

UNIVERSIDAD DE CUENCA



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD CARRERA DE TITULACIÓN ESPECIAL (CTE)

TURISMO

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
"Licenciada en Administración Turística", consistente en un ensayo
académico.

**"ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA QUE USA EL CITY TOUR
PANORAMICO EN EL BUS DE DOS PISOS, CASO EMPRESA
VanService Internacional."**

Director:

LCDA. MARIA ISABEL ELJURI JARAMILLO

Autora:

ADRIANA VERONICA VERA TORRES

Cuenca – Ecuador

27 Julio 2015



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

RESUMEN

Sin lugar a dudas el turismo se ha convertido en una de las actividades desarrolladas por el hombre que genera mayores ingresos económicos y mayores conocimientos culturales a nivel mundial, cada día la tendencia del tiempo libre y de ocio va tomando fuerzas y se va incrementando.

Personas de diferentes nacionalidades escogen destinos distintos apegados a sus gustos y preferencias, uno de los destinos internacionales más apetecidos en nuestro país es Cuenca, ciudad declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por toda su diversidad cultural, arquitectónica, humanística y paisajista, razones suficientes para la marcada afluencia turística recibida año tras año.

Uno de los factores importantes al momento de elegir un destino o volver al mismo son la calidad de los servicios turísticos recibidos, es por eso que es de vital importancia conocer el perfil del turista que usa cada uno de estos.

La iniciativa pública y privada de la ciudad de Cuenca ha creado varios espacios y servicios turísticos para incrementar las actividades a desarrollarse en la ciudad, se puede nombrar como caso práctico el city tour panorámico en el bus de dos pisos de la empresa VanService Internacional, la cual al analizar todas las fortalezas en atractivos turísticos que posee la ciudad vieron oportuna la creación del servicio antes mencionado, aportando positivamente al desarrollo turístico de la ciudad, convirtiéndose hoy por hoy en una de las actividades turísticas más sobresalientes, razón por la cual se encuentra indispensable analizar el perfil de los turistas que escogen el city tour panorámico como una de sus actividades al visitar Cuenca, pudiendo de esta manera satisfacer sus necesidades y reconocer sus motivaciones incrementado de esta manera la calidad del servicio.

El antes mencionado análisis se realizó mediante la utilización de técnicas cuantitativas de investigación utilizando la técnica de encuestas a una muestra de usuarios del city tour panorámico.

Palabras Clave: turismo, turista, perfil del turista, city tour, gustos, preferencias, atractivo, motivaciones, calidad, servicio.



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

ABSTRACT

With the passing of the years tourism has become one of the greatest activities developed by the man who generates greater incomes and greater cultural knowledge around the world; every day the trend of leisure is increasing. People of different nationalities choose different destinations attached to their tastes and preferences. One of the most desired international destinations in our country is Cuenca, a city declared World Cultural Heritage by all its cultural, humanistic, landscape, and architectural diversity which is important for the tourists. One of the most important factors when choosing a destination is the quality of services received by the people who contribute to the development of a country. For this reason, it is vital to know the profile of tourists in order to know their likes and dislikes. The initiative that people from Cuenca have created several spaces and tourist services to increase activities to developed their own economic increase. Therefore, a panoramic city tour on the double-decker bus of the company VanService international will be analyzed to look up for weaknesses and strengths of the company. Consequently, is essential to analyze the profile of tourists who choose the panoramic city tour as one of their activities to visit Cuenca, and can thus meet their needs and recognize their motivations in this way increased the quality of the service. The above analysis was carried out through the use of quantitative research techniques using the technique of surveys based on a sample of users from the panoramic city tour.

Key words: tourism, tourists, profile of the tourist, city tour, tastes, preferences, attractive, motivations, quality, service.



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

INDICE

Resumen.....	1
Abstract.....	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimiento.....	4
Introducción.....	5
SECCIÓN 1.....	6
Identificación de las principales motivaciones de visita de la ciudad de Cuenca.....	6
SECCIÓN 2.....	13
Análisis de la Planta Turística de la ciudad de Cuenca.....	13
SECCIÓN 3.....	17
Definición del Perfil del Turista que usa el city tour panorámico, caso práctico empresa Vanservice Internacional.....	17
SECCIÓN 4.....	21
3.1 Punto de vista	21
3.2 Análisis crítico.....	21
3.3 Argumentos del Contexto.....	21
3.4 Reflexiones dentro del mismo.....	22
CONCLUSIONES.....	23
RECOMENDACIONES.....	34
BIBLIOGRAFÍA.....	25
GLOSARIO.....	26
ANEXOS.....	27
Anexo 1.....	28
Anexo 2.....	33
Anexo 3.....	43
Anexo 4.....	62



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos,
caso empresa Vanservice Internacional.

AUTORIA



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

Yo, *Adriana Verónica Vera Torres*, autora de la tesis "Análisis del Perfil del Turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso Empresa VanService Internacional", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, a 23 de Julio de 2015

Adriana Verónica Vera Torres

C.I: 010498154-3



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.



Universidad de Cuenca
Cláusula de derechos de autor

Yo, *Adriana Verónica Vera Torres*, autora de la tesis "Análisis del Perfil del Turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso Empresa VanService Internacional.", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciada en Administración Turística. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afeción alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor/a

Cuenca, a 23 de Julio de 2015

Adriana Verónica Vera Torres

C.I: 010498154-3



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

DEDICATORIA

En este trabajo se ve reflejado el fruto del esfuerzo, sacrificio e infinidad de malas noches que no hubiese sido posible sin el apoyo fundamental de mi familia y la fortaleza divina de Dios, es por eso que en muestra de mi infinita gratitud dedico este trabajo a ellos, quienes con una palabra y una muestra de cariño alentaron a la culminación exitosa de esta mi carrera universitaria, enseñándome que las cosas nunca son fáciles y que para llegar alto es necesario poner empeño, dedicación y amor a cada paso que nos lleve al cumplimiento de las metas en la vida.



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

AGRADECIMIENTOS

Sin lugar a dudas es indispensable dejar sentada la gratitud con las personas que marcaron este largo camino de aprendizajes, a los docentes de la Universidad de Cuenca , especialmente a los de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, a la Master. María Isabel Eljuri Jaramillo por apoyar con sus extensos conocimientos en el desarrollo de este ensayo, a mi familia que con sus enseñanzas nunca dejaron decaer mi gusto por esta mi carrera que amo, y a mis hermanas de vida Gaby, Vero, Mary y Andrea que con sus locuras, risas y regaños hicieron de mi una mejor persona, con el corazón lleno de sentimientos lo único que me queda por decir es gracias sinceramente.



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es uno de los países con mayor diversidad cultural y natural del continente americano factor por el cual gana la atracción de turistas nacionales y extranjeros, otros de factores importantes para la afluencia turística son sus 4 regiones; costa, sierra, amazonia y la región insular o galápagos, lo que da lugar a la existencia de atractivos turísticos únicos e inigualables, sin dejar de lado la presencia de varios asentamientos humanos a lo largo de la historia como los cañarís, incas y por último españoles dando paso al mestizaje cultural y por ende a la existencia histórica o lo largo del país.

Una de las principales ciudades sobresaliente en atractivos naturales y culturales del país es Cuenca, nombrada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en el año 1999, por la existencia de lugares importantes en la historia del país, dando lugar al aprovechamiento turístico en toda su expresión.

Es por eso que nace la idea de potenciar el turismo en Cuenca mediante una nueva alternativa, la misma que fue creada por el Sr. Jaime Córdova Cedillo, gerente propietario de la empresa VanService Internacional, él cual en uno de sus viajes tuvo la oportunidad de disfrutar de un city tour panorámico, el cual que fue adoptado en la ciudad de Cuenca, dando un resultado positivo y teniendo aceptación por la ciudadanía y turistas en general, el antes mencionado servicio fue creado en el año 2009 y desde su primera planificación no se han efectuado modificación en calidad de servicio, es por eso que se ah visto necesario realizar un estudio de los usuarios del city tour panorámico de la empresa VanService Internacional, mediante el método de investigación cuantitativo y la técnica de encuestas, para de esta manera se identifique los gustos y preferencias, pudiendo crear mecanismos de satisfacción de necesidades y aportar de manera positiva a la imagen de la ciudad y a la prestación de un servicio de calidad para la empresa VanService Internacional.



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

SECCION 1

IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES MOTIVACIONES DE VISITA DE LA CIUDAD DE CUENCA.

Como muchas de las actividades económicas mundiales, el turismo ah existido desde los inicios de la humanidad, empezando desde los primeros seres humanos nómadas.

Como cualquier otra industria en el mundo el turismo ha evolucionado con el hombre con nuevas necesidades, convirtiéndose en una importante potencia económica mundial.

Los principales manifestaciones de los seres humanos que detonaron el desarrollo turístico fueron; las peregrinaciones en donde devotos se trasladaban a diferentes lugares para adorar a un determinado santo, ocasionando la necesidad de pernoctación en un lugar distinto al de su residencia , otra manifestación importante fue los viajes académicos por parte de la burguesía de la época, sin embargo el paso más importante fue la revolución industrial, con la invención del ferrocarril y el desarrollo de nuevas formas de transporte lo que ayudo a acortar distancias y a desarrollar el interés por viajar, apoyado de las nuevas leyes para los trabajadores que incluía el termino vacaciones a sus vidas laborales. (Cuadra, 12)

Con el paso del tiempo aparece la OMT (Organización Mundial del Turismo), que manifiesta el concepto de turismo como la actividad de desplazarse de su lugar de residencia por motivos ajenos a sus habituales por un periodo menor a un año.

Gracias a las diferentes organizaciones y el fenómeno de la globalización el turismo se ah convertido en una actividad que mueve masas, según el barómetro turístico en el 2014 el movimiento de turistas fue de un 1.138 millones, con una proyección de incremento en un 4% o 7% para el 2015. (Barómetro Turístico Mundial OMT, 1).



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

Con el desarrollo positivo de esta industria se ha aportado de manera significativa a la economía de varios países a nivel mundial como son; Alemania, Francia, China, Arabia Saudita, España, México, Brasil, Costa Rica entre otros, sin dejar de lado a nuestro país, considerado en uno de los países privilegiados. (Guitierrez,86)

Ecuador uno de los países mega diversos en el mundo, ubicado en América del Sur, atravesado por la línea ecuatorial, mitad del mundo, las razones principales de su mega diversidad es la presencia de la cordillera de la andes, la presencia de las corrientes cálida de niño y fría de Humbolt, dando lugar a la formación de sus 4 regiones, amazonia, costa, sierra, oriente y región insular, es importante mencionar la presencia cultural existente.(MINTUR,6)

Por las razones anteriormente descritas y la calidez de su gente, según el Ministerio de Turismo, el Ecuador en el año 2013 obtuvo un total de 1'054.057 de visitas, en el año 2014 tuvo un total de 1'557.006 turistas internacionales y para Enero del 2015 un total de 169,378 turistas. (MINTUR, 2)

Sin embargo por más que existan innumerables atractivos turísticos sin la motivación para la visita no se podría dinamizar la actividad turística; como se puede apreciar en el libro El Viajero de Garcia Alexandre, “Las motivaciones son los motores de la conducta humana y, por lo tanto, son vitales para activar los mecanismos que mueven el turismo (García, 47).

Existen diferentes tipos de motivaciones, según Bigné en su libro titulado *Marketing de Destinos Turísticos – Análisis y Estrategias de Desarrollo*, destaca que las motivaciones del turismo se encuentran determinadas por factores sociales, destacándose; motivaciones físicas: actividades deportivas, recreación y descanso, motivaciones culturales: visitar monumentos, espectáculos artísticos y el interés por aprender nuevos idiomas, motivaciones interpersonales: conocer nuevas personas, visitar a amigos – familiares, variar la rutina diaria, hacer nuevas amistades, entre otros, motivaciones de estatus y



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

prestigio: relacionadas con la propia imagen, motivaciones de puro ocio (Bigné, 215).

