

**UNIVERSIDAD DE CUENCA**



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO**

**“PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD DE CUENCA, INFLUIDO  
POR SU RECONOCIMIENTO COMO CIUDAD PATRIMONIO DE LA  
HUMANIDAD.”**

Proyecto de investigación  
previo a la obtención del  
título de “Ingeniera en  
Turismo”

**AUTORA:**

Tania Gabriela Andrade Delgado  
C.I. 0105194971

**DIRECTORA:**

Mgt. Lourdes Karina Farfán Pacheco  
C.I. 010213176-0

**Cuenca-Ecuador**

**2016**



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### RESUMEN

El presente trabajo de investigación da a conocer el perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca influido por su reconocimiento como Patrimonio Cultural de la Humanidad, con la finalidad de determinar cuáles son las características psicográficas, socioeconómicas y demográficas de los turistas. Una vez obtenida esta información se pretende tener un fundamento sólido que se pueda aplicar a la hora crear y ofertar productos y servicios acorde con las necesidades y exigencias de los turistas culturales que visitan la ciudad.

Finalmente se ha realizado una comparación entre el turista nacional y el turista extranjero, con el propósito de segmentar adecuadamente estos dos nichos de mercado y conocer cuáles son las motivaciones reales a la hora de visitar la ciudad de los dos tipos de turistas.

**Palabras clave:** Cuenca-Ecuador, perfil del turista, turismo cultural, turista nacional, turista extranjero.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ABSTRACT

The present research work gives to know the profile of the tourists that visit the city of Cuenca, influenced by its recognition as Cultural Heritage of Humanity, with the final purpose of determining what are the psychographic characteristics, socio-economic and demographic of the tourists. Once this information is obtained, is possible that it can be applied to create and offer products and services commensurate with the needs and demands of cultural tourists who visit the city.

Finally done a comparison between the national tourists and foreign tourists, with the final purpose of properly segment these two market niches and learn what the real motivations are when they visit the city.

**Key words:** Cuenca-Ecuador, profile of tourists, cultural tourism, domestic tourist, tourists and foreigners



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

## ÍNDICE DE CONTENIDOS:

Resumen .....	2
Abstract .....	3
DEDICATORIA .....	9
AGRADECIMIENTO .....	11
INTRODUCCIÓN .....	12
CAPITULO 1 .....	18
Perfil del Turista.....	18
1.1 Definición de perfil turístico.....	19
2.2 Tipología de turista.....	23
CAPÍTULO 2 .....	27
Características psicográficas.....	27
2.1 Motivación de visita .....	28
2.2 Análisis de las características de la personalidad del turista cultural .....	33
CAPITULO 3 .....	36
Características Socioeconómicas .....	36
3.1 Nivel de gasto .....	36
3.3 Nivel de educación .....	37
3.4 Ocupación.....	38
CAPÍTULO 4 .....	41
Características demográficas .....	41
4.1 Edad de los turistas .....	41
4.2 Genero del turista .....	43
4.3 Estado civil .....	43
CAPITULO 5 .....	45
Comparación del perfil del turista nacional y extranjero .....	45
5.1 Perfil del turista nacional.....	45
5.1.1 Motivación de visita del turista nacional.....	45
5.1.2 Características socioeconómicas del turista nacional .....	51
Nivel de gasto del turista nacional .....	51
Nivel de educación del turista nacional .....	52
Ocupación del turista nacional .....	53



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

<b>5.1.3 Características demográficas del turista nacional</b> .....	55
Edad de los turistas nacionales .....	55
Género del turista nacional.....	56
Estado civil del turista nacional .....	56
<b>5.2 Perfil del turista extranjero</b> .....	59
<b>5.2.1 Motivación de visita del turista extranjero</b> .....	59
<b>5.2.2 Características socioeconómicas del turista extranjero</b> .....	65
Nivel de gasto del turista extranjero .....	65
Nivel de educación del turista extranjero .....	66
<b>5.2.3 Características demográficas</b> .....	68
Edad de los turistas extranjeros .....	68
Género del turista extranjero .....	69
Estado civil del turista extranjero .....	70
<b>5.3 Comparación del perfil del turista nacional y extranjero</b> .....	73
<b>CONCLUSIONES</b> .....	76
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	78
<b>ANEXOS</b> .....	82
<b>Anexo 1. Diseño aprobado del Proyecto de Investigación.</b> .....	82
<b>Anexo 2</b> .....	98
Modelo de encuesta en español .....	98
<b>Anexo 3</b> .....	100
Modelos de encuesta en inglés .....	100



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	17
Tabla 2 .....	29
Tabla 3 .....	30
Tabla 4 .....	31
Tabla 5 .....	32
Tabla 6 .....	32
Tabla 7 .....	33
Tabla 8 .....	34
Tabla 9 .....	35
Tabla 10 .....	37
Tabla 11 .....	38
Tabla 12 .....	43
Tabla 13 .....	44
Tabla 14 .....	46
Tabla 15 .....	47
Tabla 16 .....	48
Tabla 17 .....	49
Tabla 18 .....	49
Tabla 19 .....	50
Tabla 20 .....	51
Tabla 21 .....	52
Tabla 22 .....	53
Tabla 23 .....	54
Tabla 24 .....	56
Tabla 25 .....	57
Tabla 26 .....	60
Tabla 27 .....	61
Tabla 28 .....	62
Tabla 29 .....	63
Tabla 30 .....	63
Tabla 31 .....	64
Tabla 32 .....	65
Tabla 33 .....	66
Tabla 34 .....	67
Tabla 35 .....	68
Tabla 36 .....	70
Tabla 37 .....	71



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> .....	42
<b>Gráfico 2</b> .....	55
<b>Gráfico 3</b> .....	69



# UNIVERSIDAD DE CUENCA



Universidad de Cuenca  
Clausula de derechos de autor

---

Yo, *Tania Gabriela Andrade Delgado* autora de la tesis "Perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca, influido por su reconocimiento como ciudad patrimonio de la humanidad", 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 Ingeniera en Turismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor/a

Cuenca, 12 de Diciembre de 2016

---

Tania Gabriela Andrade Delgado

C.I: 010519497-1





# UNIVERSIDAD DE CUENCA



Universidad de Cuenca  
Clausula de propiedad intelectual

---

Yo, Tania Gabriela Andrade Delgado, autora de la tesis "Perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca, influido por su reconocimiento como ciudad patrimonio de la humanidad", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 12 de diciembre de 2016

---

Tania Gabriela Andrade Delgado

C.I: 010519497-1



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo quiero dedicar a los más grandes amores de mi vida, mi hijo Juan José y a mi madre Norma que siempre han sido y serán el motor de mi vida y por quienes he realizado cada una de las metas que me he propuesto, aunque han sido grandes los sacrificios sé que por Uds. serán aún más grandes las recompensas. Sin Uds. nada de esto hubiera sido posible

A mi hermano Patricio, a mi tía Mercedes y a mi tío Fabián que sin su ayuda y apoyo no hubiera podido conseguir este logro tan preciado.

A mí prometido Martín por todo el amor y apoyo que me ha brindado durante todo este tiempo.

A todas las personas que me apoyaron, ¡mil gracias a todos!



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por darme el conocimiento, paciencia y sabiduría para poder alcanzar esta meta tan anhelada.

A mi madre por todo su amor y apoyo durante este largo proceso, y a toda mi familia que de diversas maneras siempre me apoyaron en la consecución de mis metas.

De manera especial le agradezco al PhD. José Prada Trigo que desde el principio de este trabajo investigativo siempre me apoyó brindándome su ayuda y sabios consejos que sé que me servirán para el resto de mi vida profesional.  
¡Muchas gracias profe!

A mi tutora la Magister Karina Farfán Pacheco por la ayuda para la culminación de mi trabajo de graduación

Finalmente agradezco a todos los docentes de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, compañeros y amigos que durante mi vida universitaria aportaron con valiosos conocimientos.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad recreativa que ha presentado un notable crecimiento dentro de la economía mundial, así lo señala el último informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en donde indica que el incremento de llegada de turistas a nivel mundial en el año 2014 fue de 1.133 millones de turistas representando un total de ingresos de 1.425.000 millones (OMT, 2015). Como consecuencia se ha podido notar cierta saturación de algunos mercados, aparición de algunos nuevos destinos y la madurez de destinos que ofertan productos como, por ejemplo, de “sol y playa” (Molina, Navarro, Talaya y Díaz, 2007).

Dando respuesta a la búsqueda de nuevos destinos con productos diversificados surge una actual tendencia al turismo cultural: De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, el término cultura puede entenderse como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales que caracterizan a una sociedad y que abarcan, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (Unesco, 2001). Además, la cultura considera todas las diversas expresiones mediante las cuales una sociedad moldea y reflexiona su convivencia, incluyendo las imágenes e ideas mediante las cuales dicha sociedad representa las formas en que convive y quiere convivir (PNUD, 2002).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

La cultura en conjunto con el turismo representa para el destino que lo oferta importantes ingresos monetarios, así como la conservación del patrimonio en sí. Como lo señala Loreto López en la Guía Metodológica de Turismo Cultural:

El turismo cultural es aquella forma de turismo motivada por conocer, experimentar, y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y su gente y reflejan la identidad de un destino (López, 2014: 23).

Un aspecto que tiene estrecha relación con el turismo cultural es la conservación del patrimonio a través del paso del tiempo. Esto debido a que sin patrimonio resulta imposible realizar turismo cultural (Pérez, 2014). Surge una definición para patrimonio en 1972 en la “Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural” en donde se le asociaba únicamente a monumentos, obras arquitectónicas, estructuras de carácter arqueológico, grupos de construcciones y lugares en donde se emplazaban “obras del hombre”, que tuvieran un valor excepcional desde el punto de vista histórico (Pérez, 2014: 19). Hoy en día ya no se limita al patrimonio cultural a monumentos, sino que también a tradiciones orales, artes, rituales y actos festivos, conociéndolo como patrimonio cultural inmaterial (Pérez, 2014). Como se puede notar está relacionado con conceptos de cultura y turismo cultural, y es por esto la íntima relación que se presenta entre estos.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Al surgir una creciente preferencia por los destinos que ofertan productos culturales paralelamente se ha creado un tipo de turista cultural que tiene motivaciones diferentes, así lo señala Maribel Rodríguez Achútegui en su artículo 'El Turista Cultural Y Las Ciudades Históricas':

“El turista cultural es aquél que tiene una serie de motivaciones patrimoniales y culturales que le mueven a escoger un lugar para conocerlo. Es decir, que busca conocer en su visita el patrimonio histórico y natural de la ciudad: trama urbana, murallas, calles, plazas, palacios, iglesias, museos, etc., así como otras manifestaciones como son: paisajes, fiestas, gastronomía, folklore, u otras representaciones culturales contemporáneas: conciertos, exposiciones de arte, etc” (Rodríguez, 2001: 140).

Para satisfacer las necesidades de estos turistas y diversificar la oferta de productos culturales es necesario conocer el perfil y las motivaciones de este mercado (Rodríguez, Fraiz, y Alén, 2013). En muchas ocasiones se ha sobredimensionado al turista cultural, llegando a pensar que es solo un turista más que busca tomarse una foto al lado de un monumento o ser partícipe de un ritual indígena, pero la cuestión está en saber quién es el que consume las atracciones culturales (Santana, 2003). Garfiel (1993) realizó una investigación de gran repercusión, afirmando que los turistas culturales son individuos que viajan de manera frecuente, tienen estudios superiores, demuestran empatía en sus encuentros con los residentes, suelen utilizar todo tipo de transporte con tal de que les lleven a un lugar único y extraordinario, son clientes exigentes con una gran percepción de la calidad, por la excelencia en el servicio y el



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

gusto por lo auténtico (Rodríguez, Fraiz y Alén, 2013: 261), algo que trabajos en el contexto de Ecuador han reafirmado (Prada *et al.*, 2016). Sin embargo, conocer en sí al turista que prefiere este tipo de atractivos es complejo en sí, debido a que todos presentan diferentes gustos y percepciones acerca del mismo tipo de atractivo.

