudiantes, son ciudadanos globales, lo que debería hacer que las autoridades turísticas y gubernamentales, complementen esta tendencia facilitándoles la capacidad de viaje en sus diferentes niveles (UNWTO & WYSE, 2016).

Las empresas turísticas no se han concentrado en satisfacer las necesidades de este nicho específico, probablemente porque influye el tema económico de manera perceptiva en el empresario, es decir, el joven universitario, no tiene dinero, sin embargo, si tiene ganas de viajar y puede costear aquello de distintas maneras. Este desconocimiento también genera dudas sobre la satisfacción del mismo al viajar y sus preferencias.



Según lo antedicho, este proyecto de investigación pretende determinar el perfil turístico del joven universitario y su potencial como demanda turística para el turismo interno en Ecuador. Por este motivo existe la necesidad de recopilar datos de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca al momento de emprender un viaje, tales como, motivaciones, preferencias y satisfacción, aquello permitiría la elaboración de productos dirigidos a un nicho específico.

Esta investigación aportaría con datos estadísticos tanto para la parte pública como privada, con el fin de elaborar un producto dirigido a este segmento potencial con base en las características y preferencias de la mencionada población.

5. Marco Teórico

El turismo joven, ya no opta por la comodidad, sino más bien por alojamientos que son más económicos y les permite viajar más. De igual forma, no desean visitar lugares que sean reconocidos en el mercado turístico y optan por destinos desconocidos. En Argentina desde el año 2002 ya se han tomado cartas en el asunto brindando nuevos tipos de alojamiento, tal como los albergues juveniles (Lazzari et al., 2009).

Existe una creencia mundial que la gente joven son el mercado del futuro debido a que los viajes son muy importantes para el desarrollo tanto de la juventud como de los lugares visitados. Para ellos el aprender, conocer nuevas personas y un escape de la cotidianidad, hace que opten por viajar más durante un periodo determinado (Ghețe, 2015).

De igual forma el propósito, ya no es el simple hecho de viajar por tener un día relajado, sino también fomentar el aprendizaje durante el transcurso de su viaje, con el fin de aprender cosas nuevas que les ayudaran a enriquecer sus conocimientos y así tener mejores oportunidades (Ghețe, 2015).

Esto sin dejar a lado su preferencia por un turismo de aventura, lo que hace que estas actividades usualmente estén relacionadas con la búsqueda de sentir la adrenalina y realizar actividades deportivas (Demeter & Bratucu, 2014).



El turismo joven permite obtener beneficios socioculturales y experiencias que han marcado la vida de algunos jóvenes debido a que, al exponerse a diferentes culturas, genera mayor independencia y una gran capacidad para afrontar problemas cotidianos. Finalmente menciona que la adquisición de experiencias y de nuevas identidades ayuda a los jóvenes a expandir sus horizontes brindándole nuevas oportunidades en la vida (Joven & Minotta, 2014)

Araujo (2017) de igual forma plantea que los estudiantes tienen cada vez más acceso a las redes sociales esto les da acceso inmediato a información, la misma que se oferta de manera gratuita y usualmente en forma de videos o fotografías creado una necesidad de viajar dentro de la persona.

Los blogs y redes sociales muestran contenido de diferentes destinos turísticos que no solo difunden información sobre el mismo, es decir incluye experiencias, perspectivas y opiniones sobre productos y servicios. El internet es una fuente muy utilizada por los jóvenes donde consultan sobre los diferentes sitios con el fin de tomar la decisión de viaje (Ghețe, 2015)

En el estudio realizado a estudiantes universitarios sobre el uso de su tiempo libre, se puede observar que los estudiantes estarían dispuestos a pagar un valor que oscila entre los 39 a 52 dólares estadounidenses, siempre y cuando las actividades sean relacionadas con sus objetivos. Inclusive para actividades que tengan que ver con deportes extremos estarían dispuestos a invertir más dinero (Bermúdez-Tirado et al., 2017).

Steve Pan (2009) nos menciona sobre la existencia de un viajero experimentado y uno inexperto donde ambos buscan satisfacer necesidades diferentes. Esta afirmación es de mucha importancia ya que el objeto de estudio lo comprenden estudiantes universitarios en donde la comodidad y el lujo podrían presentar poca relevancia a diferencia del aprendizaje o de los kilómetros recorridos.

En un estudio realizado sobre las motivaciones de los participantes en turismo se concluye que es muy necesario tomar en cuenta la parte psicológica y la investigación psicológica ya que muchas veces existe una diferencia entre los pensamientos y la realidad (Šimková & Holzner, 2014).

Los factores internos, intrapersonales o intrínsecos del turista determinan el comportamiento de selección y compra, estos factores internos influyen en la selección de un destino turístico y en la intención de viajar (Smallman & Moore, 2010).



Estos criterios se deben tomar muy en cuenta debido a que los jóvenes se encuentran en el inicio de la etapa de un posible viajero, donde una percepción errónea de un viaje puede terminar con su interés de realizar viajes a futuro (Çakar & Seyitoğlu, 2016).

Por otra parte, la necesidad de definir bien un perfil ayuda a las partes interesadas sean estas públicas o privadas a determinar un producto que cumpla con características específicas de acuerdo a mercado turístico establecido. Aspectos como la edad del turista, la motivaciones al momento de realizar un viaje, como financia el mismo, entre otros, cuestiones que son claves al momento de diseñar un producto (Gursoy & Gavcar, 2003).

En varias investigaciones se resalta la importancia de investigar sobre el perfil de un determinado turista, ya que a raíz de esto se puede apreciar las motivaciones y sus características. De la misma forma ayuda a esclarecer los factores internos y externos que afectan a la toma de decisiones al momento de emprender un viaje (Carvache Franco, Torres Naranjo, & Carvache Franco, 2017).

6. Objetivos

Objetivo general

- Determinar el perfil turístico de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca.

Objetivos específicos

- Caracterizar la demanda turística en la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca.
- Identificar la incidencia de factores socioeconómicos para acceder a viajes turísticos con relación a las características de viaje de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca.
- Describir el perfil turístico de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca



7. Metodología de Investigación

Para el siguiente estudio se utilizará un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo y de corte transversal.

La población de estudio es muy heterogénea por lo que se ha optado por un muestreo estratificado para obtener información más precisa. La Universidad de Cuenca cuenta con un total de 12 facultades mismas que serán tomadas como un estrato para la investigación.

La población de estudio consta de estudiantes matriculados en la Universidad de Cuenca en el periodo septiembre 2018 – febrero 2019.