La existencia de estas motivaciones hace que los diferentes turistas puedan escoger entre qué tipo de destino escoger al momento de su viaje, siendo esta una ventaja al momento de escoger a Ecuador como destino final de viaje, puesto que en un solo se puede desayunar en la costa, almorzar en la costa y merendar en el oriente, haciendo posible una amplia gama de actividades en cada región y cada una de las 24 provincias del país.

Una de las principales provincias a visitar es el Azuay ubicada al sur de país, conformada por 15 cantones, creada el 25 de Junio de 1824, con una area de 770 kilómetros, limita al norte con: Cañar, sur: Loja y El Oro, Este: Morona y Zamora, al Oeste: Guayas y el oro.

La provincia del Azuay es caracterizada por tener a gente hábil, constante y trabajadora, rescatando habilidades como el tejido en paja toquilla y la elaboración de finas joyas.

Azuay es el centro turístico más importante del sur de país, tiene dos de las principales áreas turísticas como son; el Parque Nacional el Cajas y Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad, siendo esta la capital económica de la provincia (Ministerio de Turismo).

Santa Ana de los Ríos de Cuenca ubicada en un valle interandino de la sierra sur ecuatoriana, tiene una altitud de 2535m sobre el nivel del mar, con una temperatura promedio de 17°C, su población es de aproximadamente 500.000 habitantes y su superficie es de 15.730 hectáreas.

Fue fundada en el año 1557 por orden del Virrey del Perú, por Andrés Hurtado de Mendoza, años antes fue la ciudad incaica de Tomebamba, considerada cuna del inca Huayna Cápac, a su vez construida sobre lo que se cree fue Guapdondelig, urbe de la nación cañari que habitó la región centro sur del país,



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

razones suficientes por las cuales le hacen una ciudad de mezcla cultural e histórica única en el Ecuador.

El Centro Histórico está constituido por dos estilos importantes colonial y republicano sus construcciones proceden del siglo XIX.

Las tres clases de poderes fueron debidamente representados en grandes construcciones que constituyen el patrimonio: el poder político, mediante la Gobernación y la Municipalidad; el poder eclesiástico o religioso, representado por las dos catedrales; y el de la justicia o judicial, cuyo símbolo es el edificio de la Corte Superior de Justicia.

Otra de las atracciones culturales de la ciudad son las fiestas populares como, el pase del niño y el septenario o fiesta del Corpus Christi.

La mezcla de estilos, de cultura, manifestaciones religiosas, fiestas populares y edificaciones constituyen una herencia de gran importancia para ser ofrecidos a nivel internacional. (Fundación Municipal de Turismo para Cuenca)

Estos son unas de las principales razones por las cuales turistas nacionales y extranjeros visitan la ciudad de Cuenca, al haber una diversidad de actividades por hacer y diversidad de actividades, las motivaciones de cada uno de los turistas varían, aspecto indispensable de conocer en cualquier destino para que de esta manera se pueda ofrecer productos y servicios turísticos apegados a satisfacer las necesidad y cumplir con las expectativas.

Para determinar las principales motivaciones de la visita a la ciudad de Cuenca se ha utilizado el método cuantitativo de investigación, mediante la herramienta constituida por la encuesta, con el objetivo de plantear interrogantes que ayuden a la búsqueda de información clave para obtener información de parte de turistas nacionales y extranjeros.



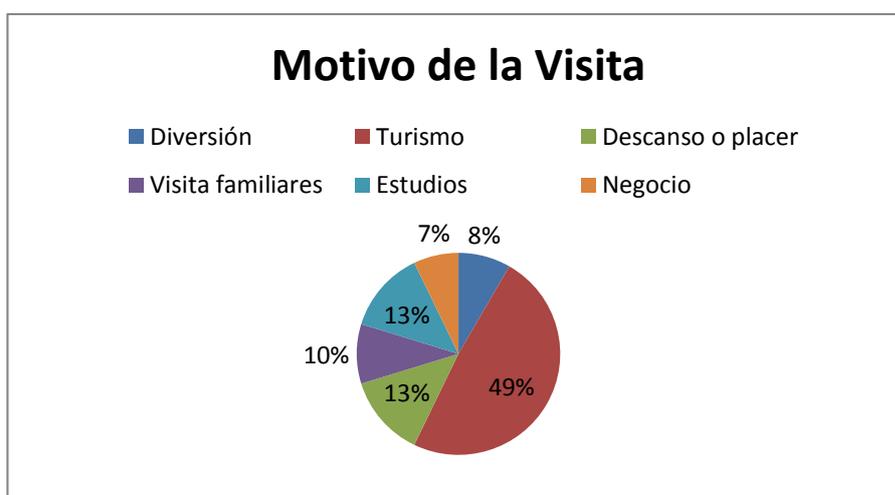
Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

Para realizar las encuestas se tomó como unidad muestral 830.000 que visitaron Cuenca en el año 2014, un nivel de confianza del 90% y un grado de error de 0.09% en la fórmula de la muestra; teniendo como muestra un total de 84 encuestas, aplicadas a turistas nacionales y extranjeros que usan el city tour panorámico en el bus de dos pisos. (Ver Anexo 1)

La encuesta fue elaborada para conseguir información básica y general sobre los turistas, se analizan a continuación las que delimitan las motivaciones de los visitantes a la ciudad de Cuenca.

El 49% de los 84 encuestados manifiestan que visitan Cuenca por turismo, seguido de un 13% que dicen visitar la ciudad por descanso y diversión como se puede observar en la gráfica, una de las principales razones de las respuestas obtenidas son; Cuenca ciudad para retiros y Cuenca ciudad universitaria, denominaciones que aumentan la atracción de personas para visitar la ciudad. (Ver Anexo 2)

GRÁFICO 1



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Propia

Fecha: 11 de Julio del 2015



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

Como se puede observar en la gráfica la mayoría de los encuestados visitan la ciudad de Cuenca por los siguientes factores; recomendaciones de otros turistas y conocimiento previo de la ciudad, las características antes mencionadas han sido generadas por redes sociales, nombramientos importantes a nivel internacional, reportajes y premios otorgados a la ciudad considerando Cuenca como un destino de excelencia a nivel nacional e internacional.

GRÁFICO 2



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Propia

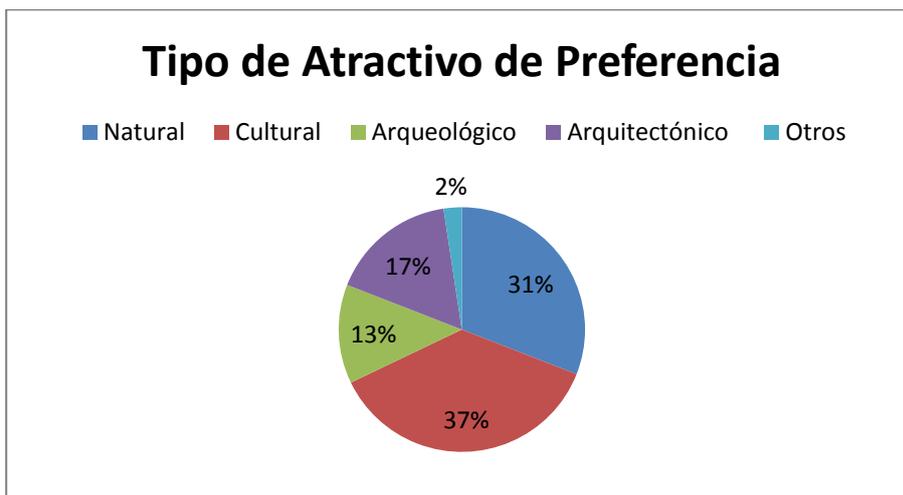
Fecha:11 de Julio del 2015

Mayoritariamente con un 37% de los encuestados prefieren los atractivos culturales de la ciudad, seguido por un 31% con tendencia a preferir los atractivos naturales, siendo Cuenca una ciudad dotada de atractivos como; las 19 iglesias, los 15 museos, las plazas con denotación española, los mercados públicos de la ciudad, sus casas patrimoniales, el turismo comunitario en las áreas rurales y la fusión natural como el Parque Nacional el Cajas, la ruta de aviturismo en el Barranco, y el turismo de Aventura en las parroquias rurales de la ciudad.



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

GRÁFICO 3



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Propia

Fecha: 11 de Julio del 2015

Las personas pueden decidir el motivo de su viaje en el caso de los turistas que usan el city tour panorámico, se dan lugar en la ciudad de Cuenca mayoritariamente para hacer turismo, en un segundo lugar pero no menos importante por estudios y diversión, lo que va apegado al rango etario de los turistas, siendo Cuenca Patrimonial alberga mayoritariamente a turistas con gustos por conocer la cultura y la naturaleza, los mismos que han escogido a la ciudad como su destino por recomendaciones de personas que anteriormente han estado en Cuenca y por otros por obtener previo conocimiento.

Al conocer estas características se da una pauta para conservar los atractivos que motivan a la mayoría de turistas, para que de esta manera la actividad turística se siga incrementando y diversificando por el bien de los ciudadanos cuencanos.



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

SECCIÓN 2

ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE CUENCA

La planta turística es el elemento conocido como la estructura productiva del turismo, siendo la cual hace posible el desplazamiento, la pernoctación y el aprovechamiento de los atractivos de un determinado lugar.

La planta turística constituye el tercer elemento del patrimonio turístico, los otros dos elementos lo conforman los atractivos turísticos y la infraestructura, la planta son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino, dentro de esta encontramos: alojamiento, restauración, esparcimiento y desplazamiento.

Es por eso que constituye un punto de vital importancia en el desarrollo de la actividad turística de cada región, ciudad o país.

La ciudad de Cuenca alberga una innumerable planta turística enfocada a satisfacer las necesidades de los turistas que tienen distintas motivaciones al llegar a la ciudad.

Según datos del ministerio de turismo del Azuay en su catastro de servicios turísticos registrados, se tiene como resultado:

TABLA 1

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	CATEGORIA	NUMERO
Agencia de Viajes	Dualidad	17
	Internacionales	39
	Mayoristas	3
	Operadoras	13

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Propia

Fecha: 16 de Julio del 2015

La ciudad de Cuenca cuenta con una variedad de agencias de viajes, de esta manera ofrecer a turistas nacionales y extranjeros los diferentes productos



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

turísticos con los que cuenta el país a nivel general, como se manifiesta anteriormente la mayoría son agencias internacionales por la misma actividad de este tipo de agencia, las mismas ofrecen paquetes a nivel nacional e internacional.

TABLA 2

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	CATEGORIA	NUMERO
Alojamiento	Apartamento Turístico	3
	Hostal	48
	Hostal Residencial	20
	Hostería	4
	Hotel Lujo	2
	Hotel Primera	15
	Hotel Segunda	11
	Hotel Tercera	6
	Motel	6
	Pensión	15
	Refugio	1

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Propia

Fecha: 16 de Julio del 2015

En cuanto al servicio de alojamiento se encuentran registrados 131 establecimientos divididos en apartamentos, hoteles, hosterías, hostales, moteles, pensiones y refugios, los cuales están dirigidos para diferentes tipos de públicos objetivos, lo cual se puede decir que es una excelente alternativa para la diversidad de turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cuenca, cumpliendo con las expectativas de los mismos.