Para ofertar productos turísticos culturales es indispensable contar con todos los factores mencionados anteriormente, tanto cultura como patrimonio conservados, como sucede en el caso de la ciudad de Cuenca - Ecuador.

Cuenca es la capital de la provincia del Azuay, está ubicada a 2.583 msnm en el valle de los Andes. Debido a la arquitectura bien conservada de orden republicano que está presente en la mayoría de sus edificaciones del centro de la ciudad en el año 1999 fue declarada por la UNESCO como ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad, siendo la segunda ciudad del país en obtener esta mención. Gran parte del patrimonio cultural que ofrece la ciudad está representado por la gran variedad de festividades religiosas, en las que se destacan el Pase del Niño, *Corpus Christi*, semana santa, entre otros destacando de estas festividades su variedad gastronómica, la misma que se ha convertido en patrimonio intangible de la ciudad. Sumándole a esto Cuenca tiene varios museos en los cuales plasma su arqueología, arte, religiosidad y costumbres, todas estas características le han significado a Cuenca posicionarse como un importante destino patrimonial, gastronómico y cultural (Prada *et al.*, 2016).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por las razones mencionadas anteriormente el creciente número de turistas que llegan a la ciudad motivados por su cultura al ser reconocida como ciudad Patrimonio de la Humanidad, ha generado interés por conocer cuáles son las preferencias de este tipo de turista, edad, sexo, días de estadía, nivel de gasto, nivel de educación, entre otros. Debido a esto surge la necesidad de realizar un estudio acerca del perfil de los turistas culturales de la ciudad, y de esta manera conocer a fondo las preferencias al momento de consumir el producto Cuenca cultural.

El objetivo de la investigación es conocer el perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca influido por su reconocimiento como ciudad Patrimonio de la Humanidad, analizando las características psicográficas, socioeconómicas y demográficas, así como y las principales diferencias entre el turista nacional y extranjero.

Para la presente investigación se basó en un estudio de campo y la técnica que se utilizó fue la encuesta aplicada a turistas nacionales y extranjeros que se encontraban visitando la ciudad de Cuenca en el mes de mayo del año 2015. Las encuestas utilizadas para la realización de la tesis son del proyecto “La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”, esta consideración se tomó debido a mi participación en la tabulación de los datos de las encuestas realizadas y con el





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

apoyo de los directores del proyecto. El análisis se realizó mediante el uso del programa estadístico *SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)*.

Siendo esta una investigación cuantitativa y que consistía en aplicar una técnica específica con el fin de recolectar, procesar y analizar características que se dan en un grupo determinado de turistas. Se ha utilizado el muestreo no probabilístico y de conveniencia, Obteniendo esta manera datos que faciliten el análisis del perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca, influido por su reconocimiento como ciudad Patrimonio de la Humanidad.

En la siguiente tabla se detallarán los aspectos técnicos de la investigación.

**Tabla 1**

### Aspectos técnicos de la investigación

Universo	Turistas y excursionistas de la ciudad de Cuenca
Ámbito	Municipal, Cuenca (Ecuador)
Método de obtención de información	Encuesta personal con cuestionario estructurado
Unidad muestral	Turistas y excursionistas de la ciudad de Cuenca
Tamaño de la población	No definido
Tamaño de la muestra	364
Tipo de muestreo	No probabilístico de conveniencia
Nivel de confianza	95%
Error Muestral	+/- 5.1%
Trabajo de campo	Mes de mayo de 2015
Número de encuestas válidas realizadas	364

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### CAPITULO 1

#### Perfil del Turista

La ciudad de Cuenca posee una gran riqueza y diversidad patrimonial, motivo por el cual el 1ero de Diciembre de 1999, en la ciudad de Marrakech (Marruecos) fue designada como Patrimonio Cultural de la Humanidad. A raíz de esta importante declaratoria se incrementa considerablemente el número de visitantes a la ciudad, teniendo entre una de sus motivaciones conocer acerca de la cultura y patrimonio, razón por la cual una de las principales ofertas de turismo es el vinculado con el turismo cultural, resaltando su valor cultural e histórico.

Se debe priorizar que en los últimos años en la industria turística cada vez cobran más importancia aspectos medioambientales, en donde se prioriza el equilibrio entre el turismo, naturaleza, cultura y conservación (Cordente, Talaya y Mondéjar, 2008). Junto con estos cambios, paralelamente se han modificado los gustos y preferencias del consumidor turístico, especialmente aspectos como: evolución del gasto turístico, duración del viaje, frecuencia con la cual realiza viajes, motivación, etc. (Cordente, Talaya y Mondéjar, 2008).

El principal motivo para determinar estos aspectos radica en la importancia de conocer plenamente los turistas culturales que visitan la ciudad y de esta manera ofrecer productos turísticos acordes con las nuevas tendencias surgentes en el ámbito turístico.



### 1.1 Definición de perfil turístico

Como se hace mención anteriormente, para diversificar la oferta turístico-cultural es necesario conocer plenamente el perfil y motivaciones del turista (Rodríguez, Fraiz y Alén, 2013). Algunos estudios afirman que los turistas cuya principal motivación es la cultura son individuos que viajan de manera frecuente, con estudios superiores, utilizan todo tipo de transporte y son clientes exigentes en cuanto a temas de calidad (Garfield, 1993).

Desde una perspectiva complementaria, según Pat y Calderón (2012: 50) *El perfil turístico alude a la caracterización de un destino turístico*. Dicha caracterización se basa principalmente en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. Estos autores afirman que mediante el previo estudio de ciertas variables se pueden conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas, mejorando la oferta de productos especializados a turistas cada vez más exigentes.

Otra aproximación a la definición de perfil turístico, la establece Romina González (2010) quien afirma que los mercados turísticos se componen de consumidores, los mismos que presentan algunas diferencias entre sí, como por ejemplo: sus deseos, los recursos que utilizan en su viaje, actitudes, necesidad y deseos únicos, debido a esto se puede determinar que cada uno presenta perfiles distintos. De este modo un perfil constituye un aspecto



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

peculiar que se construye sobre la base de una característica dominante, en terminos de actitudes distintivas, conductas o comportamientos y variables demográficas (González, 2010: 19).

Según Kotler y Lane (2006) el perfil de un turista se puede analizar considerando diversos tipos de segmentación de mercado: la primera basándose en la localización de los turistas, estos poseen características mensurables y accesibles; las características demográficas son necesarias para establecer la edad, el género, el ingreso y la escolaridad; al analizar las características psicodemograficas se pueden obtener dimensiones de personalidad, atributos con pensamientos, sentimientos y conductas de los viajeros, así como estilo de vida y valores y por ultimo al analizar las características comportamentales podremos conocer el comportamiento del viajero con relación a producto turístico.

Romina González (2010) señala que existen numerosos efectos que pueden incentivar a un turista a realizar ciertos tipos de turismo, tales como: la motivación, factores sociológicos, psicológicos, formas y estilos de vida, tiempo, ocio, nivel de cultura, costumbres estacionales, creencias ideológicas y religiosas y factores demográficos poblacionales (González, 2010: 10). Para determinar y estudiar dichos efectos, se ha clasificado en cinco bloques:

- Composición del grupo
- Comportamiento del turista
- Motivación del viaje
- Nivel de satisfacción



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Percepción y valoración (González, 2010: 10).

Dentro de la composición del grupo se hace referencia a las variables demográficas, dichas variables se consideran como importantes debido a que los gustos, las preferencias en cuanto a consumir distintos productos y servicios turísticos y la satisfacción del turista a menudo están relacionadas con las variables demográficas.

Las variables demográficas son:

- Edad.- La edad de la demanda turística está estrechamente relacionada con el tipo de gustos y actividades que realizaran los turistas dentro del viaje.
- Sexo.- Son dos variables: Femenino y masculino.
- Procedencia.- Conocer cuál es el lugar de origen del turista.
- Estadía.- Duración de la permanencia del turista dentro del destino.

En lo referente al comportamiento del turista se analiza su conducta frente a un producto o servicio turístico.

- Tipo de alojamiento.- El turista tiene diversas opciones a la hora de escoger el tipo de alojamiento entre: alojamiento hotelero y extra hotelero.
- Tipo de transporte.- Es el principal medio que utiliza el turista para desplazarse dentro del destino.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Medio de información.- Conocer por cual medio conoció de la existencia del destino.
- Recurrencia.- Determinar el número de visitas que realiza el turista al mismo destino.

El tercer bloque hace referencia a la motivación del viaje, es decir cuál es la razón por la que el turista decide realizar el viaje a un destino determinado.

### Carácter de la visita

- Vacaciones y ocio.
- Negocios.
- Estudios.
- Visita a familiares.

### Motivaciones personales

- Necesidad de contacto con la naturaleza.
- Necesidad de conocimiento.

### Motivaciones familiares

- Necesidad de experimentar un estilo de vida familiar diferente.

### Motivaciones Sociales

- Necesidad de distinguirse
- Necesidad de imitación (OMT, 2010)

El cuarto bloque estudia el nivel de satisfacción del turista dentro del destino, esto dependerá en gran medida a las expectativas que presenta el



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

turista y como estas fueron o no satisfechas con los productos y servicios recibidos dentro de la realización del viaje.

- Calificación de la atención recibida.
- Problemas dentro del viaje.
- Seguridad.

Finalmente el último bloque hace referencia a la percepción y valoración, la percepción dependerá de cada turista y cómo fue su experiencia dentro del destino en cuanto a productos y servicios recibidos. La valoración consiste en la evaluación final que realizara el turista en cuanto a todos los servicios y productos que ha recibido, esta será tanto a nivel económico como a nivel de calidad.

- Actitud de la población frente a turistas.
- Aspectos que debería mejorar en cuanto a servicios turísticos.
- Consideraciones finales acerca de la ciudad de visita.

### 2.2 Tipología de turista

La OMT (1998) considera que es viajero toda persona que se desplaza dentro o fuera de su país de residencia, por cualquier motivo y utilizando cualquier medio de transporte. Se puede notar una clara distinción entre los posibles visitantes de un destino turístico: turista y excursionista, los mismos que se diferencian únicamente en el hecho de pernoctar o no en el lugar



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

visitado al menos una vez (cuando se habla de turista) y ninguna en el caso de los excursionistas

Stanley Plog (1974) desarrolló un modelo de análisis acerca del comportamiento de los turistas, basándose en sus motivaciones y en las características de los destinos que seleccionaron, de este análisis se derivó un estudio de las tipologías o personalidades de los turistas.

El modelo de Stanley Plog clasifica a los turistas en tres categorías:

- Viajeros psicocéntricos.- Son aquellos turistas que se interesan por destinos conocidos, realizan pocas actividades, no son exigentes y realizan viajes con menor frecuencia.
- Viajeros aloecéntricos.- Este tipo de turistas prefieren zonas con poco desarrollo turístico, prefieren servicios turísticos personalizados, son exigentes con los productos y servicios que consumen y viajan con mayor frecuencia en relación a los viajeros psicocéntricos.
- Viajeros mediocéntricos.- Son una combinación de los dos tipos de viajeros mencionados anteriormente, es decir, viajan a lugares conocidos y no conocidos.

En base al comportamiento psicográfico Plog agrupa a los tipos de turistas de este modo: los viajeros psicocéntricos prefieren turismo masivo, los viajeros medocéntricos prefieren viajes de placer, salud, negocios naturaleza y los





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

viajeros alocéntricos prefieren viajes de naturaleza, aventura y deportes especializados.

Otra aproximación a los tipos de turistas la da el sociólogo Cohen (1972) quien clasifica a los turistas basándose en la teoría de que el turismo combina la curiosidad de buscar nuevas experiencias con la necesidad de seguridad y de buscar lugares que le recuerden ambientes familiares.