Para establecer el tamaño del universo a ser investigado se solicitará al departamento de Admisión y Becas el número de estudiantes matriculados durante el periodo a ser estudiado. En cuanto al nivel de confianza se trabajará con un coeficiente de 1.96 para obtener un 95% de confiabilidad. Se estima un total de 15.740 estudiantes se trabajará con un error de precisión de 0.03. Por otra parte, la probabilidad de éxito y la de fracaso en los dos casos es de 50%, la aplicación de la muestra será probabilístico aleatorio simple. A continuación, se exhibe la formula descrita:

$$n = \frac{15740 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,04^2 * (15740 - 1) * 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = 1088.84$$

Figura 1. Fórmula para cálculo del Tamaño de la Muestra conociendo el Tamaño de la Población

En cuanto a las variables se manejarán variables tanto dependientes como independientes.

Las variables de índole independiente ayudarán a medir el nivel de intervención en la investigación y determinar así la importancia de la misma en la muestra investigada. En este grupo podemos observar las siguientes variables: edad, genero, estatus económico y financiamiento. Mientras que las variables dependientes serán las siguientes: nivel de gasto, frecuencia de viajes, seguridad, kilómetros de viaje, distribución de gasto y accesibilidad al turismo. Por otro lado, tenemos las características del viaje donde se observará los motivos principales de viaje, tipos de producto turístico, duración de viaje, medios de transporte y tipos de alojamiento. Para reforzar la investigación se realizará un cruce de variables con el programa “Statistical Package for the Social Sciences” (SPSS) versión 24. Con el fin de describir el perfil turístico de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca a partir del mencionado cruce de variables.



8. Bibliografía

- Araújo, G., & de Sevilha, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar.
- Asamblea National Constituyente de Ecuador. *Constitución del Ecuador*. , (2008).
- Bagnoli, A. (2009). On “an introspective journey”. Identities and travel in young people’s lives. *European Societies*, 11(3), 325–345. <https://doi.org/10.1080/14616690902764674>
- Barbini, B., Mantero, J., & Bertoni, M. (1999). *Encuesta a turistas*. (enero).
- Bermúdez-Tirado, S., Ramírez-Hoyos, M. A., & Jaramillo-Arias, A. (2017). Preferencias en el uso del tiempo libre de los estudiantes universitarios con enfoque en el sector turismo. *Revista CEA*, 2(4), 75–88. <https://doi.org/10.22430/24223182.173>
- Boullón, R. (2006). Espacio turístico y desarrollo sustentable. *Aportes y Transferencias*, 2, 17–24. <https://doi.org/10.1088/0264-9381/25/4/045017>
- Çakar, K., & Seyitoğlu, F. (2016). Youth Tourism: Understanding the Youth Travellers’ Motivations. *Proceedings of the Multidisciplinary Academic Conference*, 248–253.
- Carvache Franco, W., Torres Naranjo, M., & Carvache Franco, M. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita Montañita–Ecuador. *Cuadernos de Turismo*, (39), 113–129.
- Cevallos, C. (2006). Los jóvenes en el Ecuador. *Ecuador Debate*, 51–76.
- Chen, G., Bao, J., & Huang, S. (2013). Segmenting chinese backpackers by travel motivations. *International Journal of Tourism Research*, 367, 355–367. <https://doi.org/10.1002/jtr>
- Chuqui, N., Lafebre, L., & Songor, J. (2016). *Miedos relacionados con el proceso de embarazo y parto en adolescentes entre 12 y 19 años del subcentro de salud Ricaurte, Cuenca 2015*.
- Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional. (2018). *Publicación Agenda Nacional para la Igualdad Intergeneracional 2017-2021*.
- Demeter, T., & Bratucu, G. (2014). Typologies of Youth Tourism. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 7(1), 115–122.
- Escalona, R., & Batista, C. (2011). Perfil de los turistas nacionales del mercado interno en la agencia de viajes Cubanacán Holguín. *Turydes*, 4, 25.
- Espinoza-Figueroa, F., & Freire-Chaglla, S. (2017). Características y evolución de la oferta de alojamiento de Airbnb en una ciudad patrimonio cultural de la humanidad. Caso Cuenca (Ecuador). *Tsafiqui*, (9).
- Eusébio, C. A., & Carneiro, M. J. A. (2012). Determinants of Tourist-Host Interactions: An Analysis of the University Student Market. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 13(2), 123–151. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2012.645201>
- Eusébio, C., & Carneiro, M. J. (2015). How diverse is the youth tourism market? An activity-based segmentation study. *Tourism*, 63(3), 295–316.



- Gallo, D. (2014). El Turismo Joven, Conceptualización y Alcances. *Revista Intersección, Eventos, Turismo, Gastronomía y Moda*, 2(2), 43–54.
- Ghețe, A. M. (2015). THE IMPORTANCE OF YOUTH TOURISM. *The annals of th University Of Oradea, Economic Science Series*, 24(2), 688–694.
- Gursoy, D., & Gavcar, E. (2003). International leisure tourists' involvement profile. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 906–926. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00059-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00059-8)
- Joven, E. L. T., & Minotta, D. G. (2014). El Turismo Joven, Conceptualización y Alcances. *Revista Intersección, Eventos, Turismo, Gastronomía y Moda*, 2(2), 43–54.
- Lazzari, L. L., Mouliá, P. I., Fernandez, M. J., Chiodi, J. A., Chelmicki, F., Chiodi, M., & Eriz, M. (2009). PREFERENCIAS DEL SEGMENTO JOVEN EN LA ELECCIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO. *Cuadernos Del CIMBAGE N°*, 11(11), 59–84.
- Machado Chaviano, E. L., & Hernández Aro, Y. (2008). Del turismo contemplativo al turismo activo. *El Periplo Sustentable: Revista de Turismo, Desarrollo y Competitividad*, ISSN-e 1870-9036, N° 15, 2008 (Ejemplar Dedicado a: Número Quince), Págs. 111-122, (15), 111–122. <https://doi.org/10.21854/eps.v0i15.937>
- MINTUR. (2017). Indicadores económicos. *Boletín de Estadísticas Turísticas 2012 -2016*, 94.
- MINTUR a. (2018). *Perfil de Turismo Internacional 2017*.
- MINTUR b. (2018). Matriz de Origen-Destino, Visitas Turísticas Internas.
- Moisa, C. O. (2010). Aspects of the youth travel demand. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*.
- Mora Mora, M. D. (2015). *Análisis de las razones sociales, gubernamentales y educativas que inciden en el desarrollo de la recreación turística en El Oro*.
- OMT; IE Business School. (2011). AM reports; Tecnología en Turismo. In *OMT* (Vol. 1).
- OMT. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*.
- OMT. (2019). Panorama OMT del turismo internacional Edición 2018. *Panorama OMT Del Turismo Internacional Edición 2018*, 1–20. <https://doi.org/10.18111/9789284419890>
- OMT & WYSE. (2016). Global Report on The Power of Youth Travel. In *Affiliate Members Report* (Vol. 13).
- OPS. (2018). América Latina y el Caribe tienen la segunda tasa más alta de embarazo adolescente en el mundo.
- Pat, A., & Calderón, G. (2012). *Caracterización del perfil turístico en un destino emergente, caso de estudio de ciudad del Carmen, Campeche. México*. 47–70.
- Prieto, M. (2011). Espacios en disputa: el turismo en Ecuador. *Agua Blanca*, 232.
- Richards, G. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340–352. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1075724>