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

TABLA 3

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	CATEGORIA	NUMERO
Esparcimiento	Bar	39
	Cafetería	32
	Fuente de Soda	83
	Restaurante	289
	Centro de Convenciones	1
	Discoteca	17
	Sala de Baile	19
	Salón de Recepciones	25

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Propia

Fecha: 16 de Julio del 2015

En cuanto a los establecimientos dedicados a la actividad de esparcimiento la ciudad cuenta con 505 registrados, entre bares, cafeterías, fuentes de soda, restaurantes, centro de convenciones, discotecas, salas de baile y salón de recepciones, ofertando una gran gama de opciones al momento que los turistas opten por salir a divertirse, comer o disfrutar de una buena charla, este tipo de servicios brinda un valor agregado a cualquier destino turístico, diversificando las actividades a realizar en el mismo.

TABLA 4

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	CATEGORIA	NUMERO
Transporte	Aéreo	5



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

	Terrestre	8
	Rent a car	5

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Propia

Fecha: 16 de Julio del 2015

Sin lugar a duda uno de los elementos básicos e importantes en un destino es la facilidad de movilidad, en Cuenca se encuentran registrados 18 establecimientos dedicados a la transportación turística, entre transporte aéreo, terrestre y rent a car, sin embargo es necesario comentar la desventaja en el transporte aéreo en la ciudad por no contar con un aeropuerto internacional.(Ver Anexo 3)

Es indispensable la amplia gama de servicios turísticos existentes en un destino para ofrecer a turistas nacionales y extranjeros, la ciudad de Cuenca en los últimos años ah dado un giro importante en la concepción del pensamiento turístico, lo que a traído como consecuencia la creación de un innumerable centros de diversión, restaurantes, bares, discotecas, establecimientos de pernoctación en todas sus categorías, empresas de transporte turístico, contribuyendo al desarrollo económico turístico en la ciudad y apoyando a la cadena productiva de la ciudad, generando fuentes de empleo y cabida a creación de pequeños y grandes negocios.



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

SECCION 3

DEFINICIÓN DEL PERFIL DEL TURISTA QUE USA EL CITY TOUR PANORAMICO, CASO PRACTICO EMPRESA VANSERVICE INTERNACIONAL

La industria del turismo como cualquier otra industria basa sus ventas en marketing y técnicas de mercadotecnia, las cuales se hacen efectivas conociendo a profundidad cada característica del consumidor, de esta manera podremos ofrecer productos y servicios que cumplan cada una de las expectativas de cada consumidor, en el turismo cada visitante.

Es indispensable mencionar que la diversidad cultural y tradicional del mundo hace a cada ser humano distinto de pensamiento, gustos y preferencias, influenciados además por factores sociales, económicos, religiosos y tecnológicos dando como consecuencia la diversificación de perfiles de turistas. Alberto Pat Fernández y Guadalupe Calderón, manifiestan que el perfil turístico alude a la caracterización de un destino turístico basado en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas, permitiendo conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos. (Fernández, Calderón, 1).

Para la determinación del perfil del turista que utiliza el servicio de city tour panorámico en el bus de dos pisos en la ciudad de Cuenca se han realizado 84



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

encuestas a turistas nacionales y extranjeros (Ver Anexo 1), las cuales arrojan como resultados; de los 84 turistas encuestados el 34 % son turistas extranjeros, el 46% son turistas nacionales y el 10% residentes, los lugares de procedencia mayoritariamente de los turistas extranjeros son; Alemania, Francia y Estados Unidos y de los turistas nacionales Quito, Guayaquil y Machala, los rangos etarios de la mayoría de encuestados oscila entre 18 y 30 años, de estado civil solteros y de género femenino mayoritariamente con un 72%.

Otra de las características del perfil de los usuarios es que viajan mayoritariamente entre 1 y 2 veces al año, en el caso de turistas nacionales se refleja en el apoyo existente de parte de las autoridades para incentivar al turismo nacional con los feriados otorgados y en el caso de los turistas extranjeros su cultura natural por viajar hace que despierte la curiosidad de conocer nuevo lugares.

GRÁFICO 4



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Propia

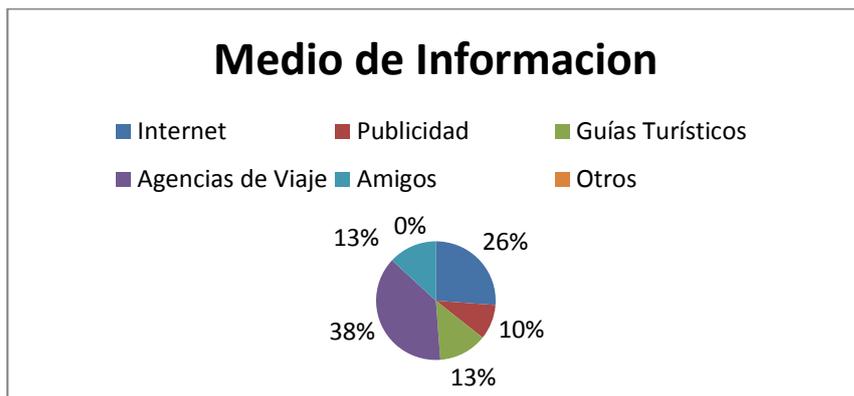
Fecha: 16 de Julio del 2015

El tiempo promedio de planificación de sus vacaciones es de dos meses, el principal medio utilizado para buscar información de su destino antes de ser visitado es el internet y las agencias de viaje, un 32% uso el servicio de agencia de viajes para optar por el destino Cuenca y un 22% ah hecho uso del internet para investigar información.

GRÁFICO 5



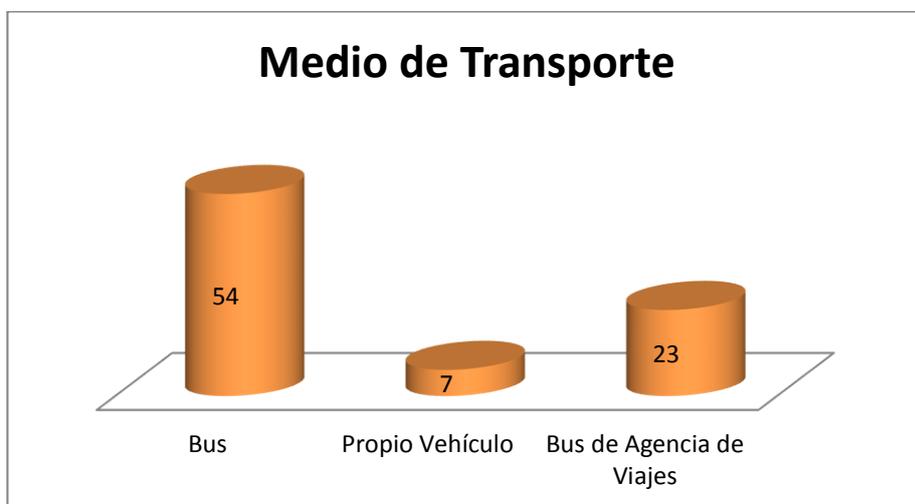
Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.



Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015

Un 44% de los entrevistados viajan acompañados de sus amigos, por su rango etario prefieren hospedarse en un hostel, lo que está representado por su nivel de ingresos el cual oscila entre \$300 y \$1000 dólares mayoritariamente, factor que justifica aspectos como el tipo de hospedaje y de transporte, puesto que un 53% llego a la ciudad de Cuenca en bus.

GRÁFICO 6



Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015

Otro de los aspectos importantes que se investigó al realizar las encuestas es el medio de información que les llevó a usar el servicio, los resultados fueron tres puntos importantes que sirven para potenciar el plan de publicidad, la



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

mayoría manifestaron que el servicio fue recomendado por taxistas, seguido de esto que vieron el bus al caminar por la ciudad y que les recomendaron amigas y familiares de la ciudad.

La principal razón que les impulsó al uso del servicio de city tour panorámico fue el conocer los diferentes puntos de la ciudad en poco tiempo, de una manera segura y cómoda a un precio razonable, sin embargo manifiestan en un 55% que el servicio es bueno y tan solo un 9% excelente.

GRÁFICO 7



Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015

Estas características de los turistas dan una visión amplia e importante para tomar acciones en pro de mejorar los servicios ofrecidos por parte de la empresa VanService Internacional y para tener una visión más amplia y general de los turistas en general que visitan la ciudad de Cuenca, ayudándonos satisfacer sus necesidades y utilizar la poderosa arma del siglo XXI la publicidad de boca en boca que representa la mejor técnica a nivel mundial.



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

SECCIÓN 4

ENSAYO: ENFOQUE DE UN PUNTO DE VISTA, ANÁLISIS CRÍTICO, ARGUMENTOS DEL CONTEXTO Y REFLEXIONES DENTRO DEL MISMO.

3.1 ENFOQUE DE UN PUNTO DE VISTA

El mundo del turismo es variante y flexible, abierto a nuevas ideas e iniciativas, en la ciudad de Cuenca la creación de esta actividad turística se convirtió en un atractivo importante dando la oportunidad que los turistas puedan tener una expectativa general de la ciudad. Idea basada en un modelo extranjero el city tour panorámico nace de la iniciativa de la empresa privada creando una nueva expectativa de diversión, conocimiento y aprovechamiento de la ciudad de Cuenca, constituyéndose hoy por hoy en una de las principales actividades a disfrutar al visitar la ciudad.

3.2 ANALISIS CRÍTICO

El nivel de instrucción universitario aportó al conocimiento y desarrollo de la investigación con conocimientos de carácter formal, asignaturas clave e importantes en el pensum universitario de cierto modo ayudaron a compensar vacíos durante la carrera universitaria que han sido un apoyo para tener ideas más claras alcanzando un conocimiento amplio en el ámbito turístico y



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

pudiendo reflejar al momento de definir el perfil del turista que usa el city tour panorámico.

3.3 ARGUMENTOS DEL CONTEXTO

El resultado de este documento presenta un análisis de las características de los visitantes y turistas tanto nacionales como extranjeros que llegan a la ciudad de Cuenca, la importancia de analizar este sector se manifiesta en la cantidad de turistas que acuden cada año a este destino, se efectúa la investigación con métodos prácticos como la observación en los diferentes horarios del city tour panorámico, así como encuestas a las personas vinculadas directamente con la actividad turística determinando de esta manera características como edad, ocupación, género, capacidad adquisitiva, gasto turístico además del lugar de procedencia, estancia media.

3.4 REFLEXIONES DENTRO DEL MISMO

La investigación del ensayo ha aportado para conocer a fondo el perfil de visitante del cantón y analizar la planta turística del mismo. A nivel general, con lo que respecta al perfil de visitante del cantón Cuenca en su mayoría son internacionales.

Los turistas nacionales, por otro lado, llegan a la ciudad en épocas determinadas como feriados nacionales, y temporadas de vacaciones en las diferentes regiones, mejorar el servicio en los diferentes aspectos turísticos aporta al desarrollo del país.



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

CONCLUSIONES

Conocer el perfil del turista de una ciudad o empresa constituye un elemento importante en el proceso de servicio al cliente, puesto que el mismo dará lugar a la creación de estrategias para la satisfacción de necesidades y cumplimiento de expectativas, aportando al desarrollo de calidad dentro de un servicio turístico.

Los turistas que visitan la ciudad de Cuenca y hacen uso del city tour panorámico en el bus de dos pisos, mayoritariamente son personas en un rango etario de 18 a 30 años, con expectativas de conocer y tener nuevas aventuras, sin importar el precio que deban pagar, lo que constituye una ventaja para poder potenciar esta y otras actividades a desarrollarse en la ciudad.

Los servicios turísticos están conformados por; la restauración, el alojamiento, el esparcimiento y la intermediación, los mismos que en un destino representan parte fundamental de la calidad de viaje que los turistas perciban, razón por la cual un servicio de excelencia se hace indispensable.