La tipología de Cohen se identifica cuatro funciones turísticas:

- Turista organizado de masa.- Este tipo de turista prefiere adquirir paquetes turísticos previamente preparados, son menos aventureros y prefieren pasar más tiempo en un ambiente confortable, son turistas que prefieren viajar con un guía, un bus con aire acondicionado y se rigen por un itinerario previamente establecido.
- Turista individual de masa.- Este tipo de turista es similar al organizado de masa, excepto, que el turista tiene el control en algunos puntos de su itinerario y son flexibles con los horarios, pero de igual manera adquieren paquetes turísticos preparados por agencias de viajes.
- Turista explorador.- Este tipo de turista prefiere realizar viajes por si solos, tratan de encontrar lugares inusuales, pero con servicios y productos de calidad. Tratan de interactuar en lo posible con las poblaciones locales.
- Turista *drifter* o mochilero.- Este tipo de turista viaja sin planificación alguna, no sigue itinerarios o tiene algún tipo de horario, busca convivir



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

con la población local y a menudo busca conseguir trabajo para poder continuar con su viaje.

Valene Smith en su libro *Hosts and Guests* (1977) afirma que los turistas pueden ser clasificados en:

- Exploradores.- Son turistas que desean involucrarse con las poblaciones locales, tienen preferencia por visitar lugares.
- Turistas de elite.- Prefieren realizar sus viajes en grupos pequeños y les interesa consumir productos con cierto rango de calidad y comodidad.
- Turistas “off-beat”.- Son turistas que buscan salir de rutas turísticas tradicionales, se interesan por conocer lugares poco conocidos o nuevos.
- Turistas inusuales.- Son turistas que están interesados por conocer y visitar grupos étnicos y observar culturas autóctonas, pero demandando seguridad en todo su viaje.
- Turistas masivos incipientes.- Son turistas que buscan calidad, confort y comodidades en el lugar de visita.
- Turistas masivos.- Son turistas que demandan altos estándares de calidad y que sea respetado su idioma y cultura en el lugar que estén visitando.
- Turistas de charters.- Son turistas que compran paquetes previamente elaborados por agencias de viajes, no les interesa tener contacto con la población local y exigen altos estándares de calidad.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### CAPÍTULO 2

#### Características psicográficas

Las características psicográficas de un turista analizan variables intangibles: estilos de vida, actividades, intereses, opiniones, motivaciones, personalidad y actitudes. En sí la psicografía consiste en el estudio de factores psicológicos, sociológicos y antropológicos, con el fin de determinar la segmentación del mercado y de esta manera poder crear o renovar productos que se acoplen al nicho de mercado al cual están dirigidos (Ciribeli, J. y Miquelito, S. 2013).

Al realizar una segmentación en base a la psicografía del turista, se puede dividir en 3 variables principales:

- Personalidad.- Esta variable se puede definir como el conjunto de características psicológicas, las mismas que influenciarán en la forma de pensar y sentir del viajero, frente a ciertos productos o servicios turísticos.
- Actitud.- Es la manera como el turista reacciona ante distintos productos o servicios, la suma de distintos factores como: los estímulos intrínsecos y extrínsecos, la experiencia y los valores, darán como resultado la actitud de un turista.
- Estilo de vida.- El estilo de vida está relacionado al modo como un turista se comporta ante la sociedad. Dicha variable se entiende como un patrón de consumo de un turista, reflejando de esta manera sus valores



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

y gustos personales y cuando tiempo y dinero gasta en ellos (Ciribeli, J. y Miquelito, S. 2013).

Determinar las características psicográficas del turista que visita la ciudad de Cuenca influido por su reconocimiento como ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad, permitirá conocer rasgos de personalidad, gustos, preferencias, valores y motivaciones, determinando cuales son las principales motivaciones por las cuales decide realizar la visita a la ciudad.

### 2.1 Motivación de visita

La motivación del turista es un aspecto de gran importancia en la actividad turista, esto debido a que en la motivación se encuentran inmersas tres principales razones por las cuales un turista decide realizar un viaje: Las motivaciones para viajar, la elección de a dónde se va a realizar el viaje y cuan satisfactorio fue realizar dicho viaje. En si los turistas viajan por que son atraídos por fuerzas externas del destino como: arquitectura, cultura, naturaleza, etc. o motivados por variables internas, tales como: descanso, aventura, relajarse, etc. (Devesa, F., Laguna, M. y Palacios, A. 2010).

En la tabla 2 se da a conocer si el reconocimiento que posee la ciudad como Patrimonio Cultural de la Humanidad influyó en el motivo de visita, el total de encuestas realizadas fue 885, el 58,9% de los entrevistados respondió que no influyó en su motivación para realizar la visita a la ciudad, mientras que el 41,1% manifestó que dicho reconocimiento si influyó en su visita. El porcentaje



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

que se utilizará para la realización de esta investigación será el total de los turistas que respondió de forma afirmativa a la interrogante de si influyó en su elección de visitar la ciudad el reconocimiento que posee como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

**Tabla 2**

**Porcentaje de turistas que visitaron la ciudad influidos por su reconocimiento como ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad**

Motivación	Porcentaje
No Influyó en su decisión el hecho que Cuenca tenga un reconocimiento como Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad	58,9%
Influyó en su decisión el hecho que Cuenca tenga un reconocimiento como Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad	41,1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

En la tabla 3 se da a conocer cuál fue la principal razón por la que los turistas viajaron a la ciudad de Cuenca, del total de los encuestados el 66,8% afirmó que su principal razón para visitar la ciudad fue realizar actividades turísticas. El 8,5% de los encuestados viajó a la ciudad por temas académicos, el 8,2% por actividades relacionadas con su profesión, el 4,7% con el fin de visitar a familiares que residen en la ciudad, el 3% por temas de salud y el 8,8% por otros motivos, siendo estos principalmente por residir y por realizar actividades de voluntariado. Cabe mencionar que realizar actividades turísticas para un porcentaje de los encuestados fueron actividades complementarias.



**Tabla 3**  
**Porcentaje de turistas según la razón de viaje**

Motivación	Porcentaje
Turismo	66,8%
Estudios	8,5%
Trabajo	8,2%
Visita a familiares	4,7%
Salud	3%
Otros	8,8%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

En la tabla 4 se determina cuáles son las principales actividades que los turistas realizaron durante su visita en la ciudad, cabe hacer mención que en esta pregunta el encuestado tenía la opción de escoger más de una respuesta. El 90,4% de los turistas encuestados afirmaron que viajaron a la ciudad por motivos de trabajo o negocios, el 89% manifestó que la visita a familiares estuvo dentro de las actividades que realizaron dentro de la ciudad, asistir a eventos culturales que se realizan en la ciudad es la tercera razón por la cual visitaron Cuenca con un porcentaje del 71,4%, el 69,2% de los turistas visitó Cuenca atraído por degustar su gastronomía típica, el 49,7% vino a la ciudad con el fin de conocer nuevos sitios y realizar actividades turísticas, el 36,8% de los turistas viajó a la ciudad determinados a conocer su riqueza patrimonial y



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

19% de los turistas decidió viajar a Cuenca por otros motivos, entre los cuales están: el clima de la ciudad, residir, visitar amigos y por salud y descanso.

**Tabla 4**

**Porcentaje de turistas según los motivos de visita a la ciudad**

Motivación	Porcentaje
Visita de trabajo o negocios	90,4%
Visita a familiares	89%
Asistir a eventos culturales	71,4%
Degustar su gastronomía	69,2%
Deseo de conocer nuevos sitios	49,7%
Conocer su riqueza patrimonial	36,8%
Otro motivo de visita	19%
<b>Total</b>	

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

En las tablas 5 y 6 se indicará si los turistas conocían que Cuenca era una de las ciudades preferidas por los jubilados extranjeros para residir, el 70,6% si conocía este hecho frente al 29,4% que no tenía conocimiento. De estos porcentajes, el 46,3% afirmó que este hecho influyó en su decisión para realizar la visita a la ciudad frente al 53,7% que no fue motivado por este reconocimiento.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 5

**Porcentaje de turistas que conocía a Cuenca como una de las ciudades preferidas para residir**

Motivación	Porcentaje
Si conocía que Cuenca es una de las ciudades preferidas para retirarse y vivir	70,6%
No conocía que Cuenca es una de las ciudades preferidas para retirarse y vivir	29,4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

Tabla 6

**Porcentaje de turistas que influyó en su visita que Cuenca es una de las ciudades preferidas para residir**

Motivación	Porcentaje
Si influyó en su decisión de visitar Cuenca	46,3%
No influyó en su decisión de visitar Cuenca	53,7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

En la tabla 7 se determina si el prestigio de Cuenca como ciudad cultural influyó en su motivo de visita, el 36% de los turistas encuestados mencionó que fue parte de la motivación de la visita, para el 34,3% fue un añadido a otra motivación principal, el 21,4% fue el motivo principal para realizar su visita y para el 8,2% de los turistas desconocía que la ciudad se distinguía por este reconocimiento.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 7

**Porcentaje de turistas que visitaron la ciudad de Cuenca influidos por su prestigio como ciudad cultural**

Motivación	Porcentaje
Es el motivo principal	21,4%
Es parte de las motivaciones de la visita	36%
Es un añadido a otra motivación principal	34,3%
No lo conocía cuando se eligió el destino	8,2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015

### 2.2 Análisis de las características de la personalidad del turista cultural

Dentro del estudio de las características psicográficas de un turista, la personalidad desempeña un rol de suma importancia, esto debido a que esta variable es el conjunto de características psicológicas, las mismas que influenciarán en la forma de pensar y sentir del viajero, frente a ciertos productos o servicios turísticos. Un turista puede adoptar diferentes tipos de personalidades, en la siguiente tabla se resumirá las que se presentan con mayor frecuencia en el caso de los turistas culturales (Curiel, 2007).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Tabla 8**

**Personalidades que puede adoptar el turista cultural**

Tipo de personalidad	Características de la personalidad adoptada por el turista cultural
El estético	Se origina con los grandes turistas europeos cuya principal motivación era visitar galerías, museos y paisajes culturales
El científico natural o social	Es el turista cuyo principal interés es el patrimonio natural
El buscador del patrimonio histórico	Turistas que están principalmente interesados en la historia de los destinos a los cuales viaja
El epicúreo	Turista aficionado a la gastronomía
El explorados aventurero	Es el turista que busca actividades desarrollado en un ambiente natural
El literario	Turista interesado en lugares con figuras literarias
El peregrino religioso y buscador espiritual	Turistas que prefieren visitar santuarios de peregrinación
El aficionado a los festivales	Es el turista que se siente atraído por las fiestas o festivales que permitan cierto grado de desinhibición

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** “La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia” Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Javier de Esteban Curiel, 2006.

Para el análisis del porcentaje de los turistas según su tipo de personalidad, se ha relacionado la tabla 8 Personalidades que puede adoptar el turista cultural con la tabla 4 Porcentaje de turistas según los motivos de visita a la ciudad. En base a esta relación en la tabla 9 se identifica el tipo de personalidad que puede adoptar el turista cultural que visita la ciudad de Cuenca, el 63,2% de los encuestados se pueden denominar como turistas estéticos es decir turistas cuya principal motivación era visitar galerías, museos y paisajes culturales, el 28,6% se pueden denominar como turistas epicúreos,



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

es decir, turistas aficionados a la gastronomía y el 30,8% se pueden conocer como turistas aficionados a los festivales, este tipo de turistas se sienten atraídos por las fiestas o festivales que permitan cierto grado de desinhibición.

**Tabla 9**

### Porcentaje de turistas según su tipo de personalidad

Tipo de personalidad del turista	Porcentaje
cultural	
Estético	63,2%
Epicúreo	28,6%
El aficionado a los festivales	30,8%
<b>Total</b>	

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015

A partir del análisis de los datos obtenidos de las 364 encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros que afirmaron que el reconocimiento como Patrimonio Cultural de la Humanidad influyó en su visita, se puede determinar que viajaron a la ciudad con el fin de realizar actividades turísticas y por negocios o trabajo. Del total de los encuestados la mitad afirmaron que la distinción que posee Cuenca como ciudad preferida por los jubilados para residir no influyó en la decisión de su visita, y el factor cultural fue en parte una de las motivaciones de la visita, más no la motivación principal por la cual viajaron a la ciudad. Según las características de personalidad los turistas estéticos son quienes visitan la ciudad en mayor cantidad debido a que son viajeros que visitan la ciudad atraídos por su cultura.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### CAPITULO 3

#### **Características Socioeconómicas**

Estas permiten conocer el entorno económico y social en el que se desarrollan, con la finalidad de definir el nivel de gasto que realiza en su estadía, el nivel de ingresos que percibe, el nivel de educación y la ocupación. Estos factores a su vez se ven reflejados en el tipo de servicios y productos turísticos que consumen durante su estadía y de esta manera poder identificar el poder adquisitivo y determinar si están en la capacidad de adquirir nuestro producto o servicio.