- Sánchez, Y., Mendoza, L., Grisales, M., Ceballos, L., Bustamente, J., Castañeda, E., ... Acuña, M. (2013). Características poblacionales y factores asociados a embarazo en mujeres adolescentes de Tuluá, Colombia. *Revista Chilena de Obstetricia y Ginecología*. <https://doi.org/10.4067/S0717-75262013000400005>
- Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Jaume, M., Navarro, S., Osorio, E., ... Ruiz, P. (2008). Introducción al Turismo. In *Organización Mundial del Turismo* (UNWTO). <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.07.001>
- Secretaria Técnica de Juventudes. *Resolución No. SETEJU-DST-2018-019*. , (2018).
- Serrano, A. L., Freire-Chaglla, S., Espinoza-Figueroa, F., Sanmartín, I., Farfán, K., & Villafuerte, E. (2018). *Boletín de Indicadores Turísticos del Cantón Cuenca* (Edifepp). Quito.
- Serrano López, A. L., Freire Chaglla, S. A., Espinoza-Figueroa, F. E., Andrade Tenesaca, D. S., & Villafuerte Pucha, M. E. (2018). Modeling of Tourist Profiles with Decision Trees in a World Heritage City: The Case of Cuenca (Ecuador). *Tourism Planning & Development*, 1–21.
- Šimková, E., & Holzner, J. (2014). Motivation of Tourism Participants. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 159, 660–664. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.455>
- Stone, M. J., & Petrick, J. F. (2013). The Educational Benefits of Travel Experiences: A Literature Review. *Journal of Travel Research*, 52(6), 731–744. <https://doi.org/10.1177/0047287513500588>
- Universidad de Cuenca. (2017). *Informe de Gestión 2017*.
- Universidad de Cuenca. (2018a). Historia.
- Universidad de Cuenca. (2018b). *Informe de Gestión*.
- UNWTO & WYSE. (2016). Global Report on The Power of Youth Travel. In *Affiliate Members Report* (Vol. 13).
- Viloria Cedeño, N. E. (1997). Tourist Development and Its Relation To Transportation. *Gestión Turística*, (17).
- Vohlonen, A., & Gutiérrez, M. (2017). Estudio de caso. Inclusión educativa y embarazo en adolescencia en una comunidad kichwa amazónica. In *UNICEF*.
- Walther, A. (2006). Regimes of youth transitions. *YOUNG*. <https://doi.org/10.1177/1103308806062737>
- World Travel and Tourism Council. (2019). *Travel & Tourism: World Economic Impact 2019*.
- Zona Libre. (2018). Nuevas tendencias en el turismo interno de Ecuador.



9. Talento humano

Recurso	Dedicación	Valor Total \$
Tutor	1 horas x semana / 7 meses	350.00
Estudiante	10 horas x semana / 7 meses	700.00
Total	11 horas x semana / 7 meses	1050.00

10. Recursos materiales

Cantidad	Rubro	Valor \$
1400 u	Fotocopias	30.00
1 caja	Esfero gráficos	05.00
2 u	Membretes	10.00
TOTAL		45.00



11. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MESES						
	Jun/ 18	Jul/ 18	Ago/ 17	Sep/18	Oct/ 18	Nov/ 18	Dic/ 18
Revisión Bibliografía	X	X	X	X	X	X	X
Elaboración del diseño de tesis	X						
Validación de Cuestionario	X	X					
Aplicación de cuestionario		X					
Recolección de datos			X	X	X		
Tabulación de datos recolectados			X	X	X		
Revisión de datos				X	X	X	
Revisión y correcciones				X	X	X	
Presentación del borrador final				X	X	X	X



12. Presupuesto

Concepto	Aporte del estudiante \$	Otros aportes \$	Valor total \$
Talento Humano			
Investigadores (Profesor y estudiante)	1050.00		1050.00
Gastos de Movilización			
Transporte	40.00		40.00
Gastos de la investigación			
Material de escritorio	45.00		45.00
Otros	20.00		20.00
TOTAL	1155.00		1155.00



13. Esquema

Índice

Abstract
Agradecimientos
Dedicatoria
Introducción

Capítulo 1. Conceptualización y caracterización de la demanda turística

1.1 Conceptualización de la demanda turística
1.2 Descripción del visitante de la comunidad estudiantil de la Universidad de Cuenca
1.3 Características de viajes turísticos de la comunidad de estudio

Capítulo 2. Factores socio económicos de la comunidad universitaria

2.1 Incidencia de factores socio económicos y demográficos
2.2 Caracterización de la experiencia de viaje
2.3 Factores motivacionales de turismo joven

Capítulo 3. Perfil turístico

3.1 Creación del perfil turístico universitario
3.2 Atributos del perfil de viaje
3.3 Gasto turístico

Conclusiones

Recomendación

Bibliografía

Anexos



Anexo B) Transcripción de las entrevistas realizadas.

Entrevista a Priscila Cajamarca de la Facultad de Ciencias Agropecuarias

1. ¿Qué edad tiene usted?
23.
2. ¿Cuál es su conformación sexual?
Femenino.
3. A parte de estudiar, ¿usted trabaja? ¿Por qué si o por qué no?
No, no trabajo por los horarios de la Universidad.
4. ¿Cuál es la ocupación y la actividad económica de su representante?
Mi papá es médico.
5. ¿Cuánto es un estimado de los ingresos mensuales de su representante?
Unos 1500 dólares.
6. ¿A qué facultad pertenece?
Agropecuarias.
7. ¿Cuál es su principal motivación al momento de realizar un viaje?
No lo sé, pasear conocer otros lados.
8. ¿Cuál es su destino preferido?
La costa, por el clima, la playa en realidad.
9. ¿Qué tiempo usualmente dura su de viaje?
Unos 3 días a lo mucho.
10. ¿Qué transporte es el más usado al momento de realizar un viaje?
Bus, porque generalmente viajo con mi hermana o amigas.
11. ¿Dónde se aloja cuando usted realiza un viaje?
Hoteles.
12. ¿Al momento que usted quiere realizar un viaje su representante le da permiso?
Si, por que se cuidarme sola y creo que ya estoy grande como para viajar sola.