La principal motivación de los turistas que usan el city tour panorámico es el conocer la ciudad en un tiempo corto a un precio cómodo, de una manera



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

moderna y cómoda, de la misma manera conocer los atractivos principales de la ciudad.

RECOMENDACIONES

Se debe realizar más a menudo este tipo de trabajos de investigación, puesto que son cortos y se aplica de manera precisa los conocimientos en el tema a tratar, de esta manera motivando a los estudiantes.

Es importante recibir mayor apoyo de entidades públicas al momento de brindar información que aporte al desarrollo de trabajos de investigación, sabiendo que los resultados obtenidos servirán como aporte al desarrollo de nuevas teorías en el ámbito que se desenvuelva.

Es importante plantear un programa de difusión de resultados de las investigaciones, para que de esta manera se dé a conocer las recomendaciones a la problemática que se han generado a lo largo del desarrollo de la investigación.



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

BIBLIOGRAFIA

- Ander-Egg, Ezequiel y Pablo Valle. *Guia para preparar monografias y otros textos expositivos*. Lumen/Humanitas, 2008.
- Boullon, Roberto. *Planificación del espacio turistico*. Trillas, 1997.
- Borja, Luis , Casanovas Andreu. *El Consumidor Turistico*. EISEC Editorial, Madrid, 2002.
- Carvalho, Paulo. *Patrimonio, Turismo e Lazer*, Brasil, Universida Tecnica, 2006.
- Dann, Humberto. *Principales Motivaciones Turisticas*. Universidad de Granada, 1981.
- Gonzales Mirna, Rodrigo Jose. *Gestion Estategica del Turismo*. Barcelona, Universidad de Holguin, 2009.
- Mancuso, Hugo R. *Metodología de la Investigación en ciencias sociales. Lineamientos teóricos y prácticos de semioepistemología*. Paídos, 2006.
- Matute, Peña y otros . *Aspectos Sociopsicologicos del Turismo*. Edicion Gartuita, Perù, 2001.
- Monsalve, Rodrigo. *Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad*. Ecuador, Monsalve Moreno, 2003.



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

Tello Juan, *Perfil del Turista que visita Monterrey*, Manual tecnico, Mexico,2013.

GLOSARIO DE TERMINOS

- **TURISMO:** Conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.(OMT, 1)
- **TURISTA:** Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación (OMT).
- **VISITANTE:** Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados (OMT).
- **PERFIL :** Perfil turista/visitante: alude a la caracterización a un destino turístico. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos. (Pat, 1)



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

- **CITY TOUR PANORAMICO:** Recorrido por la ciudad que se hace visitando los lugares más representativos a bordo de un bus con vista panorámica que permita disfrutar de la vista de la ciudad. (Fuster,1)
- **DESTINO:** El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. (OMT)

ANEXOS



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

ANEXO 1

Para realizar las encuestas se tomaron datos de alrededor de 85.000 turistas nacionales y extranjeros en el año 2013, con un nivel de confianza del 90% y un grado de error de 0.09% en la fórmula de la muestra.

Se aplicó la siguiente fórmula de la muestra:

S= 0.5 Varianza Poblacional **N= 67.800** Unidad Muestral

Z= 1,65 (90%) Nivel de Confianza **E= 0.09%** Error

$$n = \frac{S^2 \cdot Z^2 \cdot N}{(N - 1) \cdot E^2 + S^2 \cdot Z^2}$$

$$n = \frac{(0,5)^2 \cdot (1,65)^2 \cdot (85.00)}{[85.000 - 1] \cdot (0,09)^2 + (0,5)^2 \cdot (1,65)^2}$$

$$n = \frac{46146,375}{549,852525}$$



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

MODELO DE ENCUESTA

ENCUESTA

Este cuestionario es de mucha utilidad como instrumento de recolección de datos que será para la investigación titulada: “*Perfil del Visitante que usa el bus de dos pisos, aplicado a la empresa VanService Internacional*”, que será desarrollada como trabajo de graduación para la obtención del título de Licenciatura en Administración Turística en la Universidad de Cuenca, Facultad Ciencias de la Hospitalidad. Se solicita de la manera más comedida se dignen llenar el siguiente cuestionario de manera honesta, ya que la información es de gran importancia.

Lugar de procedencia: _____ **Sexo:** F M

Rango de edad:

5 - 17

18 – 30

31 – 40

51 – 60

Más de 60

Estado Civil: Soltero

Casado

Divorciado

Unión Libre

1. Por orden de importancia enumere los motivos principales de su visita a Cuenca.

Diversión

Descanso o placer

Estudios

Turismo

Visita a familiares

Negocios

Otros

2. ¿Cuáles fueron los factores que influyeron en su decisión de visitar Cuenca?.

Recomendaciones

Interés por conocer nuevos lugares

Conocimiento previo del lugar

Diversidad de actividades

Cercanía de su lugar de origen

Visitar a familiares o amigos

Precios

Trabajo

Disponibilidad de tiempo

Otros _____

3. ¿Cuántas veces al año viaja usted?

4. En relación a sus preferencias, ¿Qué tipo de atractivo le resulta de mayor interés?.

Natural

Arqueológico

Otros

Cultural

Arquitectónico

5. Marque con una X. ¿Cómo se enteró de Cuenca?



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

MODELO DE ENCUESTA EN INGLES

SURVEY

This questionnaire is very useful as a tool for data collection which will be for research entitled: "*Visitor's profile at the double-decker bus, in VanService Internacional Company*", which will be developed as work of graduation for the Bachelor's degree in Tourism at the University of Cuenca, Faculty of Hospitality. Please, fill the following questionnaire honestly, since the information is of great importance.

Place of origin: _____

Sex: M F

Age range:

5 - 17

18 – 30

31 – 40

51 – 50

51 – 60

Más de 60

Marital status:

Single

married

divorced

Union free

1. In order of importance, list the main reasons of your visit in Cuenca.

Fun

Rest or pleasure

Studies

Other _____

Tourism

Visit relatives

Business

2. In order of importance, list the factors that influenced your visit.

Recommendations

Interest in new places

Previous knowledge of the place

Variety of activities

Proximity to your place of origin

Visit to family/relatives or friends

Prices

Work

Time availability

Other _____

3. How many times do you travel in a year?

4. In relation to your preferences. What type of attraction is the most interesting for you?



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

Natural _____
 Archaeological
 Other
 Cultural _____
 Architectural

5. Mark with an X. What type of media help you find information about Cuenca?

Internet _____ Publicity _____ Travel _____
 Agencies _____
 Relatives or friends _____ Touristic guides _____ Other _____

6. Mark with an X. Which was the means of transport used to get to this destination?

Bus _____ Own car _____ Travel agency bus _____

7. Mark with an X. You travel:

Alone _____ With a partner _____ Family _____
 With friends _____ With a group _____ Other _____

8. If you decide to stay the night at the town, you prefer to stay in:

A hotel _____ A lodging house _____ Family _____ or
 friends house _____
 A hostel _____ A refuge _____ Other _____

9. Did you know that Cuenca was declared as Cultural patrimony of the humanity?

YES _____ NO _____

If your answer is Yes, did it influenced in your decision to visit the city?

10. What is your average income?

\$300 to \$1000 _____ \$2000 to \$3000 _____ \$3000 or more _____

11. How long it took you to plan your trip?

Less than 8 days _____ From 16 days to 1 month _____
 From 9 days to 15 days _____ More than 2 months _____

12. How did you know about the double-decker bus?

13. Why did you decided to take the double-decker bus as a city tour?

14. In relation to the price that you paid for the city tour, how would you qualify our service?



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

Bad
Regular
Good
Excellent

Thanks for your kind help!

ANEXO 2

TABULACION DE ENCUESTAS

A continuación se exponen los resultados obtenidos en las encuestas realizadas para el estudio del perfil del turista que usa el city tour panorámico en el bus de dos pisos de la empresa VanService Internacional, las cuales fueron realizadas con el objetivo de obtener información que ayude a delimitar los gustos y preferencias de los usuarios.

INFORMACION GENERAL:

De los 84 turistas encuestados el 34 % son turistas extranjeros, el 46% son turistas nacionales y el 10% residentes, los lugares de procedencia mayoritariamente de los turistas extranjeros son; Alemania, Francia y Estados Unidos y de los turistas nacionales Quito, Guayaquil y Machala, los rangos etarios de la mayoría de encuestados oscila entre 18 y 30 años, de estado civil solteros y de género femenino mayoritariamente con un 72%.

PREGUNTA 1: Señale el motivo principal de su visita a Cuenca.

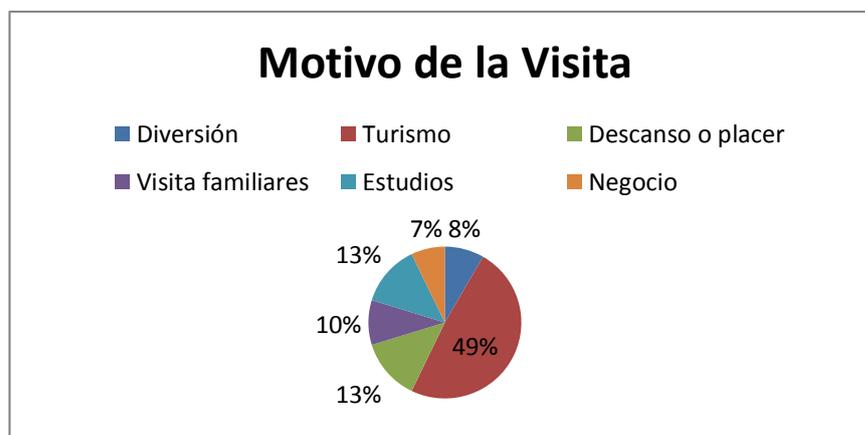
Diversión	7
Turismo	41
Descanso o placer	11
Visita familiares	8



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

Estudios	11
Negocio	6
TOTAL	84

Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015



Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015

El 49% de los encuestados manifiesta que visitan la ciudad de Cuenca por turismo, seguido de descanso o placer con un 13% y estudios con un 13%, uno de los factores que se asocia a las respuestas es que la ciudad es un destino de retiro y descanso y se ha hecho conocido de esa manera a nivel internacional, además de ser la tercera ciudad más importante del País por lo que es promocionada turísticamente como un destino potencial.

PREGUNTA: 2 Cuáles fueron los factores que influyeron en su decisión de visitar Cuenca.

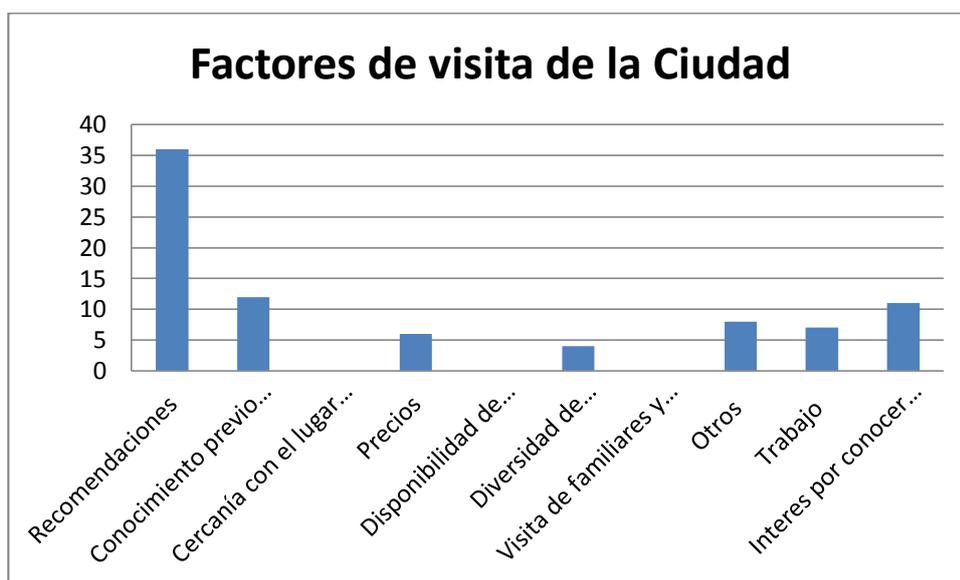
Recomendaciones	36
Conocimiento previo del lugar	12
Cercanía con el lugar de origen	
Precios	6
Disponibilidad de Tiempo	
Diversidad de Actividades	4
Visita de familiares y amigos	
Otros	8



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

Trabajo	7
Interés por conocer nuevos lugares	11
TOTAL	84

Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015



Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015

Como se puede observar el 36% de los encuestados viene a la ciudad por recomendaciones de terceros, dando como resultado positivo la publicidad de boca en boca, dando como consecuencia un efecto multiplicador, seguido de eso tenemos que algunas personas han vuelto a visitar la ciudad generalmente los turistas ecuatorianos, así como la iniciativa de conocer nuevos lugares con un 11%.