#### **3.1 Nivel de gasto**

El nivel de gasto de un turista es la capacidad monetaria disponible que posee el consumidor, designado a la adquisición de productos y servicios dentro de su viaje y estadía en el lugar en donde se encuentra realizando actividades turísticas. En la tabla 10 se indica el presupuesto de gasto que el turista cultural tiene previsto gastar en la ciudad por persona y por día, el 36% de los turistas encuestados tiene previsto gastar al día de 30 a 50 dólares, el 25,5% prevé gastar menos de 29 dólares al día, el 17,9% de los encuestados piensa gastar entre 60 a 89 dólares al día, el 11% prevé gastar entre 90 a 119 dólares y el 9,6% de los turistas encuestados tiene previsto gastar más de 120 dólares por persona al día. Para un porcentaje significativo del 61,5% de los turistas, prevé gastar por día y por persona oscila entre 29 a 50 dólares, debido



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

a que su alojamiento es en casa de familiares y amigos, no utilizan transporte ya que la mayoría prefiere caminar por la ciudad por la cercanía de los sitios turísticos y no consumen alimentos en otros lugares diferentes a las casas en donde se hospedan.

**Tabla 10**

**Porcentaje del presupuesto de gasto estimado por persona y por día**

Presupuesto	Porcentaje
Menos de 29\$	25,5%
\$30 – 59\$	36%
\$60 – 89\$	17,9%
\$90 – 119\$	11%
Más de 120\$	9,6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

### 3.3 Nivel de educación

El nivel de educación esta correlacionado con el nivel de ingresos de un turista, es decir que mientras mayor sea el nivel de preparación mayor es su interés por conocer nuevos destinos y nuevas culturas, satisfaciendo de esta manera sus necesidades de reconocimiento y demandando en mayor cantidad actividades turísticas (González y Conde, 2011). En la tabla 11 se presenta el nivel de estudios que tienen los turistas que visitan la ciudad de Cuenca. El 62% de los encuestados tiene estudios universitarios, el 18,7% tiene estudios de cuarto nivel es decir posee un postgrado, el 15,7% tiene estudios medios y el 3,5% de los turistas posee estudios básicos. Algunos estudios previamente



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

realizados coinciden con el análisis de la presente investigación, en donde afirman que los turistas culturales tienen estudios superiores (Garfield, 1993).

Tabla 11

### Porcentaje de turistas según el nivel de estudios

Nivel de estudios	Porcentaje
Universitarios	62,1%
Postgrado	18,7%
Medios	15,7%
Básicos	3,5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

### 3.4 Ocupación

La ocupación del turista que visita la ciudad de Cuenca influido por su reconocimiento como ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad, del total de los encuestados el 18,1% fueron estudiantes mayoritariamente universitarios, profesionales en los campos de la psicología, economía y sociología representaron un 14,2% de los encuestados, el 12,8% fueron profesores, el 7,8% son ingenieros, el 5% son médicos, el 2,5% de los turistas son arquitectos, al igual que abogados y oficinistas que representaron el mismo porcentaje, en el campo de la hotelería y la restauración están un 1,1% de los visitantes, al igual que comerciantes, personas desempleadas y oficiales y operarios de las industrias y la construcción, los artesanos representan el 0,7% al igual que los choferes profesionales y el 0,4% de los turistas encuestados son personal de las Fuerzas Armadas.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 12

### Porcentaje de turistas según su ocupación

Ocupación	Porcentaje
Otros	26,7%
Estudiante	18,1%
Otro/a profesional titulado/a (Psicólogo/a; Economista; Sociólogo...)	14,2%
Profesor/a	12,8%
Ingeniero/a	7,8%
Médico	5%
Arquitecto/a	2,5%
Abogado/a	2,5%
Oficinistas	2,5%
Enfermero/a	1,8%
Oficiales y Operarios de Las Industrias y la Construcción	1,1%
Hotelería y restauración	1,1%
Comerciantes	1,1%
Desempleado/a	1,1%
Artesanos/as	0,7%
Choferes profesionales	0,7%
Fuerzas Armadas	0,4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

A partir del análisis de los datos obtenidos de las encuestas, se puede determinar que el presupuesto destinado para la realización del viaje es bajo, debido a que oscila entre 29\$ y 59\$ este gasto está estimado por persona y por día, esto se debe a que la mayoría de los turistas son estudiantes universitarios



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

que viajan a la ciudad, además de sus estudios, por visitar a familiares y amigos y se hospedan en las viviendas de los mismos, no utilizan transporte turístico debido a que prefieren caminar por la cercanía de los sitios turísticos dentro de la ciudad.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### CAPÍTULO 4

#### Características demográficas

Dentro de las características demográficas se enmarca el estudio de las características físicas del turista como edad, género y características sociales como el estado civil. Nadia Jiménez y Sonia San Martín (2013) afirman que las características previamente mencionadas influyen en el comportamiento de compra de los turistas debido a que interactúan con ciertos procesos mentales como la percepción, el razonamiento, el establecimiento de juicios y la toma de decisiones. Mediante el análisis de las características demográficas se podrá realizar una adecuada segmentación y localizar un mercado meta y conocer a quien debería estar dirigidos los productos y servicios culturales que actualmente oferta la ciudad (Schiffman y Kanuk 2005)

#### 4.1 Edad de los turistas

Las necesidades e intereses en relación a la inclinación por consumir ciertos productos o servicios varían según la edad del turista. Esta variable es de gran utilidad en la segmentación del mercado, debido a que al conocer la edad se puede determinar qué tipo de servicio o producto se puede crear y ofertar cumpliendo así las expectativas del posible consumidor (Schiffman y Kanuk, 2005)

En el gráfico 1 se analiza la edad del turista que visita la ciudad, segmentado por grupos con una diferencia de 5 años entre cada grupo. El 18,17% de los encuestados eran personas de entre 26 a 30 años, el 16,76%

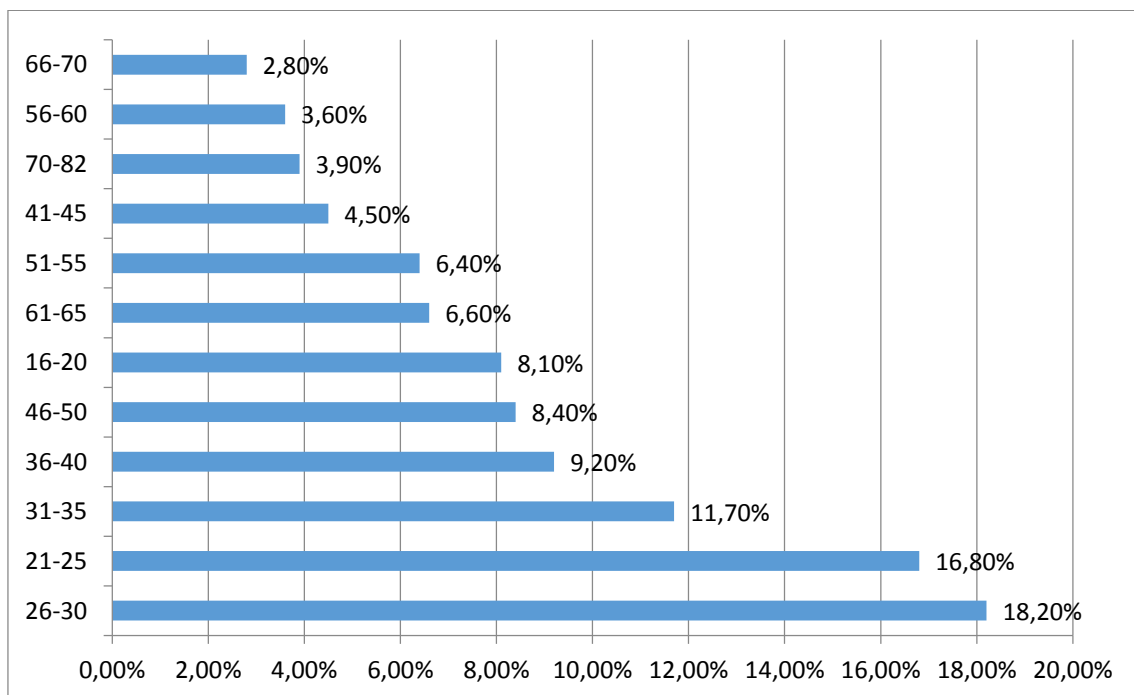


## UNIVERSIDAD DE CUENCA

tienen entre 21 a 25 años, coincidiendo con la afirmación previamente establecida de que un gran porcentaje de personas que visita la ciudad son estudiantes, el 11,70% están entre 31 a 35 años, el 9,15% oscila entre 36 a 40 años, el 8,36% de los encuestados están entre 46 a 50 años, los turistas entre 16 a 20 años representan el 8,08%, el 6,63% son turistas que están entre 61 a 65 años, el 4,46% de los encuestados su edad oscila entre 41 a 45 años, el 3,87% está entre 70 a 82 años, el 3,62% su edad fluctúa entre 56 a 60 años y el 2,79% de los turistas encuestados su edad esta entre 66 a 70 años.

Gráfico 1

### Porcentaje de turistas según la edad



**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas". Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.



#### 4.2 Genero del turista

Dentro del estudio de las características demográficas, el género es una variable de segmentación distintiva, esto debido a que, entre hombres y mujeres existen preferencias e inclinación por cierto tipo de productos (Schiffman, y Kanuk, 2005). En la tabla se analiza el género de los turistas que visitan la ciudad, el 55,2% de los turistas es de género masculino, mientras que el 44,8% representa al género femenino.

**Tabla 12**  
**Porcentaje de turistas según su género**

Género	Porcentaje
Masculino	55,2%
Femenino	44,8%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

#### 4.3 Estado civil

El análisis del estado civil de los turistas es importante, debido a las preferencias de cada grupo, un turista soltero consumirá productos distintos a los que turistas casados y turistas con hijos podrían consumir, de igual manera el gasto que realizara dentro de su viaje va a variar dependiendo de cada grupo (Schiffman y Kanuk, 2005). En la tabla 13 se analiza el porcentaje de turistas que visita la ciudad basando en su forma de realizar el viaje, el 26,6% de los turistas encuestados prefirieron viajar solos, el 24,0% viajaron acompañados por amigos, el 25,0% viajó con su pareja, el 23,4% prefirió realizar su viaje acompañado por su pareja e hijos y solo el 1,0% de los encuestados realizó su



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

viaje acompañado solo por sus hijos, por lo que se puede observar que la mayoría de los turistas prefiere viajar de manera independiente.

**Tabla 13**  
**Porcentaje de turistas según su estado civil**

Estado civil	Porcentaje
Viaja solo	26,6%
Viaja con amigos	24,0%
Viaja con pareja	25,0%
Viaja con pareja e hijos	23,4%
Viaja con hijos	1,0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

Al analizar las características demográficas de los datos estadísticos obtenidos de las encuestas aplicadas a 364 turistas tanto nacionales como extranjeros, se puede determinar que en su mayoría los turistas que visitan la ciudad de Cuenca tienen entre 21 a 35 años, prefieren viajar solos o con amigos y en su mayoría son de género masculino.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### CAPITULO 5

#### **Comparación del perfil del turista nacional y extranjero**

Con el fin de determinar características que permitan diferenciar al turista nacional del extranjero, se ha realizado un estudio comparativo entre los mismos, esto permitirá conocer ciertas particularidades que presentan a la hora de consumir servicios y productos turísticos dentro de la ciudad de Cuenca. Este estudio se lo realizó con la finalidad de contar con información que facilite una segmentación clara y precisa entre los dos tipos de turistas.