Entrevista a David León de la Facultad de Odontología

1. ¿Qué edad tiene usted?
18.
2. ¿Cuál es su conformación sexual?
Masculino.
3. A parte de estudiar, ¿usted trabaja? ¿Por qué si o por qué no?
No, no trabajo básicamente por decisión propia y también de mis padres porque ahorita me estoy concentrando en los estudios.
4. ¿Cuál es la ocupación y la actividad económica de su representante?
Abogado.
5. ¿Cuánto es un estimado de los ingresos mensuales de su representante?
1500 a 1800.
6. ¿A qué facultad pertenece?
Odontología.
7. ¿Cuál es su principal motivación al momento de realizar un viaje?
Conocer la cultura de ese país, conocer las diferentes estructuras, paisajes y gente que viva ahí, conocer nuevas cosas y nutrirme de ellas.
8. ¿Cuál es su destino preferido?
Dentro del Ecuador bueno me gusta mucho playas, montañita en general eso porque siento que es un cómo, que hay un, una honda podría decirse bastante relajada gente chévere los paisajes son súper bonitos y aparte el horizonte con el mar me parece uno de los postales más bonitos que tiene el Ecuador para ofrecer.
9. ¿Qué tiempo usualmente dura su de viaje?
Vacaciones, vacaciones un mes así por ahí, así por familia, así unas dos semanas más o menos.
10. ¿Qué transporte es el más usado al momento de realizar un viaje?
Bueno creo que ya eso depende de cada persona, al menos en mi parecer en un carro personal yo creo que es lo más factible, porque al momento es más rápido y si en la ciudad de destino usted quiere movilizarse lo puede hacer de manera correcta con el carro propio.



11. ¿Dónde se aloja cuando usted realiza un viaje?

Si viajamos a alguna provincia donde tengamos familia en la casa de familiares o sino en algún hotel.

12. ¿Al momento que usted quiere realizar un viaje su representante le da permiso?

Muy difícil solo eh realizado uno y fue con, bueno creo que es básicamente yo lo realice a los 17 años y fue difícil porque en esa edad yo creo que nuestros padres no confían mucho en nosotros y si confían piensan que tenemos malas amistades y vamos a principalmente a drogarnos tomar, tener relaciones así, una vida loca.



Entrevista a Adriana Paila de la Facultad de Ciencias Médicas

1. ¿Qué edad tiene usted?
18.
2. ¿Cuál es su conformación sexual?
Femenino.
3. A parte de estudiar, ¿usted trabaja? ¿Por qué si o por qué no?
No trabajo, porque no tengo tiempo y vivo lejos.
4. ¿Cuál es la ocupación y la actividad económica de su representante?
Es quehaceres domésticos mi papa no vive conmigo.
5. ¿Cuánto es un estimado de los ingresos mensuales de su representante?
Unos 400 mensuales.
6. ¿A qué facultad pertenece?
Medicina.
7. ¿Cuál es su principal motivación al momento de realizar un viaje?
Conocer nuevos lugares y visitar nuevas gentes, nuevas culturas.
8. ¿Cuál es su destino preferido?
Creo que Quito por su gran variedad de culturas, su comida.
9. ¿Qué tiempo usualmente dura su de viaje?
Unos 3 días.
10. ¿Qué transporte es el más usado al momento de realizar un viaje?
Creo que un bus porque está al alcance de todas las personas.
11. ¿Dónde se aloja cuando usted realiza un viaje?
En una casa de un familiar porque ahí vive ella.
12. ¿Al momento que usted quiere realizar un viaje su representante le da permiso?
Si es que es un lugar lejos no, porque piensa que es muy peligroso y además como que todavía no debo salir a viajes tan así.



Entrevista a Pamela Paredes de la Facultad de Jurisprudencia

1. ¿Qué edad tiene usted?
21.
2. ¿Cuál es su conformación sexual?
Femenino.
3. A parte de estudiar, ¿usted trabaja? ¿Por qué si o por qué no?
No, no trabajo este porque o tenemos ya prácticas en la Universidad y nos toma demasiado tiempo y no nos da tiempo para trabajar.
4. ¿Cuál es la ocupación y la actividad económica de su representante?
Son contadores.
5. ¿Cuánto es un estimado de los ingresos mensuales de su representante?
1500.
6. ¿A qué facultad pertenece?
Jurisprudencia.
7. ¿Cuál es su principal motivación al momento de realizar un viaje?
Por vacaciones, salir del país por vacaciones.
8. ¿Cuál es su destino preferido?
Dentro del Ecuador la playa porque no se es menos estresante.
9. ¿Qué tiempo usualmente dura su de viaje?
15 días.
10. ¿Qué transporte es el más usado al momento de realizar un viaje?
Auto propio, comodidad y privacidad.
11. ¿Dónde se aloja cuando usted realiza un viaje?
Tenemos una casa en la playa.
12. ¿Al momento que usted quiere realizar un viaje su representante le da permiso?
Si, supongo que porque confían en mí y siempre ellos van a mi casa.



Entrevista a Pedro Zúñiga de la Facultad de Ingeniería

1. ¿Qué edad tiene usted?
17.
2. ¿Cuál es su conformación sexual?
Masculino.
3. A parte de estudiar, ¿usted trabaja? ¿Por qué si o por qué no?
No, porque aún tengo 17 años.
4. ¿Cuál es la ocupación y la actividad económica de su representante?
Es agente de tránsito.
5. ¿Cuánto es un estimado de los ingresos mensuales de su representante?
Unos mil dólares.
6. ¿A qué facultad pertenece?
Ingeniería.
7. ¿Cuál es su principal motivación al momento de realizar un viaje?
Conocer las maravillas que tiene todas sus culturas y así.
8. ¿Cuál es su destino preferido?
Playas, porque me gusta mucho el clima de allá.
9. ¿Qué tiempo usualmente dura su de viaje?
Unas dos semanas.
10. ¿Qué transporte es el más usado al momento de realizar un viaje?
El carro de mis padres.
11. ¿Dónde se aloja cuando usted realiza un viaje?
Casa de mis familiares.
12. ¿Al momento que usted quiere realizar un viaje su representante le da permiso?
No, creo que tienen miedo que algo me pase.