PREGUNTA: 3. ¿Cuántas veces al año viaja usted?

1 Vez	34
2 Veces	25
3 Veces	12
5 Veces	3
6 Veces	6



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

7 Veces	4
TOTAL	84

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Propia

Fecha: 16 de Julio del 2015



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Propia

Fecha: 16 de Julio del 2015

El 34% de los encuestados viajan al menos una vez al año y un 25% 2 veces al año, lo que permite potenciar y aprovechar de los recursos turísticos con los que cuenta la ciudad de Cuenca y crear mecanismos de atracción a turistas, de esta manera se aportará positivamente al desarrollo económico y social de la ciudad.

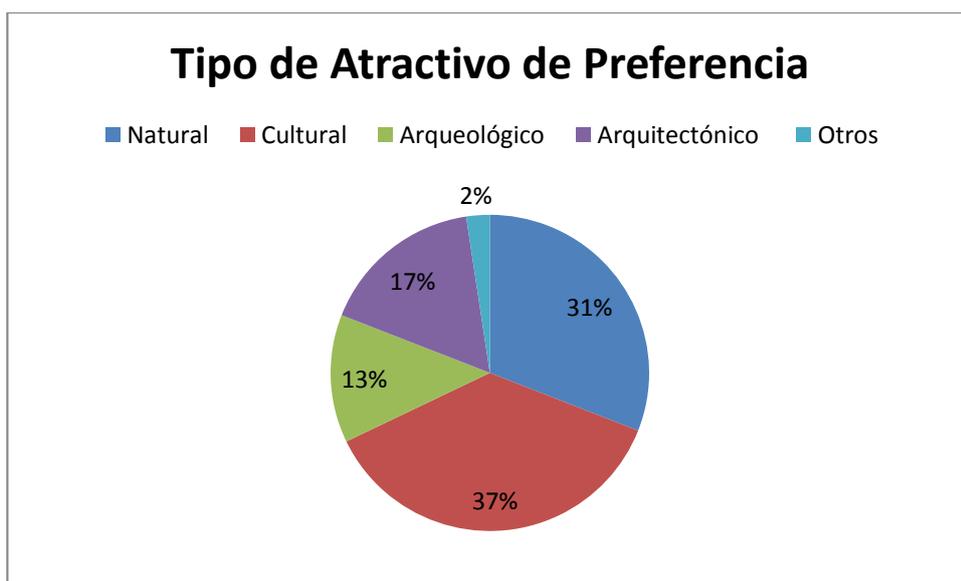
PREGUNTA: 4. En relación a sus preferencias, ¿Qué tipo de atractivo le resulta de mayor interés?

Natural	26
Cultural	31
Arqueológico	11
Arquitectónico	14
Otros	2
TOTAL	84



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015



Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015

Conociendo que Cuenca fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad se puede evidenciar mediante la encuesta que mayoritariamente con un 37% los encuestados prefieren los atractivos culturales de la ciudad, seguido por un 31% con tendencia a preferir los atractivos naturales.

PREGUNTA 5: Marque con una X. ¿Cómo se enteró de Cuenca?

Internet	22
Publicidad	8
Guías Turísticos	11
Agencias de Viaje	32
Amigos	11
Otros	0
TOTAL	84

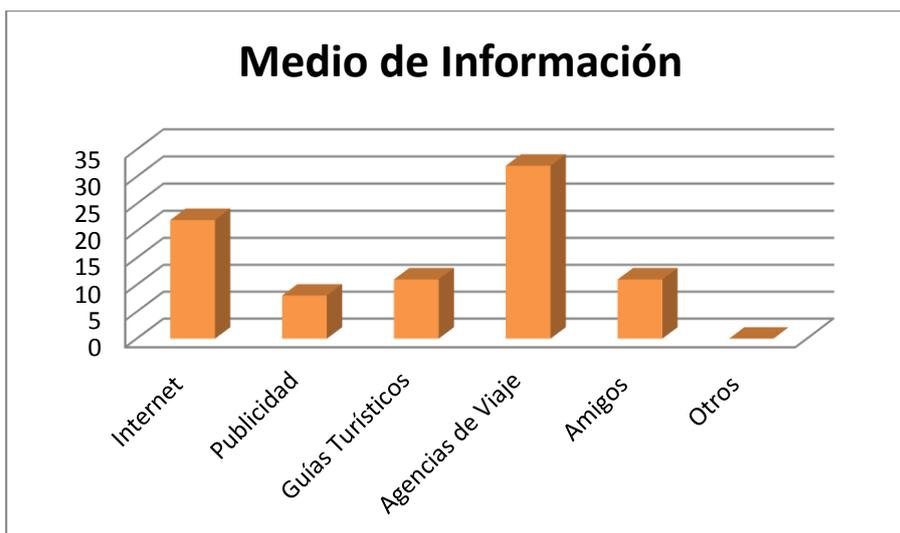


Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Propia

Fecha: 16 de Julio del 2015



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Propia

Fecha: 16 de Julio del 2015

La mayoría de los encuestados se han enterado de la ciudad de Cuenca por medio de una agencia de viajes un 32% de encuestados manifiestan, sin embargo en segundo lugar y no por eso menos importante con un 22% se informaron a través de internet siendo el medio de comunicación más usado en estos días.

PREGUNTA 6: Señale ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar a este destino?

Bus	54
Propio Vehículo	7
Bus de Agencia de Viajes	23
TOTAL	84

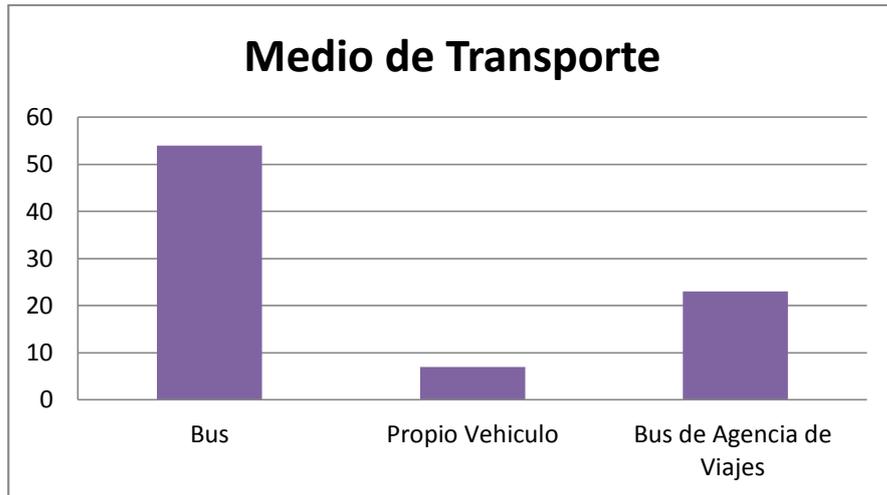
Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Propia

Fecha: 16 de Julio del 2015



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.



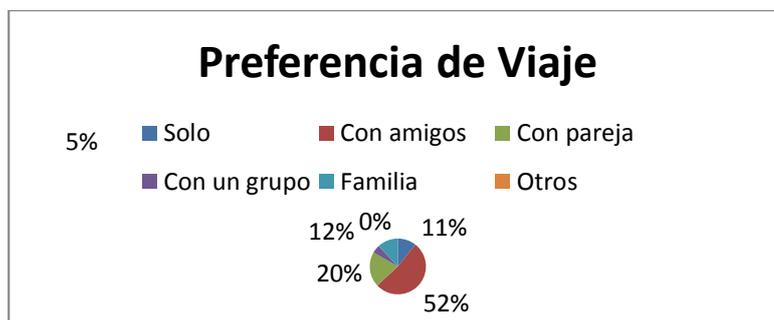
Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015

Un 54% de los encuestados usa como medio de transporte para llegar al destino el bus público, seguido de un 23% que llega al destino por medio de su agencia de viajes y un 7% en vehículo propio, este último se puede englobar en los turistas nacionales.

PREGUNTA 7: Señale ¿Cómo prefiere viajar?

Solo	9
Con amigos	44
Con pareja	17
Con un grupo	4
Familia	10
Otros	
TOTAL	84

Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015





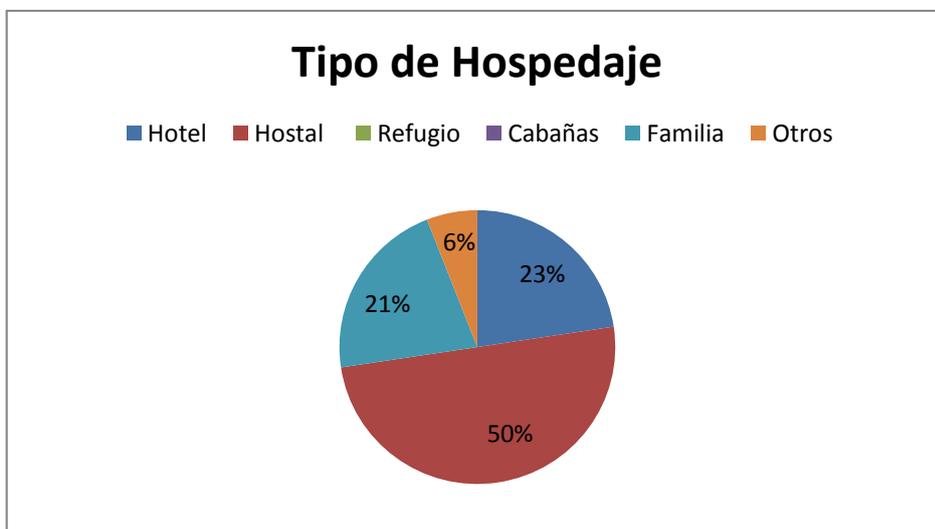
Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015

PREGUNTA 8: ¿ Qué tipo de hospedaje, usted prefiere ?