#### **5.1 Perfil del turista nacional**

##### **5.1.1 Motivación de visita del turista nacional**

La encuesta se aplicó a un total de 885 turistas, de este número 238 turistas fueron nacionales, para el 43,3% el reconocimiento de Cuenca como Patrimonio Cultural de la Humanidad influyó en la decisión de visitar la ciudad, frente a un 56,7% que manifestó que este reconocimiento no influyó en su decisión en el momento de escoger la ciudad de Cuenca como destino de visita.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 14

### Porcentajes de turistas nacionales que visitaron la ciudad influidos por su reconocimiento como ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad

Motivación	Porcentaje
No Influyó en su decisión el hecho que Cuenca tenga un reconocimiento como Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad	56,7%
Influyó en su decisión el hecho que Cuenca tenga un reconocimiento como Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad	43,3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas". Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

En la tabla 15 se analizan las razones por las cuales los turistas nacionales escogieron a Cuenca para realizar el viaje, el 49,5% de los turistas encuestados afirmaron que visitaron la ciudad para realizar actividades turísticas, el 16,5% visitaron a familiares que residen en la ciudad, el 15,5% realizaron actividades relacionadas con temas estudiantiles, para el 13,6% actividades laborales fue la razón de su viaje, el 3,9% viajaron por temas de salud y para el 1,0% fueron otros motivos como residir y realizar actividades de voluntariado lo que promovió su visita a la ciudad.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 15

### Porcentaje de turistas nacionales según la razón del viaje

Motivación	Porcentaje
Turismo	49,5%
Visita a familiares	16,5%
Estudios	15,5%
Trabajo	13,6%
Salud	3,9%
Otros	1,0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

En la tabla 16 se determina cuáles son las principales actividades que los turistas nacionales realizaron durante su visita en la ciudad, cabe hacer mención que en esta pregunta el encuestado tenía la opción de escoger más de una respuesta, es por esto que el porcentaje total no es 100%. El 48,5% de los turistas nacionales visitaron la ciudad con el fin de conocer su riqueza patrimonial, el 45,6 % acudieron con el deseo de conocer nuevos sitios, para el 33% de los encuestados degustar de la gastronomía típica de la ciudad fue el motivo para visitarla, el 27,2% viajaron a la ciudad para asistir a eventos culturales que se realizan en la ciudad continuamente, el 23,3% de los turistas nacionales visitaron a familiares, el 5,8% viajaron a la ciudad por trabajo y negocios y para el 1% fueron otros motivos lo que les impulsó a visitar la ciudad, entre los cuales destacan: el clima de la ciudad, residir y por salud y descanso.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 16

### Porcentaje de turistas nacionales según los motivos de visita a la ciudad

Motivación	Porcentaje
Conocer su riqueza patrimonial	48,5%
Deseo de conocer nuevos sitios	45,6%
Degustar su gastronomía	33,0%
Asistir a eventos culturales	27,2%
Visita a familiares	23,3%
Visita de trabajo o negocios	5,8%
Otro motivo de visita	1,0%
<b>Total</b>	

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

Para conocer el porcentaje de turistas nacionales que conocían que Cuenca es una de las ciudades preferidas para residir por los jubilados extranjeros y a cuántos de ellos este reconocimiento contribuyó con la decisión de visitar la ciudad, en la tabla 17 y 18 se indicarán los resultados obtenidos. El 75,8% si conocía este hecho frente al 24,2% que desconocía de este reconocimiento, de estos porcentajes, el 41,7% afirmó que este hecho influyó en su decisión para realizar la visita a la ciudad frente al 56,3% que no fue motivado por este reconocimiento.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 17

**Porcentaje de turistas nacionales que conocían que Cuenca es una de las ciudades preferidas para residir**

Motivación	Porcentaje
Si conocía que Cuenca es una de las ciudades preferidas para retirarse y vivir	75,8%
No conocía que Cuenca es una de las ciudades preferidas para retirarse y vivir	24,2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas". Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

Tabla 18

**Porcentaje de turistas nacionales que influyó en su vista que Cuenca es una de las ciudades preferidas para residir**

Motivación	Porcentaje
Si influyó en su decisión de visitar Cuenca	41,7%
No influyó en su decisión de visitar Cuenca	56,3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas". Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

En la tabla 19 se analiza si el prestigio de Cuenca como ciudad cultural tuvo un índice de influencia en el motivo de visita de los turistas nacionales, el 39,8% de los turistas nacionales encuestados mencionaron que fue un añadido a otra motivación lo que les estimulo visitar la ciudad, para el 30,1% fue parte de la motivación de la visita, para el 22,3% fue el motivo principal el tema



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

cultural y para el 7,8% de los turistas nacionales desconocían que la ciudad se distinguía por este reconocimiento.

Tabla 19

### Porcentaje de turistas nacionales que visitó la ciudad de Cuenca influido por su prestigio como ciudad cultural

Motivación	Porcentaje
Es el motivo principal	22,3%
Es parte de las motivaciones de la visita	30,1%
Es un añadido a otra motivación principal	39,8%
No lo conocía cuando se eligió el destino	7,8%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015

Para el análisis del porcentaje de los turistas nacionales según su tipo de personalidad, se ha relacionado la tabla 8 Personalidades que puede adoptar el turista cultural con la tabla 16 Porcentaje de turistas según los motivos de visita a la ciudad. Las variables que se tomaron para realizar esta comparación fueron: conocer su riqueza patrimonial, degustar de su gastronomía y asistir a eventos culturales, para obtener los resultados se vinculó las variables mencionadas anteriormente con la tabla 8. En base a esta relación en la tabla 20 se identifica el tipo de personalidad que puede adoptar el turista cultural que visita la ciudad de Cuenca, el 48,5% de los encuestados se pueden denominar como turistas estéticos es decir turistas cuya principal motivación era visitar galerías, museos y paisajes culturales, el 33% son turistas epicúreos, es decir, turistas aficionados a la gastronomía y el 27% se pueden denominar



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

como turistas aficionados a los festivales, este tipo de turistas se sienten atraídos por las fiestas o festivales que permitan cierto grado de desinhibición.

**Tabla 20**

### **Porcentaje de turistas nacionales según su tipo de personalidad**

Tipo de personalidad del turista cultural	Porcentaje
Estético	48,5%
Epicúreo	33,0%
El aficionado a los festivales	27,0%
<b>Total</b>	

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015

### **5.1.2 Características socioeconómicas del turista nacional**

#### **Nivel de gasto del turista nacional**

En la tabla 21 se indica el presupuesto de gasto que el turista nacional cultural prevé gastar en la ciudad, este porcentaje se analiza por persona y por día, el 41% de los turistas encuestados tiene previsto gastar al día de 30 a 50 dólares, el 18% prevé gastar menos de 29 dólares al día, el 21% de los turistas piensa gastar entre 60 a 89 dólares al día, el 15% prevé gastar entre 90 a 119 dólares y el 5% de los turistas encuestados tiene previsto gastar más de 120 dólares por persona al día. Para un porcentaje significativo del 61,5% de los turistas, prevé gastar por día y por persona oscila entre 29 a 50 dólares, debido a que su alojamiento es en casa de familiares y amigos, la mayoría de los turistas nacionales no utilizan transporte ya que la mayoría prefiere caminar por



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

la ciudad por la cercanía de los sitios turísticos y no consumen alimentos en otros lugares diferentes a las casas en donde se hospedan.

**Tabla 21**

**Porcentaje del presupuesto de gasto estimado por persona y por día**

Presupuesto	Porcentaje
Menos de 29\$	18,0%
\$30 – 59\$	41,0%
\$60 – 89\$	21,0%
\$90 – 119\$	15,0%
Más de 120\$	5,0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015

### **Nivel de educación del turista nacional**

En la tabla 22 se presenta el nivel de educación de los turistas nacionales que visitan la ciudad de Cuenca. El 62,1% de los encuestados posee estudios universitarios, solo el 10,7% tiene estudios de cuarto nivel es decir posee un postgrado, el 21,4% tiene estudios medios y el 5,8% de los turistas nacionales posee únicamente estudios básicos. Cabe recalcar que como se hace mención en el capítulo 1 del presente trabajo de investigación algunos estudios coinciden con este análisis, en donde afirman que los turistas culturales tienen estudios superiores (Garfield, 1993).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 22

### Porcentaje de turistas nacionales según el nivel de estudios

Nivel de estudios	Porcentaje
Universitarios	62,1%
Postgrado	10,7%
Medios	21,4%
Básicos	5,8%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas". Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

### Ocupación del turista nacional

Las principales ocupaciones de los turistas nacionales que visitan la ciudad de Cuenca influidos por su reconocimiento como ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad se analizarán en la tabla 23. Del total de los encuestados el 28,4% tenían como principal actividad los estudios, el 16,2% tenían otro tipo de empleo, el mismo que no se hacía mención en la encuesta, profesionales en los campos de la psicología, economía y sociología representaron un 12,2% de los encuestados, el 10,5% son ingenieros en distintas áreas, el 6,8% son médicos, el 4,1% de los turistas son abogados, al igual que oficinistas que representaron el mismo porcentaje, el 2,7% de los visitantes fueron profesores, arquitectos, oficiales y operarios de las industrias y la construcción, comerciantes y choferes profesionales, profesionales en el campo de la hotelería y restauración, desempleados y funcionarios de las Fuerzas Armadas representaron el 1,4%.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 23

### Porcentaje de turistas nacionales según su ocupación

Ocupación	Porcentaje
Estudiante	28,4%
Otros	16,2%
Otro/a profesional titulado/a (Psicólogo/a; Economista; Sociólogo...)	12,2%
Ingeniero/a	10,5%
Médico	6,8%
Abogado/a	4,1%
Oficinistas	4,1%
Profesor/a	2,7%
Arquitecto/a	2,7%
Oficiales y Operarios de Las Industrias y la Construcción	2,7%
Comerciantes	2,7%
Choferes profesionales	2,7%
Hotelería y restauración	1,4%
Desempleado/a	1,4%
Fuerzas Armadas	1,4%
Enfermero/a	0%
Artisanos/as	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas". Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.



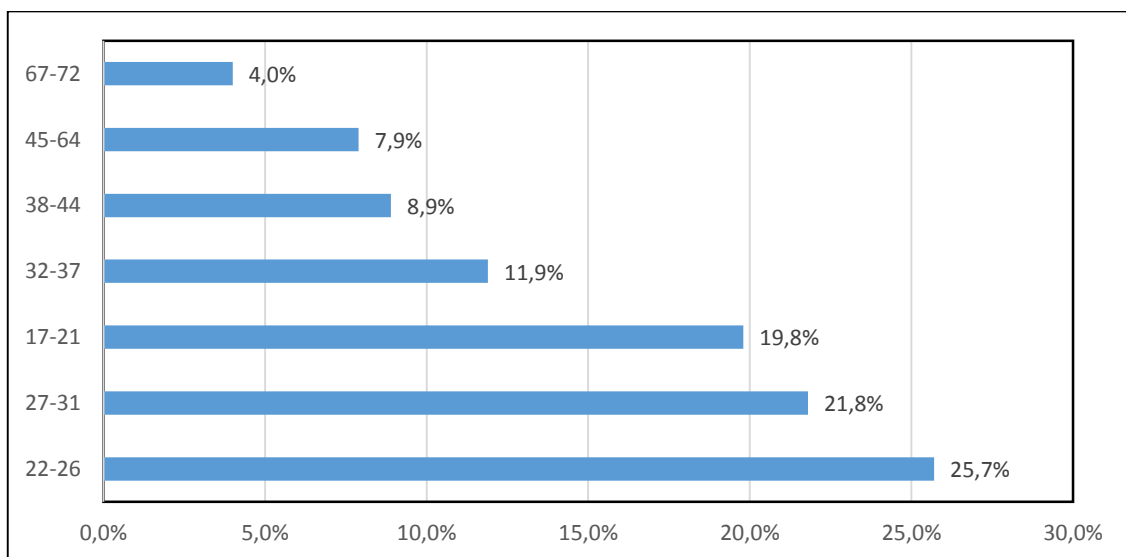
### 5.1.3 Características demográficas del turista nacional

#### Edad de los turistas nacionales

Con el fin de conocer el promedio de edad de los turistas nacionales que visitan la ciudad, en el gráfico 2 se analizará esta variable, se ha segmentado por grupos con una diferencia de 5 años entre cada grupo. El 25,7% de los turistas encuestados eran personas de entre 22 a 26 años, para el 21,8% su promedio de edad oscila entre 27 a 31 años, el 19,8% están entre 17 a 21 años, es decir son adolescentes, el 11,9% oscila entre 32 a 37 años, el 8,9% de los encuestados están entre 38 a 44 años, los turistas entre 45 a 64 años representan el 7,9% y el 4% son turistas que están entre 67 a 72 años. Estos dos últimos rangos de edad en base a la motivación de visita se puede deducir que en su mayoría son turistas que buscan conocer Cuenca como ciudad preferida por turistas jubilados extranjeros para residir

Gráfico 2

Porcentaje de turistas nacionales según la edad



**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.



### Género del turista nacional

En la tabla 24 se analiza el género de los turistas que visitan la ciudad, el 54,9% de los turistas es de género masculino, mientras que el 45,1% representa al género femenino. Como se puede observar la diferencia entre hombres y mujeres es mínimo, con lo que se podía considerar que la ciudad es favorable para realizar turismo tanto para hombres como para mujeres.