Entrevista a Cindy Espinoza de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

1. ¿Qué edad tiene usted?
22.
2. ¿Cuál es su conformación sexual?
Femenino.
3. A parte de estudiar, ¿usted trabaja? ¿Por qué si o por qué no?
No, no trabajo porque no tengo tiempo para trabajar.
4. ¿Cuál es la ocupación y la actividad económica de su representante?
Mi papa es jubilado.
5. ¿Cuánto es un estimado de los ingresos mensuales de su representante?
Unos dos mil dólares.
6. ¿A qué facultad pertenece?
Hospitalidad.
7. ¿Cuál es su principal motivación al momento de realizar un viaje?
Visitar a la familia ir por algún tipo de no se playa rio algún balneario.
8. ¿Cuál es su destino preferido?
Zaruma, es una ciudad patrimonial muy bonita tiene lindo clima deliciosa comida además tiene muchos ríos paisajes, cascadas.
9. ¿Qué tiempo usualmente dura su de viaje?
Tres días.
10. ¿Qué transporte es el más usado al momento de realizar un viaje?
Viajamos en carro propio entonces, porque es más seguro y sobre todo porque se cuenta con un medio de transporte propio.
11. ¿Dónde se aloja cuando usted realiza un viaje?
En hostales, bueno son más económicos y están justo en esas localidades.
12. ¿Al momento que usted quiere realizar un viaje su representante le da permiso?
Si, por que hay la confianza o tal vez porque es algo de estudio o algo académico en ocio porque hay tiempo libre y ellos esperan que disfrute.



Entrevista a David Dután de la Facultad de Psicología

1. ¿Qué edad tiene usted?
19.
2. ¿Cuál es su conformación sexual?
Masculino.
3. A parte de estudiar, ¿usted trabaja? ¿Por qué si o por qué no?
No, no trabajo lo que pasa que tengo materias en la mañana y la tarde entonces no hay tiempo.
4. ¿Cuál es la ocupación y la actividad económica de su representante?
Mi papa es carpintero.
5. ¿Cuánto es un estimado de los ingresos mensuales de su representante?
Unos 900 dólares.
6. ¿A qué facultad pertenece?
Psicología.
7. ¿Cuál es su principal motivación al momento de realizar un viaje?
Ósea para mi yo creo que más por turismo, ósea más para salir de vacaciones, distraerse.
8. ¿Cuál es su destino preferido?
La costa, ir a cualquier playa.
9. ¿Qué tiempo usualmente dura su de viaje?
Tres días, una semana a lo mucho.
10. ¿Qué transporte es el más usado al momento de realizar un viaje?
Bus, yo creo que más porque es más común, más frecuente por así decirlo.
11. ¿Dónde se aloja cuando usted realiza un viaje?
Como tengo familia de halla entonces en la casa de ellos la mayoría de veces.
12. ¿Al momento que usted quiere realizar un viaje su representante le da permiso?
Sí, siempre me apoyan ósea cuando son épocas siempre también me mandan.



Entrevista a Karen Palacios de la Facultad de Ciencias Económicas

1. ¿Qué edad tiene usted?

18.

2. ¿Cuál es su conformación sexual?

Femenino.

3. A parte de estudiar, ¿usted trabaja? ¿Por qué si o por qué no?

No trabajo porque vivo aun con mis papis y ellos ya me brindan lo que necesito.

4. ¿Cuál es la ocupación y la actividad económica de su representante?

Haber mi papi trabaja en el consejo provincial del cañar.

5. ¿Cuánto es un estimado de los ingresos mensuales de su representante?

Unos 1500.

6. ¿A qué facultad pertenece?

Ciencias Económicas.

7. ¿Cuál es su principal motivación al momento de realizar un viaje?

Tal vez por el simple hecho de conocer, de conocer nuevas cosas, experimentar nuevas aventuras y aprender nuevas cosas.

8. ¿Cuál es su destino preferido?

Me gustaría ir a Galápagos, Quilotoa.

9. ¿Qué tiempo usualmente dura su de viaje?

Unos cuatro a cinco días.

10. ¿Qué transporte es el más usado al momento de realizar un viaje?

Es Carro, carro particular si por lo que está en nuestra comodidad tal vez queremos parar en algún lado.

11. ¿Dónde se aloja cuando usted realiza un viaje?

Haber yo creo que sería hostales, tal vez más económicos más llamativos.

12. ¿Al momento que usted quiere realizar un viaje su representante le da permiso?

No, porque talvez se aferra en la idea de que me puede pasar algo, que puede ser peligroso.



Entrevista a Diego Palacios de la Facultad de Artes

1. ¿Qué edad tiene usted?
28.
2. ¿Cuál es su conformación sexual?
Masculino.
3. A parte de estudiar, ¿usted trabaja? ¿Por qué si o por qué no?
Free lance a veces, porque el tiempo no me da para estudiar.
4. ¿Cuál es la ocupación y la actividad económica de su representante?
Comerciantes.
5. ¿Cuánto es un estimado de los ingresos mensuales de su representante?
300.
6. ¿A qué facultad pertenece?
Artes.
7. ¿Cuál es su principal motivación al momento de realizar un viaje?
Diversión.
8. ¿Cuál es su destino preferido?
Las playas son chéveres y pocas veces se va entonces.
9. ¿Qué tiempo usualmente dura su de viaje?
Un fin de semana de viernes hasta domingo.
10. ¿Qué transporte es el más usado al momento de realizar un viaje?
Trasporte público porque no se no tengo carro y es barato.
11. ¿Dónde se aloja cuando usted realiza un viaje?
Hostales o hoteles porque son más baratos que otros lugares.
12. ¿Al momento que usted quiere realizar un viaje su representante le da permiso?
Sí, porque ya soy mayor.