Hotel	19
Hostal	42
Refugio	
Cabañas	
Familia	18
Otros	5
TOTAL	84

Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015



Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015

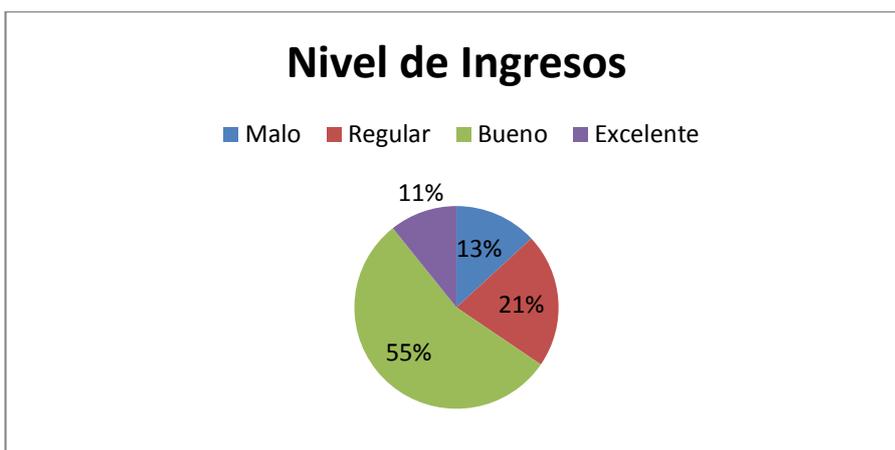


Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

PREGUNTA: 10. ¿Cuál es su promedio de ingresos?

\$300 a \$1000	53
\$200 a \$3000	21
\$3000 o mas	10
TOTAL	84

Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015



Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015

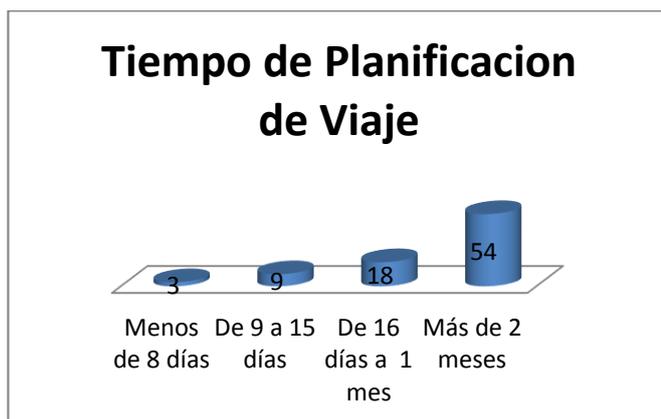
PREGUNTA: 11. ¿Cuánto tiempo le llevo planificar su viaje?

Menos de 8 días	3
De 9 a 15 días	9
De 16 días a 1 mes	18
Más de 2 meses	54
TOTAL	84

Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.



Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015

12. ¿Cómo se enteró del city tour en el bus de dos pisos?

La mayoría de los encuestados manifestaron haber conocido el bus de dos pisos por recomendaciones de taxistas o lo vieron mientras caminaban por la ciudad, una minoría apenas lo consiguió a través de una agencia de viajes.

13. ¿Por qué decidió tomar el city tour en el bus de dos pisos?

La mayoría de los encuestados dicen haber tomado el bus de dos pisos para conocer la ciudad en corto tiempo y aun precio cómodo, de una manera distinta y segura sin correr riesgos de asaltos.

14. ¿En relación al precio que usted pago por el city tour cómo calificaría nuestro servicio?

Malo	11
Regular	18
Bueno	46
Excelente	9
TOTAL	84

Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Propia Fecha: 16 de Julio del 2015



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Propia

Fecha: 16 de Julio del 2015

ANEXO 3

CATASTRO DE ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE CUENCA ACTUALIZADO AL 2013

ESTABLECIMIENTOS	CATEGORIA
Cantón : CUENCA	
PARROQUIA: Cuenca	
<i>Agencias de Viajes</i>	
<i>DUALIDAD</i>	
<i>ACTUALITI TRAVEL</i>	Dualidad
AERORUTASML	Dualidad
APULLACTA	Dualidad
AVILESWORLD TRAVEL SERVICE	Dualidad
ENMOTOUR No. 2	Dualidad
FAVIZTOURS	Dualidad
HUALAMBARI TOURS	Dualidad
IRMA'S TOURS	Dualidad
IXATOURS	Dualidad
PAZHUCA TOURS	Dualidad
PREMIER TRAVEL	Dualidad
RAMTOURS	Dualidad
SORY TOURS	Dualidad



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

SOLEILVIAJES	Dualidad
TERRADIVERSA THE TRAVEL CENTER	Dualidad
TURISA PRINCIPAL	Dualidad
XIMENATOURS	Dualidad
INTERNACIONALES	
AEROMAR	Internacional
CUENCATURS	Internacional
AEROVENTAS	Internacional
ANDIVIAJES	Internacional
ALAS TOURS S.	Internacional
ALPHA TRAVEL	Internacional
AUSTRO TOURS	Internacional
ORDOÑESTRAVEL	Internacional
BOONROUTE	Internacional
CONEXIÓN TOURING KARINA YEPEZ	Internacional
CORPOVIAJES	Internacional
DELGADO TRAVEL	Internacional
DELTRAVEL	Internacional
ECTOURS	Internacional
EXPRESOTOURS	Internacional
ESPINOZAS TOURS	Internacional
GRAN TURS D.B. PRINC.	Internacional
GRAN VIA	Internacional
GUIA TOUR	Internacional
INTERVIAJES	Internacional
KLEIN TOURS	Internacional
METROPOLITAN TOURING	Internacional
MEGAVIAJES	Internacional
MOMPO TRAVEL	Internacional
MUNDOVIAJES	Internacional
POZO-GARCES TRAVEL SERVICE	Internacional
RAMATRAVEL	Internacional
ROOTOURS PRINC.	Internacional
ROOTOURS SUC.	Internacional
ROUND TRIP	Internacional
SEITUR	Internacional
STI ECUADOR	Internacional
SEMARTOURS .	Internacional
SULTANA TOURS	Internacional
SURVIAJES	Internacional
TOURVIAJES	Internacional
TRANSVIAJES DEL AUSTRO	Internacional
TRAVEL MUNDI	Internacional



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

VIAJES EDUCATIVOS IDIOMAS TRAV	Internacional
VAZTOURS	Internacional
MAYORISTAS	
INTERNACIONAL TOURS UNIVERSAL TOURS	Mayorista
VIAMERICA	Mayorista
OPERADORAS	
ALMIBAR TOURS	Operadora
AYAXTRAVEL	Operadora
BIKETATOURS Y ADVENTURES	Operadora
CAZHUMA TOURS CIA. LTDA.	Operadora
CONDORTOURS	Operadora
ECOTREX	Operadora
EXTREMVENTURA	Operadora
JACIS TRAVEL	
ELMOCTOUR	Operadora
ATENASTOURS	Operadora
SANTA ANA	Operadora
OPERAZUAY TOURS	OPERADORA
TINAMU	Operadora
Alojamiento	
<i>Apartamento Turístico</i>	
OTORONGO	Primera
PASEO REAL	Segunda
PANAMERICANO	Tercera
<i>Hostal</i>	
LOS ANGELES	Primera
AMAZONAS	Primera
BRISTOL	Segunda
LA CASONA	Primera
COLONIAL	Primera
CORDERO	Primera
CASA SAN RAFAEL	Primera
LA CASTELLANA	Primera
CHORDELEG	Primera
HURTADO DE MENDOZA	Primera
INCA REAL	Primera
OXFORD	Tercera
LA ORQUIDEA	Primera
POSADA DEL ANGEL	Primera
MANANTIAL	Primera
MANSION ALCAZAR	Primera



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

RIO PIEDRA	Primera
SAN ANDRES	Primera
SANTA LUCIA	Primera
LA ALBORADA	Segunda
ABU DHABI	Segunda
EL CAJAS	Segunda
CUATRO RIOS	Segunda
CARIBE INN	Segunda
CASA DEL RIO	Segunda
MEDIO EJIDO	Segunda
CASA DEL BARRANCO	Segunda
HAMILTON	Segunda
LA JOYA	Segunda
MAAVANIC	Segunda
EL MONASTERIO	Segunda
PICHINCHA INTERNACIONAL	Segunda
PALACIO REAL	Segunda
ZAMBRANOS	Segunda
EL VERGEL	Segunda
CASA NARANJA	Tercera
ARANJUEZ	Tercera
AMIEL	Tercera
EL CAFECITO	Tercera
LA ESCALINATA	Tercera
LOS HELECHOS	Tercera
HUAYNACAPAC	Tercera
MANHATAN	Tercera
LATINA	Tercera
MACONDO	Tercera
MILAN	Tercera
LA PAZ	Tercera
<i>Hostal Residencia</i>	
<i>MORENICAS DEL ROSARIO</i>	Primera
GALEON INTERNACIONAL	Segunda
HARO	Primera
CHOLA CUENCANA	Segunda
PAREDES	Segunda
SANTA FE	Segunda
SAMAY	Segunda



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

SIBERIA	Segunda
ALAMOS No.1	Tercera
MOISES	Tercera
ASTORIA	Tercera
AZUAYA	Tercera
GRANADA	Tercera
LA CASA CUENCANA	Tercera
EL MONARCA	Tercera
NIZA	Tercera
EL REFUGIO	Tercera
VERDE LIMON	Tercera
RAMADA	Tercera
SANCHEZ	Tercera
Hostería	
CHAULLABAMBA	Primera
CABALLO CAMPANA	Primera
CABAÑAS DE NARANCAY	Segunda
BAGUANCHY	Primera
QUINTA JULITA	Segunda
Hotel	
EL DORADO	Lujo
ORO VERDE	Lujo
ALLI TIANA	Primera
ATAHUALPA	Primera
CATEDRAL	Primera
SAN JUAN	
CARVALLO	Primera
CONQUISTADOR EL No. 1	Primera
HOTEL SANTA MONICA	Primera
CRESPO	Primera
CUENCA	Segunda
ENSUEÑOS	Segunda
PATRIMONIO	Primera
ITALIA	Primera
PINAR DEL LAGO	Primera
PRESIDENTE	Primera
SANTA ANA	Primera
VICTORIA	Primera
EL PRINCIPE	Primera
TOMEBAMBA	Segunda



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

YANUNCAY	Primera
ATENAS	Segunda
EUROPA	Segunda
LAS AMERICAS	Segunda
EL CISNE	Segunda
VASQUEZ INN	Segunda
ESPAÑA	Segunda
RIOS DEL VALLE	Segunda
PRADO INN	Segunda
EL QUIJOTE	Segunda
GRAN HOTEL	Tercera
NORTE	Tercera
PICHINCHA	Tercera
TITO	Tercera
Hotel Apartamento	
Motel	
<i>EL JADE</i>	Primera
<i>EL EDEN</i>	Primera
LA LUNA	Primera
LOS PINOS	Primera
LAS RETAMAS	Primera
RUMOURS	Tercera
Pensión	
COFRADIA DEL MONJE	Primera
NUESTRA RESIDENCIA	Primera
LA POSADA DEL REY	Primera
AMERICANO	Segunda
VILLA DE RIO	Primera
EL CAPITOLIO	Segunda
CAPITOLIO N 2	TERCERA
GREN SPOT LOPDGE	SEGUNDA
POSADA TODOS SANTOS	Segunda
PACHAMAMA	Segunda
ANDALUZ	Tercera
ALHAMBRA	Tercera
MAMA LATINA	Tercera
LA CASA CUENCANA	Tercera
GAVIOTA DORADA	Tercera
REFUGIO	
LEARNAYA	SEGUNDA
Casino	
MAJESTIC	Primera
Bar	