**Tabla 24**  
**Porcentaje de turistas nacionales según su género**

Género	Porcentaje
Masculino	54,9%
Femenino	45,1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

### Estado civil del turista nacional

En la tabla 25 se analiza el porcentaje de turistas nacionales que visita la ciudad basando en su estado civil y en la forma de realizar el viaje, el 35% de los turistas nacionales encuestados prefirieron viajar con amigos, el 27,2% viajaron acompañados por su pareja, el 26,2% viajó solo, el 9,7% prefirió realizar su viaje acompañado por su pareja e hijos y solo el 2,0% de los encuestados realizaron su viaje acompañado solo por sus hijos, por lo que se puede observar que la mayoría de los turistas prefiere realizar su viaje





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

acompañado por amigos, este resultado podría deberse a la falta de actividades destinadas al disfrute por familias.

**Tabla 25**

**Porcentaje de turistas nacionales según su estado civil**

Estado civil	Porcentaje
Viaja con amigos	35%
Viaja con pareja	27,2%
Viaja solo	26,2%
Viaja con pareja e hijos	9,7%
Viaja con hijos	2,0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

De los 885 turistas encuestados para la realización de este proyecto de investigación, 238 fueron turistas nacionales, cabe recalcar que el porcentaje de turistas nacionales es bajo debido a que las encuestas se realizaron en días laborables y que los turistas nacionales en su mayoría realizan actividades turísticas los fines de semana. El 54,9% de los turistas nacionales que visitaron la ciudad fueron hombres, frente al 45,1% que fueron mujeres, en su mayoría fueron turistas estudiantes entre 17 a 26 años de edad, su nivel de estudio era de tercer nivel es decir universitarios con el 62,1% seguido de profesionales con título de cuarto nivel con el 10,7%. De estos el 35% prefirió viajar acompañado de amigos, el 27,2% viajó acompañado de su pareja, el 26,2% viajó solo y solo el 2% de todos los turistas nacionales viajó con sus hijos, por lo



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

que se podría considerar que a la ciudad le falta más actividades y productos turísticos en las que involucre a familias con niños.

En síntesis, puede afirmarse que, de los 238 turistas nacionales, el 43,% señalaron que una de las motivaciones para visitar la ciudad fue su reconocimiento como Patrimonio Cultural de la Humanidad, mientras tanto para el 56,7% dicho reconocimiento no influyó en su motivación para visitar la ciudad. Para el 49,5% de los turistas que afirmaron visitar la ciudad por ser Patrimonio Cultural de la Humanidad la razón para realizar su viaje fue por turismo, seguido de visitar a familiares con el 16,5%, estudios, trabajo y salud fueron otras razones por las que decidieron viajar a la ciudad. El 48,5% de los turistas que visitaron Cuenca principalmente fue por conocer su riqueza patrimonial, el 45,6% fue por conocer nuevos sitios, el 33% viajaron por degustar su gastronomía, asistir a eventos culturales, visitar a familiares y por negocios, fueron otros de los motivos por los cuales viajaron a la ciudad.

Otro de los motivos que impulsó a los turistas a visitar la ciudad fue por su reconocimiento de ser una de las ciudades preferidas por extranjeros para retirarse y residir el 75,8% de los encuestados afirmó conocer acerca de este reconocimiento, mientras que para el 24,2% este hecho no era de su conocimiento, de este porcentaje para el 41,7% influyó es su decisión de visitar la ciudad, para el 56,3% no fue un motivo para visitar la ciudad. Se puede decir que para las personas que si influyó este reconocimiento aparte de las motivaciones antes mencionadas visitaron la ciudad con el fin de conocer si es



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

adecuada para retirarse y residir. Se preguntó si el prestigio de Cuenca como ciudad cultural influyó en su motivación para visitar la ciudad, a lo que el 39,8% de los encuestados respondieron que fue un añadido a otra motivación, solo para el 22,3% de los turistas nacionales fue el motivo principal.

Durante su estadía el promedio de presupuesto destinado a gastar en la visita a la ciudad fue de entre 30\$ a 59\$ para el 41% de los encuestados, solo el 20% tenía destinado a gastar entre 90\$ a 120\$ durante su estadía, esto debido a que en su mayoría los turistas fueron estudiantes universitarios, los mismos que en su mayoría se alojaban en casas de familiares y alimentos y bebidas eran consumidos dentro de estos sitios. Este factor también puede deberse al bajo costo de los productos y servicios que se ofertan en la ciudad

### **5.2 Perfil del turista extranjero**

#### **5.2.1 Motivación de visita del turista extranjero**

Del total de turistas encuestados (885) 647 fueron turistas extranjeros, de los cuales el 43,1% reconocieron que visitaron la ciudad de Cuenca influidos por su reconocimiento como Patrimonio Cultural de la Humanidad, frente a un 56,9% que manifestó que dicho reconocimiento no influyó en su motivación a la hora de escoger la ciudad de Cuenca como destino de visita, como se representa en la tabla 26.



Tabla 26

**Porcentaje de turistas extranjeros que visitaron la ciudad influidos por su reconocimiento como ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad**

Motivación	Porcentaje
No Influyó en su decisión el hecho que Cuenca tenga un reconocimiento como Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad	56,9%
Influyó en su decisión el hecho que Cuenca tenga un reconocimiento como Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad	43,1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

Las razones por las cuales los turistas extranjeros visitaron la ciudad se analizaran en la tabla 27. El 70,1% de los turistas visitaron la ciudad con el fin de realizar turismo, el 10,4% viajaron por temas de trabajo y negocios, el 10% realizaron el viaje con el fin de cumplir con actividades relacionadas con temas estudiantiles, para el 3,4% temas de salud fueron las razones por las cuales viajaron, el 3,1% viajó a la ciudad para visitar familiares y el 3% visitaron la ciudad por otros motivos, como residir y realizar actividades de voluntariado principalmente.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 27

### Porcentaje de turistas extranjeros según la razón del viaje

Motivación	Porcentaje
Turismo	70,1%
Trabajo	10,4%
Estudios	10%
Salud	3,1%
Visita a familiares	3,4%
Otros	3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

En la tabla 28 se determina cuáles son las principales actividades que los turistas extranjeros realizaron durante su visita en la ciudad, cabe hacer mención que en esta pregunta el encuestado tenía la opción de escoger más de una respuesta. El 69% de los turistas extranjeros visitaron la ciudad determinados por su riqueza patrimonial y por conocer sobre la misma, el 52,1 % acudió a la ciudad con el deseo de conocer nuevos sitios, para el 29,9% de los encuestados degustar de la gastronomía que ofrece la ciudad fue el motivo para visitarla, el 29,1% acudió con el fin de asistir a eventos culturales que se realizan en la ciudad, el 11,1% visitó la ciudad por trabajo y negocios, para el 6,2% fueron otros motivos por los cuales visitaron la ciudad, entre los cuales están: el clima de la ciudad, residir, visitar amigos y por salud y descanso y solo el 6,1% de los turistas visitaron a familiares.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 28

### Porcentaje de turistas extranjeros según los motivos de visita a la ciudad

Motivación	Porcentaje
Conocer su riqueza patrimonial	69%
Deseo de conocer nuevos sitios	52,1%
Degustar su gastronomía	29,9%
Asistir a eventos culturales	29,1%
Visita de trabajo o negocios	11,1%
Otro motivo de visita	6,2%
Visita a familiares	6,1%
<b>Total</b>	

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

En la tabla 29 y 30 se indicará si los turistas extranjeros sabían que Cuenca era una de las ciudades preferidas por los jubilados extranjeros para residir, el 69% sí conocía de este reconocimiento frente al 31% que no tenía conocimiento acerca de este hecho. De estos porcentajes, el 45,5% afirmó que este hecho influyó en su decisión para realizar la visita a la ciudad frente al 54,5% que no fue motivado por este reconocimiento.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Tabla 29**

**Porcentaje de turistas extranjeros que conocían que Cuenca es una de las ciudades preferidas para residir**

Motivación	Porcentaje
Si conocía que Cuenca es una de las ciudades preferidas para retirarse y vivir	69%
No conocía que Cuenca es una de las ciudades preferidas para retirarse y vivir	31%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

**Tabla 30**

**Porcentaje de turistas extranjeros que influyó en su visita que Cuenca es una de las ciudades preferidas para residir**

Motivación	Porcentaje
Si influyó en su decisión de visitar Cuenca	45,5%
No influyó en su decisión de visitar Cuenca	54,5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

En la tabla 31 se analiza si el prestigio de Cuenca como ciudad cultural influyó en su motivo de visita, el 38,3% de los turistas extranjeros encuestados afirmó que fue parte de las motivaciones de su visita, para el 32,2% fue un añadido a otra motivación principal, solo para el 21,1% fue el motivo principal para decidir viajar a Cuenca y el 8,4% de los turistas extranjeros desconocían que la ciudad posee este importante reconocimiento.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 31

### Porcentaje de turistas extranjeros que visitaron la ciudad de Cuenca influidos por su prestigio como ciudad cultural

Motivación	Porcentaje
Es el motivo principal	21,1%
Es parte de las motivaciones de la visita	38,3%
Es un añadido a otra motivación principal	32,2%
No lo conocía cuando se eligió el destino	8,4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015

Para el análisis del porcentaje de los turistas extranjeros que visitaron la ciudad según su tipo de personalidad, se ha relacionado la tabla 8 Personalidades que puede adoptar el turista cultural con la tabla 31 Porcentaje de turistas según los motivos de visita a la ciudad. En base a esta relación en la tabla 32 se identifica el tipo de personalidad que puede adoptar el turista cultural que visita la ciudad de Cuenca. Las variables que se tomaron para realizar esta comparación fueron: conocer su riqueza patrimonial, degustar de su gastronomía y asistir a eventos culturales, el 69% de los encuestados se pueden denominar como turistas estéticos es decir turistas cuya principal motivación era visitar galerías, museos y paisajes culturales, el 29,9% se pueden denominar como turistas epicúreos, turistas aficionados a la gastronomía y el 29,1% son turistas aficionados a los festivales, este tipo de turistas se sienten atraídos por las fiestas o festivales que permitan cierto grado de libertad. Se debe mencionar que en esta pregunta se podía elegir más de una respuesta.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 32

### Porcentaje de turistas extranjeros según su tipo de personalidad

Tipo de personalidad del turista cultural	Porcentaje
Estético	69%
Epicúreo	29,9%
El aficionado a los festivales	29,1%
<b>Total</b>	