Entrevista a Luis Villarueda de la Facultad de Ciencias Químicas

1. ¿Qué edad tiene usted?
Tengo 21 años.
2. ¿Cuál es su conformación sexual?
Masculino.
3. A parte de estudiar, ¿usted trabaja? ¿Por qué si o por qué no?
No, porque no soy de aquí y mis papas no me dejan.
4. ¿Cuál es la ocupación y la actividad económica de su representante?
Mi mama es secretaria y mi papa es desempleado.
5. ¿Cuánto es un estimado de los ingresos mensuales de su representante?
250.
6. ¿A qué facultad pertenece?
Ciencias Químicas.
7. ¿Cuál es su principal motivación al momento de realizar un viaje?
Visitar a mi familia y conocer lugares nuevos.
8. ¿Cuál es su destino preferido?
Sucua.
9. ¿Qué tiempo usualmente dura su de viaje?
Seis horas.
10. ¿Qué transporte es el más usado al momento de realizar un viaje?
Bus, por lo económico.
11. ¿Dónde se aloja cuando usted realiza un viaje?
En hosterías.
12. ¿Al momento que usted quiere realizar un viaje su representante le da permiso?
Sí me dan permiso sin problema.



Entrevista a Fernando Abarca de la Facultad de Arquitectura

1. ¿Qué edad tiene usted?

18 años.

2. ¿Cuál es su conformación sexual?

Masculino.

3. A parte de estudiar, ¿usted trabaja? ¿Por qué si o por qué no?

No trabajo porque aún vivo con mis papas y ellos me mantienen, económicamente hablando.

4. ¿Cuál es la ocupación y la actividad económica de su representante?

Mi papá es arquitecto.

5. ¿Cuánto es un estimado de los ingresos mensuales de su representante?

Unos 3000 a 4000 casi.

6. ¿A qué facultad pertenece?

Arquitectura.

7. ¿Cuál es su principal motivación al momento de realizar un viaje?

Turismo, más que todo turismo, a ir a conocer lugares a conocer la cultura a visitar lugares turísticos apoyar a que se genere movimiento aquí dentro del Ecuador.

8. ¿Cuál es su destino preferido?

Loja o baños de Ambato entre ambos.

9. ¿Qué tiempo usualmente dura su de viaje?

Unos siete días.

10. ¿Qué transporte es el más usado al momento de realizar un viaje?

Automóvil porque es el que tenemos y dentro del Ecuador es mucho más fácil el acceso.

11. ¿Dónde se aloja cuando usted realiza un viaje?

Generalmente son hoteles preferimos hoteles u hosterías.

12. ¿Al momento que usted quiere realizar un viaje su representante le da permiso?

A veces sí, a veces no. Tampoco es que recién también estoy teniendo 18 años y estoy con un poco más de independencia, no es que no me den, sino que no he tenido oportunidades y eso sí, si he hecho viajes solo he ido a Estados Unidos solo o sea entonces si me dan la oportunidad o sea si entonces si me dan, si yo les pido si me dan permiso para hacer cualquier actividad de esas.



Entrevista a María Cárdenas de la Facultad de Filosofía

1. ¿Qué edad tiene usted?
18 años.
2. ¿Cuál es su conformación sexual?
Femenino.
3. A parte de estudiar, ¿usted trabaja? ¿Por qué si o por qué no?
Bueno no trabajo porque realmente tengo los estudios acumulados y también vivo lejos y no me da tiempo para estudiar.
4. ¿Cuál es la ocupación y la actividad económica de su representante?
Bueno mi padre es chofer de un transporte público y mi madre se dedica a los quehaceres domésticos.
5. ¿Cuánto es un estimado de los ingresos mensuales de su representante?
Aproximadamente unos 800 dólares.
6. ¿A qué facultad pertenece?
Filosofía.
7. ¿Cuál es su principal motivación al momento de realizar un viaje?
Conocer nuevos lugares, aprender nuevas costumbres, nuevo idioma.
8. ¿Cuál es su destino preferido?
Yo creo que EEUU porque tiene una tecnología bien avanzada y dentro del Ecuador a Guayaquil.
9. ¿Qué tiempo usualmente dura su de viaje?
Dependiendo si es para los estudios yo creo que sería un año o a quince días si quiero aprender nuevas costumbres.
10. ¿Qué transporte es el más usado al momento de realizar un viaje?
Dentro del Ecuador yo creo que la posibilidad de un transporte público.
11. ¿Dónde se aloja cuando usted realiza un viaje?
Generalmente son hoteles preferimos hoteles u hosterías.
12. ¿Al momento que usted quiere realizar un viaje su representante le da permiso?
Yo creo que es dependiendo para que voy a ir de viaje y si fuera de vacaciones también si me darían permiso.



Anexo C) Cuestionario completo aplicado

289

Universidad de Cuenca | 2018

La siguiente encuesta tiene la finalidad investigativa acerca del perfil turístico de los estudiantes de la Universidad de Cuenca.

Edad: 23 **Sexo:** Femenino

Encuesta # 39 FAU

5. De acuerdo a su experiencia de viaje indique en la siguiente lista las motivaciones que cree Ud. le influyeron a realizar su viaje.

	NADA	BAJO	MEDIO	ALTO	MUY ALTO
	1	2	3	4	5
a. Cambiar el entorno					X
b. Cambio de rutina					X
c. Superar un mal acontecimiento	X				
d. Evitar malas personas	X				
e. Alejarse del estrés social			X		
f. Alejarse de la interacción con otros	X				
g. Contar nuevas experiencias				X	
h. Auto realización					X
i. Experimentar nuevas cosas					X
j. Estar con personas de intereses similares				X	
k. Estar en cercanía con familiares/amigos	X				
l. Conocer nuevas personas				X	

6. De la siguiente lista ¿Indique en porcentajes % los valores de cómo financio su viaje?

a. Ahorros	0%
b. Ingresos propios	0%
c. Ayuda familiar	100%
d. Prestamos	0%
e. Ayuda de terceros	0%
f. Beca de estudios	0%
g. Otros	h.

1. ¿Ud. Ha realizado algún viaje durante los últimos 12 meses?

a. SI (Dirijase a la pregunta #3)

b. NO (En caso de responder No continúe en la pregunta #2)

2. ¿Indique el motivo por el cual Ud. No pudo realizar un viaje en este tiempo?

a. Disponibilidad de tiempo	
b. Apoyo Familiar	
c. Situación Económica	
d. Salud	
e. Educación	
f. Otros	g.

Muchas gracias por su participación aquí finaliza su encuesta :)

3. Indique la duración de su viaje y el destino que Ud. eligió.

Días: 18 días

a. Perú

Destino: Perú

b. Perú

4. De la siguiente lista señale 3 opciones de mayor importancia por las que realizó su viaje.

a. Recreo y Ocio	X
b. Visita Familiar	
c. Educación	X
d. Negocios	
e. Religión o peregrinación	
f. Compras	
g. Transito	
h. Salud	
i. Congresos	X
Otros	



7. De la siguiente lista indique 3 actividades principales que Ud. realizó en su viaje.

a. Visita a museos	X
b. Visita a Parques Naturales	X
c. Visita a playas	
d. Visita a iglesias	
e. Visita a centros de diversión	
f. Visita a familiares	
g. Otros	h. X

8. ¿Indique quien fue la/s persona/s que los acompañaron en su viaje?

a. Familiares	
b. Amigos	X
c. Pareja	
d. Grupo escolar	X
e. Grupo de turistas	
f. Solo/a	
g. Otros	h.