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

SPORT PLANET	Primera
WUNDERBAR	Primera
EUCALYPTUS	Segunda
CHINA BAR KARAOKE	Segunda
FRUTILADOS	Segunda
PAROLA	SEGUNDA
KARAOKE DE LA REMIGIO	Segunda
MAS BAR SPORT	Segunda
EL NOPAL	Segunda
RUBYRED	Segunda
AMNESIA	Tercera
AÑORANZAS	Tercera
CAFÉ & CO	Tercera
LA CAVERNA	Tercera
CACAO Y CANELA	Tercera
CHELO BY SHE	Tercera
MOJITO CLUB	Tercera
LONG STEET	Tercera
CLASICOS! BAR	Tercera
FUZZION	Tercera
BLANCO Y NEGRO	Tercera
FOREVER	Tercera
FRIENDS	Tercera
LA GRANJA AZUL	Tercera
HABANA CAFÉ	Tercera
HUEQUITA	Tercera
MEDIA NARANJA BAR KARAOKE	Tercera
MONDAY BLUE	Tercera
LA PALMA	Tercera
EL BARRIL	Tercera
RU`ACH KARAOKE	Tercera
LA SIEMBRA	Tercera
SPORT BAR EL JARDIN	Tercera
SPOR BAR AÑOS 80	Tercera
TROVADOR	Tercera
LA TERRASA	Tercera
PERSIA PIPA BAR	Tercera
VIKINGOS	Tercera
Cafetería	
ANGELUS	Primera
DELICENTRO PANESA	Primera
PIACERE	Primera
LOS PIBES	Primera
PITYS	Primera
PITYS SUCURSAL	Primera



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

NICE CREAM	Primera
TUTTO FREDO N 1	Primera
TUTTO FREDO N 3	Primera
TUTTO FREDO N 4	Primera
ARTE CON SABOR A CAFÉ	Primera
CAFE CAFE	Segunda
LA CHIMENEA	Tercera
MOCAFEBAR	SEGUNDA
EL CISNE	segunda
CHRI'S	Segunda
LA CREPERIA	Segunda
GELATERIA LA FORNACE	Segunda
GOURMAND	Tercera
APETIT 'O	Tercera
MANDRAGORA	Segunda
EL MONITO	TERCERA
PARADERA	Tercera
CINEMA CAFE	Tercera
EL CORCEL	Tercera
EL COYOTE	Tercera
EXPRESS	Tercera
FLAMINGO	Tercera
LA PEÑA CAFÉ	Tercera
EL LABRADOR	Tercera
LITTLE ITALY	Tercera
MOCA	Tercera
MOLIENDO CAFE	Tercera
PROHIBIDO CENTRO CULTURAL	Tercera
<i>Fuente de Soda</i>	
<i>EL ESPAÑOL</i>	Primera
<i>FRUTILADOS N 2</i>	Primera
<i>FRUTILADOS N 3</i>	Primera
<i>FROZEN YOGURT</i>	Primera
CAPPUCCINO	Primera
HOLANDA	Primera
MONTE BIANCO	Primera
MONTEBIANCO N.1	Primera
MONTE BIANCO N° 3	Primera
NICE CREAM N°2	Primera
TROPIBURGER	Primera
YOGURT PERSA	Primera
PAN DE BONOS	Primera
SNOBIZ No. 1	Primera
SNOBIZ No 2	Primera
EL ANDALUZ	Segunda
CAFE OLE	Segunda



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

LA FAMA	Segunda
LA FAMA N. 2	Segunda
FROZ N SWEET	Segunda
FRUTILADOS	Segunda
EL MONO	Segunda
MONO EL SUC.	Segunda
EL MONO # 3	Segunda
REFUGIO DEL MONO	Segunda
ROYAL DULCERÍA	Segunda
SWISS DELI	Segunda
EL VIEJO TEATRO	Segunda
BARNY	Tercera
LA CARROZA	Tercera
DOCE HELADERIA	
LA CASA DE LAS AREPAS	Tercera
LOS COPIHUES	Tercera
COFFE SHOP	Tercera
COPIHUES No.1	Tercera
COPPELIA	Tercera
CORALCAFE	Tercera
CYBERCOM	Tercera
DON LOREN	Tercera
DUMBO	Tercera
ESQUINA DEL HELADO	Tercera
FERNAND`S BURGUER	Tercera
GIMMI'S	Tercera
GOLOSOS	Tercera
GOLOSINA DE ANTAÑO	Tercera
HELADOS DE PAILA	Tercera
HELADOS DE PAILA DE IBARRA	Tercera
JHONN'S	Tercera
JOSSE'S	Tercera
JHULYS	Tercera
KLEBER`S	Tercera
LEO'S	Tercera
LOMITOS	Tercera
LA MANZANA	Tercera
MICKEY MOUSE	Tercera
MONO CHICO	Tercera
PIEDADCITA	Tercera
LA CASA DEL HELADO	Tercera
RINCON QUITAÑO	Tercera
SANDWICH PLACE	Tercera
TRIGO PAN	Tercera
TRONCOS BURGUER	Tercera
EL VECINO	Tercera
VIKINGO	Tercera



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

YOGURTH N.1	Tercera
YOGURTH N.2	Tercera
YOGURTH N.3	Tercera
ZA--- ZA	Tercera
ZONA COSTEÑA	Tercera
EL SABROSON	Tercera
Restaurant	
<i>CRETA</i>	lujo
EL JARDIN	Lujo
RANCHO CHILENO PRINCIPAL	Segunda
VILLA ROSA	Lujo
TODOS SANTOS	PRIMERA
AEROPUERTO	Primera
BALCON QUITIÑO SPORT	Primera
RESTAURANTE CANORO	Primera
LOS CEVICHES DE LA RUMIÑAHUI	Primera
LA CASONA DEL PUENTE ROTO	Primera
CASTILLO DEL RIO	Primera
CHIFA MAGICO ORIENTAL	Primera
DE NICOLE	Primera
DOÑA CHARITO	Primera
DOÑA MENESTRA	Primera
DOÑA MENESTRA N 2	Primera
DOÑA MENESTRA N3	Primera
<i>LA HERRADURA EXPRESS</i>	Primera
K. F. C. No. 1	Primera
K. F. C. N 2	Primera
K. F. C. N 3	Primera
BURGUER KING	Primera
LOS MOLINOS DEL BATAN	Primera
LA PARRILLADA DEL ÑATO	Primera
PIO PIO N° 1	Primera
PIZZA HUT	Primera
RANCHO CHILENO SUCURSAL	Primera
NIKITA BISTRO	Primera
SUN SHNITZELWIRT	Primera
ZONA REFRESCANTE	Primera
AUSTRIA	Segunda
ARRIERO	Segunda
EL ARUPO	Segunda
EL ARRECIFE	Segunda
EL ASADOR No. 1.	Segunda
ÑANDU N 1	Segunda
ASADOR EL No. 3	Segunda
ASADOR EL No, 4	segunda
ASADOR EL No. 5	Segunda
BALCON QUITIÑO No.1	Segunda



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

BALCON QUITEÑO NO.2	Segunda
LA BARRACA	Segunda
EL BARRANCO	Segunda
BERTUCHIS	segunda
BOGAVANTE	Segunda
BROSTHER CHICKEN	Segunda
LOS CAPULIES	Primera
CAFE LATINO	Segunda
CALAMAR	Segunda
LAS CAMPANAS	Segunda
EL CANTARO	Segunda
EL CAPORAL	Segunda
CASA DE CAMPO	Segunda
LA CASA DEL MARISCO	Segunda
LA CASONA DEL PUENTE ROTO	Segunda
COPPELIA NO.3	Segunda
EL CORAL	Segunda
EL CHARRUA	Segunda
EL CHE PIBE PRINCIPAL.	Segunda
EL CHICO	Segunda
CHIFA ASIA	Segunda
CHIFA CANTON	Segunda
CHIFA GRAN MURALLA	Segunda
CHIFA ORIENTAL	Segunda
CHIFA LONG YUNG	Segunda
DELIPOLLO	Segunda
D'LEON SUC.	Segunda
DON PIZZA	Segunda
ESTANCIA CLARA	Segunda
EXPRESO	Segunda
FAST BURGER	Segunda
FILIDAS	Segunda
LA FORNACE No.1	Segunda
LA FORNACELLA	Segunda
EL GORDITO	Segunda
EL FESTIN BUFFETE	Segunda
GOURMET SERVICE	Segunda
GRAN POLLO N 1	segunda
GRAN POOLLO N 2	segunda
GRECIA	Segunda
EL GRILL	Segunda
GRILL PARRILLADAS AL CARBON LA EUROPEA	Segunda
GUAJIBAMBA	Segunda
LA HERRADURA GRILL	Segunda
LA ITALIANA	tercera
LOS KANIBALES	Segunda



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

LOS KANIBALES SUC 1	Segunda
LOS KANIBALES SUC 2	Segunda
LOS KANIBALES SUC 3	Segunda
LOS KANIBALES SUC 4	Segunda
KOKOPIO	Segunda
MENESTRAS MI NEGRITA	Segunda
EL MAIZ	Segunda
MC CHIKEN	Segunda
GOOD AFFINITY	Tercera
MI ESCONDITE N 2	Segunda
NINO'S PIZZA	Segunda
MI BELLA ESTACION	Segunda
NEW YORK PIZZA	Segunda
NEW YORK PIZZA N 2	Segunda
PANDA COMIDA ORIENTAL N 1	Segunda
PANDA COMIDA ORIENTAL	Segunda
PARAISO DE EVA N 2	Segunda
PAPA POLLO	Segunda
EL PECHUGON	Segunda
ÑANDU	Segunda
PIN POLLO	Segunda
PIKO RICO	Segunda
PIO PIO N.2	Segunda
PIO PIO N.3	Segunda
POLLOS GUS SUCURSAL	Segunda
PUENTE ROTO	Segunda
EL PUNTO	Segunda
PRONTO PIZZA	Segunda
RANCHO DORADO	Segunda
RANCHO DORADO N 2	Segunda
RANCHO DORADO N 3	Segunda
RANCHO DORADO N 4	tercera
RANCHO ALEGRE	Segunda
RAYMIPAMBA	Segunda
RED CRAB	Segunda
LOS SAUCES	Segunda
SOL ORIENTAL	Segunda
SUPER POLLO No. 1	Segunda
SUPER POLLO No. 2	Segunda
SUPER POLLO No. 3	Segunda
EL SEMAFORO	segunda
LA TASCA	Segunda
TEQUILA 3 DE CARMITA	Segunda
INDIA BAPU	Segunda
TEQUILA SUC.	Segunda
TOP CHIKEN	Segunda
TRES ESTRELLAS	Segunda



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

EL TUNEL	Segunda
TZAR PETER	Segunda
POMODORO	Segunda
WAN TAN WOK	Segunda
VERDE PINTON Y MADURO	Segunda
ACAPULCO	Tercera
EL AFRODIASIACO	Tercera
ASI ES CUENCA	tercera
ALCALA	Tercera
EL ALCATRAZ	Tercera
EL ARENAL	Tercera
ASADOR EL PORTON MORLACO	Tercera
AZUAYO	Tercera
BALCON CUENCANO	Tercera
LA BELLA NAPOLE	Tercera
EL BRUJO	Tercera
BUCANERO EL Nro.1	Tercera
EL CHEF INTERNACIONAL	Tercera
EL BUEN SABOR	Tercera
EL BOLIVAR	Tercera
EL BUFALO	Tercera
LA BRASA	Tercera
CABAÑA DEL MAR	Tercera
CASA DEL POLLO	Tercera
CABAÑAS DEL PESCADOR	Tercera
CALIMERO	Tercera
JULISA	Tercera
EL CAMARON DE ORO	Tercera
EL CAMPIRANO	Tercera
EL CAMPEON	Tercera
LA CHOZA CUENCANA	Tercera
LA CANASTA	Tercera
EL CAPITAN SUC.	Tercera
CAPRICORNIO	Tercera
CARLITOS	Tercera
CORDILLERA N1	Tercera
CEVICHERIA EL CANGREJO	Tercera
EL CISNE	Tercera
LA COBRA	Tercera
LA COLINA	Tercera
COSTA LINDA	Tercera
LAS COLINAS	Tercera
COLOMBIANAS NO.2	Tercera
COLOMBIANAS NO.3	Tercera
COLOMBIANAS NO.4	Tercera
COLOMBIANAS No. 1	Tercera
LAS COLONIAS N.4	Tercera