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015

### 5.2.2 Características socioeconómicas del turista extranjero

#### Nivel de gasto del turista extranjero

El presupuesto que el turista extranjero cultural tiene previsto gastar en la ciudad por persona y por día se analiza en la tabla 33. El 35% de los turistas extranjeros encuestados tiene previsto gastar al día de 30 a 59 dólares, el 29,2% prevé gastar menos de 29 dólares al día, el 17,1% de los encuestados piensa gastar entre 60 a 89 dólares al día, el 9,7% gastará entre 90 a 119 dólares y solo el 8,9% de los turistas encuestados tiene previsto gastar más de 120 dólares por persona al día. Para el 64,2% es decir 6 de cada 10 turistas el gasto que prevé consumir por persona y por día esta entre 29 a 59 dólares, esto debido a que en su mayoría son turistas jóvenes que prefieren hospedarse en hostales de bajo costo y consumir productos más económicos que los otros grupos de más edad.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 33

### Porcentaje del presupuesto de gasto estimado por persona y por día

Presupuesto	Porcentaje
Menos de 29\$	29,2%
\$30 – 59\$	35%
\$60 – 89\$	17,1%
\$90 – 119\$	9,7%
Más de 120\$	8,9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015

### Nivel de educación del turista extranjero

En la tabla 34 se presenta el nivel de educación que tienen los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Cuenca. El 63,5% de los encuestados tiene estudios universitarios, el 22,4% tiene estudios de cuarto nivel es decir posee un postgrado, el 13,7% tiene estudios medios y tan solo el 0,4% de los turistas posee estudios básicos. Con este análisis se puede determinar que los estudios previamente realizados (Garfield, 1993) aciertan correctamente con la aseveración que afirma que los turistas culturales poseen estudios superiores.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 34

### Porcentaje de turistas según el nivel de estudios

Nivel de estudios	Porcentaje
Universitarios	63,5%
Postgrado	22,4%
Medios	13,7%
Básicos	0,4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

### Ocupación del turista extranjero

La ocupación del turista extranjero que visita la ciudad de Cuenca influido por su reconocimiento como ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad se determina en la tabla 35. Del total de los encuestados el 30,4% tienen otro tipo de empleo que no se hace mención en la encuesta, el 16,4%, son profesores, el 15% son profesionales en los campos de la psicología, economía y sociología, el 14,5% son estudiantes, el 6,8% son ingenieros, el 4,3% de los turistas extranjeros son médicos, arquitectos y enfermeras representaron el 2,4%, el 1% de los visitantes son artesanos, profesionales en el campo de la hotelería y la restauración, personas que no tenían empleos al momento de realizar la encuesta, oficiales y operarios de las industrias y la construcción representaron el 0,5%.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 35

### Porcentaje de turistas extranjeros según su ocupación

Ocupación	Porcentaje
Otros	30,4%
Profesor/a	16,4%
Otro/a profesional titulado/a (Psicólogo/a; Economista; Sociólogo...)	15%
Estudiante	14,5%
Ingeniero/a	6,8%
Médico	4,3%
Arquitecto/a	2,4%
Enfermero/a	2,4%
Abogado/a	1,9%
Oficinistas	1,9%
Artesanos/as	1%
Hotelería y restauración	1%
Desempleado/a	1%
Oficiales y Operarios de Las Industrias y la Construcción	0,5%
Comerciantes	0,5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

### 5.2.3 Características demográficas

#### Edad de los turistas extranjeros

En el gráfico 3 se mostrará el promedio de edad del turista extranjero que visita la ciudad, segmentado por grupos de 5 años. El 17,4% de los encuestados eran personas de entre 26 a 30 años, el 13,6% tienen entre 21 a 25 años, el 10,5% están entre 31 a 35 años y entre 36 a 40 años, del 9,3% su edad oscila entre 48 a 52 años, el 7% de los encuestados están entre 53 a 57

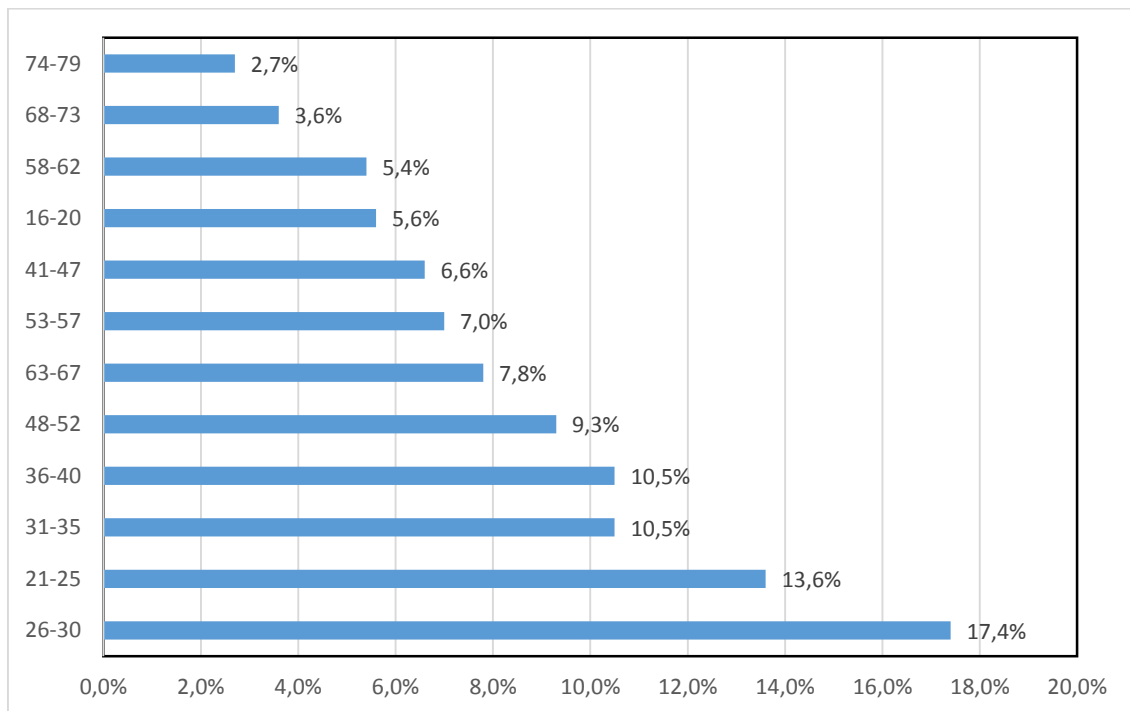


## UNIVERSIDAD DE CUENCA

años, los turistas entre 41 a 47 años representan el 6,6%, el 5,6% son turistas extranjeros que están entre 16 a 20 años, el 5,4% están entre 58 a 62 años, turistas entre 68 a 73 años representan el 3,6% y el 2,7% son turistas extranjeros que están entre 74 a 79 años.

**Gráfico 3**

### Porcentaje de turistas extranjeros según la edad



**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

### Género del turista extranjero

En la tabla 36 se analiza el género de los turistas extranjeros que visitan la ciudad, el 55,3% de los turistas es de género masculino, mientras que el 44,7% representa al género femenino. Al igual que en el caso del turista nacional se puede observar que la diferencia entre hombres y mujeres es



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

mínima, por lo que se puede considerar que la ciudad de Cuenca es idónea y segura para realizar turismo para los dos géneros.

**Tabla 36**  
**Porcentaje de turistas según su género**

Género	Porcentaje
Masculino	55,3%
Femenino	44,7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

### **Estado civil del turista extranjero**

En la tabla 37 se analiza el porcentaje de turistas que visita la ciudad basando en su forma de realizar el viaje, el 35% de los turistas extranjeros encuestados prefirieron viajar con amigos, el 27,2% viajaron acompañados por su pareja, el 26,2% optaron por viajar solos, el 9,7% prefirieron realizar su viaje acompañados por su pareja e hijos y solo el 2,0% de los encuestados realizaron su viaje acompañado solo por sus hijos. De igual manera que en el caso de los turistas nacionales los índices de turistas que viajan en familia son bajos, por lo que se podría considerar que la ciudad oferta pocas actividades dirigidas a familias.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 37

### Porcentaje de turistas extranjeros según su estado civil

Estado civil	Porcentaje
Viaja solo	37,6%
Viaja con amigos	29,5%
Viaja con pareja	28%
Viaja con pareja e hijos	3,8%
Viaja con hijos	1,1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Propia

**Fuente:** La función turística de Cuenca: aproximación a su realidad y consecuencias socioeconómicas”. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Mayo de 2015.

En resumen de los 885 turistas encuestados para la realización de este proyecto de investigación, 647 fueron turistas extranjeros. El 55,3% de los turistas extranjeros que visitaron la ciudad fueron hombres, frente al 44,7% que fueron mujeres, en su mayoría fueron turistas profesionales de entre 26 a 30 años de edad, 6 de cada 10 turistas tenían estudios de tercer nivel, y solo 2 de cada 10 contaban con formación de cuarto nivel o postgrado. De estos porcentajes el 37,6% prefirieron viajar solos, el 29,5% viajó con amigos, el 28% viajó acompañado de su pareja, el 3,8% viajó con su pareja e hijos y solo el 1,1% de todos los turistas extranjeros viajó con sus hijos, por lo que se podría considerar que a la ciudad en cuanto a oferta de productos y servicios dirigidos a targets de familias le falta diversificación.

Del total turistas extranjeros el 43,1% afirmaron que una de las motivaciones para visitar la ciudad fue su reconocimiento como Patrimonio Cultural de la Humanidad, mientras tanto para el 56,9% dicho reconocimiento no influyó en su motivación para visitar la ciudad. Para el 70,1% de los turistas



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

que afirmaron visitar la ciudad por ser Patrimonio Cultural de la Humanidad la razón para realizar su viaje fue por turismo, seguido de trabajo con el 10,4%, estudios, visita a familiares y salud fueron otras razones por las que decidieron visitar la ciudad. El 69% de los turistas extranjeros que visitaron Cuenca principalmente fue por conocer su riqueza patrimonial, para el 52,1% el motivo de visita fue por conocer nuevos sitios, el 29,9% viajaron por degustar la gastronomía de Cuenca, asistir a eventos culturales y por visitar a familiares, fueron otras motivaciones por las cuales viajaron a la ciudad.

El reconocimiento de Cuenca de ser una de las ciudades preferidas por extranjeros para retirarse y residir fue otra motivación que impulso al 45,5% en su decisión de visitar la ciudad, el 69% de los encuestados afirmó conocer acerca de este reconocimiento, mientras que para el 31% este hecho no era de su conocimiento, para el 54,5% no fue un motivo para visitar la ciudad. Se preguntó si el prestigio de Cuenca como ciudad cultural influyó en su motivación para visitar la ciudad, a lo que el 38,3% de los encuestados respondieron que fue parte de las motivaciones de la visita, mientras que solo para el 21,1% de los turistas extranjeros fue el motivo principal. Se puede considerar que a pesar de que Cuenca es considerada una ciudad cultural y que mayoritariamente oferte productos culturales, el turista extranjero prefiere realizar otras actividades turísticas y que el turismo cultural es un agregado a otros tipos de turismo, esto puede ser debido a la falta de diversificación de paquetes culturales que oferta la ciudad.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Durante su estadía el promedio de presupuesto destinado a gastar en la visita a la ciudad fue de entre 30\$ a 59\$ para el 35% de los encuestados, solo el 18,6% tenía destinado a gastar entre 90\$ a 120\$ durante su estadía, esto debido a que en su mayoría los turistas actualmente prefieren hospedarse en hostales más económicos, realizan actividades de bajo costo y consumen productos económicos.

### 5.3 Comparación del perfil del turista nacional y extranjero

Tanto para turistas nacionales como extranjeros el reconocimiento de Cuenca como ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad fue una de las motivaciones que les impulsaron a visitar la ciudad, para el 49,5% los turistas nacionales dicho reconocimiento influencio en su decisión, en el caso de los turistas extranjeros este reconocimiento influencio para el 43,1% del total de los encuestados. El 54,9% de los turistas nacionales encuestados fueron hombres, mientras que los turistas extranjeros hombres representaron el 55,3%, en el caso de las mujeres, el 45,1% fueron turistas nacionales frente al 44,7% que fueron turistas extranjeras, los porcentajes de turistas tanto nacional como extranjero de acuerdo al género no varían considerablemente, notando que tanto hombres como mujeres vienen a la ciudad por igual.