9. ¿Cómo Ud. planifico su destino de viaje?

a. Internet	X
b. Medios de comunicación	
c. Amigos	X
d. Familia	
e. Guía o revista turística	
f. Agencia de Viajes	X
g. Otros	h.

10. En la siguiente lista indique un valor aproximado de gasto personal por día en su viaje

a. Transporte	500
b. Alojamiento	200
c. Alimentos y bebidas	100
d. Actividades turísticas	100
e. Diversión y entretenimiento	100
f. Recuerdos o suvenires	100
g. Medicamentos o salud	10
h. Otros	i.

11. De la siguiente lista indique el medio de transporte que Ud. utilizó para su viaje.

a. Auto propio / familiar	
b. Auto rentado	
c. Bus turístico	
d. Caminar	
e. Bus público	
f. Motocicleta	
g. Avión	X
h. Taxi	
i. Otros	j.

12. Indique el establecimiento en donde Ud. se hospedó

a. Hotel	X
b. Hostal	
c. Hostería	
d. Lodge	
e. Refugio o campamento	
f. Casa de familiares o propia	
g. Casa de Huéspedes o en renta	
h. Otros	i.

13. Indique su preferencia de establecimiento al momento de comer durante su viaje.

a. Restaurante	X
b. Cafetería	
c. Comida Rápida	
d. Casa de familiares	
e. Servicio de Hotel	
f. Bares y tabernas	X
g. Servicios irregulares	

14. Indique de la siguiente lista si Ud. adquirió algún tipo de producto turístico en su viaje

a. Artesanias	X
b. Conservas o dulces	
c. Prendas de vestir	X
d. Suvenires	
e. Recuerdos fotográficos	
f. Otros	g.



Anexo D) Resultados de la investigación en tablas.

Edad del estudiante * Sexo biológico del estudiante

		Sexo biológico del estudiante		Total
		Masculino	Femenino	
Edad del estudiante	16	0	1	1
	17	3	15	18
	18	19	42	61
	19	30	47	77
	20	29	64	93
	21	45	45	90
	22	36	40	76
	23	38	41	79
	24	19	16	35
	25	13	9	22
	26	4	6	10
	27	5	1	6
	28	1	3	4
	29	0	1	1
	30	1	2	3
Total		243	333	576

Ha realizado un viaje en los últimos 12 meses

	Frecuencia	Porcentaje	Valida Porcentual	Porcentaje Acumulado
Si	449	78.0	78.0	78.0
No	127	22.0	22.0	100.0
Total	576	100.0	100.0	



Motivos por el cual los estudiantes no podrían realizar el viaje

		Frecuencia	Porcentaje	Valida Porcentual	Porcentaje Acumulado
Valida	Disponibilidad de tiempo	59	10.2	46.5	46.5
	Apoyo familiar	6	1.0	4.7	51.2
	Situación económica	49	8.5	38.6	89.8
	Salud	2	.3	1.6	91.3
	Educación	4	.7	3.1	94.5
	Otros	7	1.2	5.5	100.0
	Total	127	22.0	100.0	
Faltantes		449	78.0		
Total		576	100.0		

Edad del estudiante

		Frecuencia	Porcentaje	Valida Porcentual	Porcentaje Acumulado
Valida	17	13	2.9	2.9	2.9
	18	44	9.8	9.8	12.7
	19	60	13.4	13.4	26.1
	20	69	15.4	15.4	41.4
	21	78	17.4	17.4	58.8
	22	60	13.4	13.4	72.2
	23	64	14.3	14.3	86.4
	24	26	5.8	5.8	92.2
	25	17	3.8	3.8	96.0
	26	7	1.6	1.6	97.6
	27	6	1.3	1.3	98.9
	28	2	.4	.4	99.3
	29	1	.2	.2	99.6
	30	2	.4	.4	100.0
Total		449	100.0	100.0	



Duración del último viaje realizado

		Frecuencia	Porcentaje	Valida Porcentual	Porcentaje Acumulado
Valida	1	21	4.7	4.7	4.7
	2	66	14.7	14.9	19.6
	3	109	24.3	24.5	44.1
	4	61	13.6	13.7	57.9
	5	51	11.4	11.5	69.4
	6	7	1.6	1.6	70.9
	7	26	5.8	5.9	76.8
	8	11	2.4	2.5	79.3
	9	4	.9	.9	80.2
	10	10	2.2	2.3	82.4
	12	1	.2	.2	82.7
	14	6	1.3	1.4	84.0
	15	19	4.2	4.3	88.3
	16	4	.9	.9	89.2
	17	1	.2	.2	89.4
	18	6	1.3	1.4	90.8
	19	2	.4	.5	91.2
	20	7	1.6	1.6	92.8
	21	1	.2	.2	93.0
	22	1	.2	.2	93.2
	25	1	.2	.2	93.5
	28	1	.2	.2	93.7
	30	11	2.4	2.5	96.2
	35	2	.4	.5	96.6
	40	2	.4	.5	97.1
	45	1	.2	.2	97.3
	50	1	.2	.2	97.5
60	5	1.1	1.1	98.6	
62	1	.2	.2	98.9	
63	1	.2	.2	99.1	
90	1	.2	.2	99.3	
120	1	.2	.2	99.5	
180	2	.4	.5	100.0	
	Total	444	98.9	100.0	
faltantes	999	5	1.1		
	Total	449	100.0		



Región de la ciudad visitada

		Frecuencia	Porcentaje	Valida Porcentual	Porcentaje Acumulado
Valida	Costa	51	46.8	47.2	47.2
	Sierra	35	32.1	32.4	79.6
	Oriente	10	9.2	9.3	88.9
	Internacional	12	11.0	11.1	100.0
	Total	108	99.1	100.0	
faltantes	999	1	.9		
	Total	109	100.0		

Motivación para realizar un viaje

		Frecuencia	Porcentaje	Valida Porcentual	Porcentaje Acumulado
Valida	Recreo y ocio	92	84.4	84.4	84.4
	Visita Familiar	10	9.2	9.2	93.6
	Educación	3	2.8	2.8	96.3
	Religión o peregrinación	2	1.8	1.8	98.2
	Compras	1	.9	.9	99.1
	Otros	1	.9	.9	100.0
	Total	109	100.0	100.0	