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

LAS COLONIAS N.5	Tercera
LAS COLONIAS N 6	Tercera
COMIDA MANABITA CIEN POR CIEN CHONERA	tercera
XIANG JI	Tercera
CONEJOS	Tercera
EL CONTINENTAL	Tercera
EL CONVERSADOR	Tercera
COSTA AZUL	Tercera
CUEVA DEL CANGREJO	Tercera
CRIOLLITO	Tercera
EL CHAULAFAN	Tercera
EL CHAGRA'S	Tercera
CHEER'S BROASTER	Tercera
CHIFA CHINA	Tercera
CHIFA JIN XIO YUAN	Tercera
CHIFA DON FANG	Tercera
CHIFA SHANG DONG	Tercera
CHIFA SIGLO XXI	Tercera
CHIVO EROTICO	Tercera
LA CHOZA No.1	Tercera
LA CHOZA No.2	Tercera
DANIELITO	Tercera
LA DELICIA MANABITA	Tercera
LAS DELICIAS	Tercera
LAS DELICIAS	Cuarta
DELICIAS DEL CUY	Tercera
DIEZ DE AGOSTO	Tercera
D'MARIO	Tercera
DON HUGO	Tercera
DOÑA BERTHA	Tercera
DORAL	Tercera
ENCEBOLLADOS DE LA REMIGIO	Tercera
P&P EL CAMPESTRE	Tercera
ELSITA	Tercera
EMPERADOR	Tercera
ENCEBOLLADO AZUL	Tercera
ENCEBOLLADOS DE LA CHOLA CUENCANA	Tercera
ENCUENTROS	Tercera
EURASIA	Tercera
EL CAMPIRANO	Tercera
EXPRESS CHICKEN	Tercera
FLORIDA	Tercera
LA FOGATA	Tercera
FUENTE DEL SABOR	Tercera
LA GARDENIAS	Tercera
EL GAUCHO	Tercera



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

LA GRAN NARANJA	Tercera
GENESIS	Tercera
GLORIA	Tercera
EL GRAN CANTOR	Tercera
EL GRAN MANANTIAL	Tercera
LA GRANJA	Tercera
DIÉZ DE AGOSTO	Tercera
EL GOLOSO	Tercera
LA GUARIDA	Tercera
LA GUARIDA DEL POLLO	Tercera
GUAYAS	Tercera
GUSTITOS	Tercera
LA HACIENDA DEL SOL	Tercera
LAS HERRERIAS	Tercera
LA HORA SABROSA	Tercera
HOME`ROS	Tercera
EL HORNO	Tercera
EL HUECO	Tercera
JARDIN DEL CAJAS	Tercera
JHON HAIG	Tercera
KALIPSO	Tercera
KANSAN CHIKEN NO.2	Tercera
L INCONTRO	Tercera
LUIGIS PRINCIPAL	Tercera
LUIGIS SUC.	Tercera
QUERO MAIS	Tercera
MAGALY	Tercera
EL MAR	Tercera
MAR AZUL	Tercera
EL SABOR DE ZEN	Tercera
MARY MAR	Tercera
MARISQUERIA DE PEDRO	Tercera
MANABAS	Tercera
MAREA BRAVA	Tercera
MIAMI PIZZA	Tercera
MI CUENQUITA	Tercera
MILANO	Tercera
EL MONARCA	Tercera
MY HOUSE	Tercera
EL BUEN SABOR	Tercera
NUTIBARA	Tercera
OCEANICA	Tercera
ORO MAR N.1	Tercera
ORO MAR N.2	Tercera
ORO MAR No. 3	Tercera
PACHAMAMA	Tercera
POLLOS DE LA REMIGIO N 3	Tercera



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

EL PADRINO	Tercera
LAS PALMAS	Tercera
PAPI SUCO	Tercera
EL CHE	Tercera
EL PARAISO	Tercera
PATRICIA	Tercera
PARADOR LA REINA	Tercera
PEKIN	Tercera
LOS PICANTES DE LEO	Tercera
LOS PICANTES DE LEO N.3	Tercera
LOS PICANTES DEL RECUERDO	Tercera
PICO RICO	Tercera
POLI CHIQUEN	Tercera
POLLO KAMPESTRE	Tercera
POLLO RICO	Tercera
POLLO RICO N 2	Tercera
POLO RICO N1	Tercera
LOS POLLOS DE LA REMIGIO	Tercera
EL RINCON	Tercera
POLLOS DE LA REMIGIO LOS # 2	Tercera
POLLOS DE LA REMIGIO LOS #3	Tercera
POLLOS DE LA REMIGIO LOS #3	Tercera
POLLERIA KARNIVOROS	Tercera
POPINJAY	Tercera
EL PORTAL	Tercera
LA POSADA	Tercera
PUERTA AZUL	Tercera
PUERTO AZUL	Tercera
PUERTO JELI	Tercera
PAPI POLLO	Tercera
QUINTA LA COLINA	Tercera
QUISQUEYA	Tercera
RANCHO GRANDE	Tercera
EL REDONDEL	Tercera
RENCOR DEL MAR	Tercera
REY CUY	Tercera
RINCON DE ESPAÑA	Tercera
RINCON DEL MAR	Tercera
RINCON DEL MONO	CUARTA
RINCON LATINO	Tercera
RINCON LOJANITO	Tercera
EL RINCONCITO	Tercera
EL RINCON ZARUMEÑO	Tercera
RINCONCITO DEL RECUERDO	Tercera
RINCON TIPICO SABOR COSTEÑO	Tercera
RINCON MARINERO	Tercera
ROSITA	Tercera



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

RUBYS	Tercera
EL RUBI	Tercera
VIDA VERDE EN EL SUR	Tercera
EL SABOR CUENCANO	Tercera
SABOR DEL GUAYACO	Cuarta
SABOR LATINO	Tercera
SAGITARIO	Tercera
SAMY´S	Tercera
SANTANA	Tercera
SAZON DE CASA	Tercera
SOFIA PRINCIPAL	Tercera
TAQUERIA JESICA	Tercera
EL TIBURON	Tercera
MIAMI PIZZA	Tercera
LOS PERSEVERANTES	Tercera
MI TIERRA	Tercera
TIERRA SANTA	Tercera
EL TRIUNFO NO.1	Tercera
LOS TRONCOS N.1	Tercera
TRONCOS LOS N.2	Tercera
LOS TRONQUITOS	Tercera
LOS TRONQUITOS SUC	Tercera
EL TRUQUITO DEL SABOR	Tercera
LA TULLPA	Tercera
EL UNICO	Tercera
LAS VEGAS CHIKEN	Tercera
VEGETARIANO LA PRIMAVERA	Tercera
VEGETARIANO EL PARAISO PRINC.	Tercera
VEGETARIANO EL PARAISO SUC.	Tercera
VEGETARIANO EL PARAISO No. 3	Tercera
VEGETARIANO EL PARAISO N 4	Tercera
NATURAL VID	Tercera
VEGETARIANO EL PARAISO N 6	Tercera
VERONICA	Tercera
LA VINERIA	Tercera
VICOS PICANTITOS	Tercera
LA VIÑA	Tercera
ALEXANDRA	Cuarta
AMERICAN	Cuarta
BRUSELAS	Cuarta
EL DESCANSITO	Cuarta
LAS DELICIAS	Cuarta
FERNANDA	Cuarta
LA ISLA	Cuarta
MI PANA	Cuarta
EL MOPRI	Cuarta
EL PORTONCITO	Cuarta



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

EL PACIFICO	Cuarta
RINCONCITO DE LOS RECUERDOS	Cuarta
EL TIO	Cuarta
RED LOBSTER	Cuarta
EL TOPE	Cuarta
<i>Bolera</i>	
FUN CENTER	Primera
<i>Centro de Convención</i>	
DEL RIO	Primera
<i>Centro de Recreación Turística</i>	
HACIENDA EL ALAMO	Segunda
<i>Discoteca</i>	
APLAUSSE	Segunda
MI MUNDO	Segunda
BACILUS	Segunda
LAS GALAXIAS	Segunda
DESAHOGOS	Segunda
KANDELA	Segunda
LA MESA	Segunda
PRIVILEGE	Segunda
EL REFUGIO	Segunda
SCALA MILENIUM	Segunda
k- VANA	Segunda
VELVET	Primera
DOS DOS	PRIMERA
<i>Sala de Baile</i>	
EVENTOS	Primera
CASA BELLA	Segunda
CASA GRANDE	Segunda
CASA BLANCA	Segunda
DON BOSCO	Segunda
ESTRELLA DEL SUR	Segunda
HOLINIGHT DISCO CLUB	Segunda
LETY'S PALACE	Segunda
MILLENIUM	Segunda
NUUESTRA AMERICA	Segunda
LOS OLIVOS GARDEN	Segunda
LOS PUENTES	Segunda



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

RITI VERSHI	Segunda
SANTA ANA	Segunda
LOS SAUCES	Segunda
Sala de Recepciones y Banquetes	
QUINTA LUCRECIA	Primera
LA FLOREANA	Primera
CASTILLO REAL	Primera
JARDINES DE SAN JOAQUIN	Primera
POMELÉ	Primera
BUNGALOWS CLUB	Primera
QUINTA BERENICE	Primera
PORTAL DEL RIO	Primera
VILLA PARAISO	Primera
CARAPUNGO	Segunda
KELLY	Segunda
LA LEYENDA	Segunda
LA VIEJA ESTANCIA	Segunda
LAS AMERICAS	Segunda
BELLO HORIZONTE	Segunda
BELLAVISTA	Segunda
EL COLOSO	Segunda
COLECTIVO 16	Segunda
LA PACHANGA	Segunda
DINASTIA	Segunda
ROYAL CLUB	Segunda
HUERTAS PAMBA	Segunda
MADISSON DANCE	Segunda
MAURICIO	Segunda
RANCHO GRANDE	Segunda
Transporte Aéreo	
COPA AIRLINES	InterOper
IBERIA	InterOper
AVIANCA	IntNoOpeOV
CONTINENTAL AIRLINES INC.	IntNoOpeOV
LACSA	IntNoOpeOV
ICARO	Nacional
Transporte Terrestre	
CONTRATUDOSSA	TRANS TUR
COMPECUATRANSLIV	TRANS TUR
AVENTURA TOURS VAN S.A	TRANS TUR
VANSERVICE	TRANS TUR
CONTRATUFAVIZ	TRANS TUR
LAQUERAMA	TRANS TUR
CONDORTOURS	TRANS TUR
LINETOURS	TRANS TUR



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.

RENT A CAR	
AUTOMOTORES CARDIÑA	RentaCar
AUSTRAL RENTA CAR	RentaCar
IRC INTER	RentaCar
LOCALIZA	RentaCar
BONBUSCARO	RentaCar

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO

Elaboración: Propia

Fecha: 16 de Julio del 2015

ANEXO 4

FOTOGRAFIAS DE LA INVESTIGACION



Foto: 1

Título: Turistas

Autor: Adriana Vera T

Fecha: 27 de Junio del 2015



Foto: 2

Título: Turistas 1

Autor: Adriana Vera T

Fecha: 27 de Junio del 2015



Perfil del turista que usa el City Tour Panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Vanservice Internacional.



Foto: 3
Título: Bus Panorámico
Autor: Adriana Vera T
Fecha: 27 de Junio del 2015



Foto: 4
Título: Bus Panorámico 2
Autor: Adriana Vera T
Fecha: 27 de Junio del 2015