Motivaciones Psicológicas

	N	Mínimo	Máximo	Promedio
Cambiar la rutina	109	1	5	4.06
Experimentar nuevas cosas	109	1	5	4.03
Estar en cercanía con familiares/amigos	109	1	5	3.97
Cambiar el entorno	109	1	5	3.90
Contar nuevas experiencias	109	1	5	3.89
Alejarse del estrés social	109	1	5	3.64
Conocer nuevas personas	109	1	5	3.46
Auto realización	109	1	5	3.29
Estar con personas de intereses similares	109	1	5	3.22
Alejarse de la interacción con otros	109	1	5	2.07
Superar un mal acontecimiento	109	1	5	1.68
Evitar malas personas	109	1	5	1.47
Validas N	109			

Financiamiento de viaje

	N	Mínimo	Máximo	Promedio	Std. Deviación
Ayuda familiar	109	0	100	43.42	41.234
Ahorros	109	0	100	33.65	37.085
Ingresos propios	109	0	100	15.17	24.985
Ayuda de terceros	109	0	100	2.43	13.737
Becas de estudios	109	0	100	1.56	10.199
Prestamo	109	0	100	1.24	9.746
Otro tipo de financiamiento	109	0	0	.00	.000
Valid N (listwise)	109				



Financiamiento de viaje según sexo

		Ahorros Mean	Ingresos propios Mean	Ayuda familiar Mean	Préstamo Mean	Ayuda de terceros Mean	Becas de estudios Mean	Otro tipo de financiamiento Mean
Sexo	Masculino	39	17	35	1	3	3	0
	Femenino	30	14	49	2	2	0	0

Principal actividad realizada durante el viaje * Región de la ciudad visitada

		Costa	Sierra	Oriente	Internacional	
Principal actividad realizada durante el viaje	Visita a museos	6	11	1	2	20
	Visita a parques naturales	20	16	8	2	46
	Visita a playas	22	1	0	8	31
	Visita a Iglesias	0	1	0	0	1
	Visitas a centros de diversión	1	3	1	0	5
	Visita a familiares	1	0	0	0	1
Total		50	32	10	12	104

Persona que acompañó a los estudiantes durante su último viaje

		Frecuencia	Porcentaje	Valida Porcentual	Porcentaje Acumulado
Valida	Familiares	74	67.9	69.2	69.2
	Amigos	24	22.0	22.4	91.6
	Pareja	5	4.6	4.7	96.3
	Grupo escolar	1	.9	.9	97.2
	Grupo de turistas	1	.9	.9	98.1
	Solo/a	2	1.8	1.9	100.0
	Total	107	98.2	100.0	
faltantes	999	2	1.8		
Total		109	100.0		



Medio usado para planificar el viaje

		Frecuencia	Porcentaje	Valida Porcentual	Porcentaje Acumulado
Valida	Internet	24	22.0	22.4	22.4
	Medios de comunicación	2	1.8	1.9	24.3
	Amigos	34	31.2	31.8	56.1
	Familia	42	38.5	39.3	95.3
	Guía o revista turística	3	2.8	2.8	98.1
	Agencia de viajes	2	1.8	1.9	100.0
	Total	107	98.2	100.0	
faltantes	999	2	1.8		
	Total	109	100.0		

Promedio de gasto diario

	N	Frecuencia	Porcentaje	Valida Porcentual	Porcentaje Acumulado
Gasto en alimentación	109	0	500	32.21	52.687
Gasto en alojamiento	109	0	250	27.94	43.904
Gasto en transporte	109	0	120	19.43	21.878
Gasto en actividades	109	0	115	15.73	20.308
Gasto en diversión y entretenimiento	109	0	80	15.69	17.470
Gasto recuerdos o suvenires	109	0	100	7.17	14.076
Otro tipo de gasto	109	0	180	2.20	18.123
Gasto medicamentos o salud	109	0	20	1.34	3.189
Valida	109				



Medio de transporte utilizado

		Frecuencia	Porcentaje	Valida Porcentual	Porcentaje Acumulado
Valida	Auto propio/familiar	62	56.9	58.5	58.5
	Auto rentado	3	2.8	2.8	61.3
	Bus turístico	20	18.3	18.9	80.2
	Caminar	1	.9	.9	81.1
	Bus público	19	17.4	17.9	99.1
	Avión	1	.9	.9	100.0
	Total	106	97.2	100.0	
faltantes	999	3	2.8		
Total		109	100.0		

Persona que acompañó a los estudiantes durante su último viaje * Medio de transporte utilizado

		Medio de transporte utilizado						Total
		Auto propio/familiar	Auto rentado	Bus turístico	Caminar	Bus público	Avión	
Persona que le acompañó durante su último viaje	Familiares	55	2	6	0	10	1	74
	Amigos	5	1	10	1	6	0	23
	Pareja	2	0	1	0	2	0	5
	Grupo escolar	0	0	1	0	0	0	1
	Grupo de turistas	0	0	1	0	0	0	1
	Solo/a	0	0	1	0	1	0	2
	Total	62	3	20	1	19	1	106



Persona que acompaño a los estudiantes durante su último viaje * Establecimiento de comida

		Establecimiento de comida						Total
		Restaurante	Cafetería	Comida rápida	Casa de familiares	Bares y tabernas	Servicios irregulares	
Persona que le acompaño durante su último viaje	Familiares	66	0	0	6	1	1	74
	Amigos	19	2	2	0	1	0	24
	Pareja	5	0	0	0	0	0	5
	Grupo escolar	1	0	0	0	0	0	1
	Grupo de turistas	1	0	0	0	0	0	1
	Solo/a	0	0	0	2	0	0	2
Total		92	2	2	8	2	1	107

Persona que acompaño a los estudiantes durante su último viaje * Hospedaje utilizado

		Hospedaje utilizado						Total
		Hotel	Hostal	Hostería	Refugio o campamento	Casa de familiares o propia	Casa de huéspedes o en renta	
Persona que le acompaño durante su último viaje	Familiares	30	11	2	0	26	5	74
	Amigos	14	6	0	2	1	1	24
	Pareja	2	2	1	0	0	0	5
	Grupo escolar	0	1	0	0	0	0	1
	Grupo de turistas	1	0	0	0	0	0	1
	Solo/a	0	0	0	0	2	0	2
Total		47	20	3	2	29	6	107