Tanto los turistas nacionales como extranjeros en cuanto a su nivel de educación poseen mayoritariamente títulos de tercer nivel, en el caso de los turistas extranjeros el 63,5% de los encuestados tenían estudios superiores



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

mientras que los turistas nacionales representaban el 62,1%, en cuanto a la profesión la el 28,4% de los turistas nacionales eran estudiantes mientras que el 30,4% de los turistas extranjeros tenían otro tipo de profesiones, se puede destacar que en el caso de los turistas nacionales acudían a la ciudad por estudiar, en cuanto al estado civil de los turistas los resultados varían, el 35% de los turistas nacionales prefirieron viajar acompañados de amigos, en tanto el 37,6% de los turistas extranjeros prefirieron viajar solos, el viajar con familias representan porcentajes bajos para ambos casos debido a que para los turistas ecuatorianos solo el 2% decidieron viajar con sus hijos y de los turistas extranjeros solo el 1,1%, se puede considerar que la baja afluencia de turistas con familia e hijos se debe a que la ciudad no posee productos y servicios turísticos destinados a este segmento de mercado.

La motivación para visitar la ciudad, para el 49,5% de los turistas nacionales y para el 70,1% de los turistas extranjeros realizar actividades turísticas fue la razón por la cual visitaron la ciudad. Los turistas nacionales adicionalmente al realizar turismo visitaron a sus familiares como complemento de su visita a la ciudad. Conocer la riqueza patrimonial que posee la ciudad para el 48,5% de los turistas nacionales fue una de las motivaciones, mientras que para el 69% de los turistas extranjeros esta fue la motivación.

Otra de las motivaciones que impulsó a los turistas a visitar la ciudad fue el reconcomiendo como una de las ciudades preferidas por extranjeros para residir, para el 41,7% de los turistas nacionales y para el 45,5% de los turistas



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

extranjeros este factor si influyó a la hora de decidir visitar Cuenca, muchos de los turistas que viajaron motivados por este reconocimiento fue con la finalidad de conocer la ciudad e identificar las ventajas o desventajas de residir. El prestigio de Cuenca como ciudad cultural tanto para los turistas nacionales como para los extranjeros no fue una de las principales motivaciones para visitar la ciudad, sino que, fue un añadido o parte de otras motivaciones. Tanto para el turista nacional como para el extranjero realizaron actividades turísticas dentro de la ciudad, dejando al turismo cultural como un añadido, esto se debe a la falta de diversificación de este tipo de turismo.

En cuanto al presupuesto que tenían destinado a gastar durante la estadía en la ciudad tanto el turista nacional como el extranjero destinaron cantidades que oscilaban entre los 30\$ a 59\$, esto debido a que en el caso de los turistas nacionales mayoritariamente eran estudiantes, los mismo que se hospedan en casas de familiares, mientras que los turistas extranjeros optan por hospedarse en hostales de bajo costo y realizar actividades que no impliquen un gasto elevado.

Como resultado de la comparación y análisis de las variables antes mencionadas de los turistas nacionales como de los turistas extranjeros, las diferencias que poseen son minúsculas y que en su mayoría son turistas que prefieren otros tipos de turismo diferente al turismo cultural, esto debido a que en la ciudad faltan productos culturales diversificados y un estudio concreto que posibilite segmentar la demanda turística de la ciudad.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### CONCLUSIONES

El turismo en los últimos años ha generado crecimiento y desarrollo económico y social, es decir ha dinamizado la economía de los territorios en donde se desarrolla, es así en el caso de la ciudad de Cuenca, que al ser nombrada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura el porcentaje de turistas se ha incrementado considerablemente. El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad conocer el perfil del turista cultural que visita la ciudad, con el propósito de tener un conocimiento base para futuras investigaciones en temas relacionados.

Se ha podido determinar que a pesar de que la ciudad de Cuenca es reconocida como Patrimonio Cultural de la Humanidad, son nulos los estudios que se han realizado en este tema. Por lo tanto no se posee paquetes turísticos culturales especializados y diversificados de acuerdo al tipo de turista y esto se ve reflejado en la falta de interés por parte de los turistas de realizar turismo cultural en la ciudad, dejándolo como un añadido a otras actividades turísticas primordiales y que solamente 3 de cada 10 turistas que visitan la ciudad vienen influenciados por este reconocimiento.

Los resultados obtenidos de la encuesta demuestran que la baja afluencia de familias con niños que visitan la ciudad es consecuencia de la deficiente diversidad de productos y servicios culturales. Este es un tema en el que se debería poner mayor énfasis, analizando que las familias con niños



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

poseen un mayor nivel gasto por persona y por día y a su vez consumen más productos y servicios, dejando mayores réditos económicos a la localidad, esto comparado con los turistas que viajan solos o acompañados de amigos que según el análisis previamente realizado tanto el gasto como el consumo de servicios es mínimo.

Conociendo plenamente las características del turista cultural no solo se puede mejorar los productos que se ofertan si no los servicios y al factor humano que está detrás de la prestación de los mismos, asegurando la personalización, calidad y eficiencia del servicio, debido a que este será acorde a una segmentación adecuada. Finalizado este estudio se considera importante continuar con el análisis, desarrollo y la creación de nuevos y mejorados servicios y productos turísticos enfocados en la cultura que se puede aprovechar dentro de la ciudad, así como del factor humano, logrando satisfacer y superar las expectativas de los turistas visitantes consiguiendo de esta manera el desarrollo continuo del turismo cultural en Cuenca.

Sumado a lo mencionado en anteriores párrafos, es importante resaltar que este proyecto de investigación quede como una herramienta útil en el estudio del perfil del turista, así como en análisis de mercados, planes turísticos, etc.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### BIBLIOGRAFÍA

- Ayala, H. (2009). Turismo cultural y consumo cultural en viajes turísticos. Cuba y el Centro Histórico de la Habana. *Economía y Desarrollo*. (1), 154-185.
- Barbosa, M. (2007). La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural. Caso: corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. (60), 105-122.
- Ciribeli, J. y Miquelito, S. (2013). La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento. *Visión de futuro*. 1(19), 33-50.
- Cordente, M. (2011). Medición de motivaciones del turismo cultural en ciudades patrimonio de la humanidad. *Revista de Análisis Turístico*. 2(12), 80-85.
- Curiel, E. (2007). *La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia* (Tesis, Universidad Complutense de Madrid. Recuperada de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/cps/ucm-t29665.pdf>.
- Calle, M. y García, M<sup>a</sup>. (1998). Las ciudades históricas: patrimonio cultural y recurso turístico. *Ería*, (47) 249-266
- De la Orden, C. (2011) *La satisfacción del turista cultural enológico: causas y efectos*. Universidad de Huelva, La Rábida.
- De la Rosa, B. (2003). Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: El patrimonio cultural. *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural*. 1(2). 155-160.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Devesa, M., Laguna, M. y Palacios, A. (2010) *Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo: el caso de un destino de interior*. REME 13(35), 169- 182.

El patrimonio Cultural de Cuenca anualmente atrae a 200.000 turistas. (2013, 04 de abril). Andes. Recuperado de <http://www.andes.info.ec/es/turismo/patrimonio-cultural-cuenca-anualmente-atrae-200000-turistas.html>.

Gayo, M., Teitelboim, B., & Méndez, M. (2013). Exclusividad y fragmentación: Los perfiles culturales de la clase media alta en Chile. *Universum*. 1(28), 97-128.

González, R. (2010). *Perfil del turista del Parque Nacional Iguazú*. (Tesis, Universidad Nacional de Mar del Plata). Recuperada de <http://nulan.mdp.edu.ar/2054/1/gonzalez.2010.pdf>.

Intermark Consultores en Turismo. Características de la demanda turística. Recuperado de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.2..pdf>.

Jiménez, T. y San Martín, S. (2013). El perfil psico-sociológico y demográfico del consumidor mexicano. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 3(28), 681-710.

Kotler, P y Lane, K. (2006). *Dirección de Marketing*. (12ava ed.). México: Pearson Custom Publishing.

Molina, A., Navarro, D., Talaya, A., y Díaz, D. (2007). Segmentación de la demanda turística: Un análisis aplicado a un destino de turismo cultural. *Revista de Análisis Turístico*, 2(4), 36-48.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Organización Mundial del Turismo. (2013). *Turismo y patrimonio cultural inmaterial*. Recuperado de <http://ethics.unwto.org/es/content/turismo-y-patrimonio-cultural-inmaterial>.

Organización Mundial del Turismo. (2014). *El turismo, una herramienta para conservar el patrimonio cultural en América Latina y el Caribe*. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-02-28/el-turismo-una-herramienta-para-conservar-el-patrimonio-cultural-en-america>.

Pat, L. y Calderón, G. (2012). Caracterización del perfil turístico en un destino emergente, caso de estudio de ciudad del Carmen, Campeche. México. *Gestión Turística*, (18), 47-70.

Personal, Social and Humanities Education Section Education Bureau. The Government of the Hong Kong Special Administrative Region. (2010). *Introduction to Tourism*. Recuperado de [http://www.edb.gov.hk/attachment/en/curriculum-development/kla/pshe/nss-curriculum/tourism-and-hospitality-studies/Tourism\\_English\\_19\\_June.pdf](http://www.edb.gov.hk/attachment/en/curriculum-development/kla/pshe/nss-curriculum/tourism-and-hospitality-studies/Tourism_English_19_June.pdf).

Prada, J., *et al.* (2016). Ciudades patrimoniales, turismo cultural y perfiles de los visitantes: Algunas consideraciones a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). *Lurralde: investigación y espacio*, (39), 199-216.

Rodríguez, M., Fraiz, J., y Alén, M. (2013). Nuevos segmentos turísticos culturales. Una aproximación al comportamiento del consumidor turístico cinematográfico. *Cuadernos de Turismo*, (32), 259-279.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Rodríguez, M. (2012). El turista cultural y las ciudades históricas. *PH Boletín*, (36), 138-143.
- Santana, A. (2003). Turismo Cultural, Culturas Turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 31-57.
- Santana, T. (2003). Patrimonios culturales y turistas: Unos leen lo que otros miran. *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural*. 1(1), 1-12.
- SERNATUR Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de México. (2014). *Turismo Cultural: Una Oportunidad Para El Desarrollo Local - Guía Metodológica*. Recuperado de: <http://www.indap.gob.cl/extras/2015/tr/turismo-cultural-sernatur.pdf>.
- Schiffman, L. y Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del consumidor* (8va ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Smith, V. (1977). *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. Recuperado de [http://www.csuchico.edu/~curbanowicz/Tourism\\_in\\_Tonga.pdf](http://www.csuchico.edu/~curbanowicz/Tourism_in_Tonga.pdf).
- Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). Partes del libro. Recuperado de <http://admin.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/libro>.
- Vacas, T. (2000). Los museos madrileños como oferta turístico-cultural. *Cuadernos de Turismo*. (5), 105-111.



**ANEXOS**

**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**Anexo 1. Diseño aprobado del Proyecto de Investigación.**

**UNIVERSIDAD DE CUENCA**



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO**

**“PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD DE CUENCA, INFLUIDO  
POR SU RECONOCIMIENTO COMO CIUDAD PATRIMONIO DE LA  
HUMANIDAD.”**

Tesis previa a la obtención  
del título de “Ingeniera en  
Turismo”

**AUTORA:**

Tania Gabriela Andrade Delgado  
gabriela.andrade06@ucuenca.ec

**DIRECTORA:**

Mgt. Lourdes Karina Farfán Pacheco

**Cuenca, febrero de 2015**



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca, influido por su reconocimiento como ciudad Patrimonio de la Humanidad.

### 2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE

Tania Gabriela Andrade Delgado – gabriela.andrade06ucuenca.edu.ec

### 3. RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El creciente número de turistas que llega a la ciudad motivados por su cultura al ser reconocida como ciudad Patrimonio de la Humanidad, ha generado intriga por conocer cuáles son las preferencias de este tipo de turista, edad, sexo, días de estadía, nivel de gasto, nivel de educación, entre otros. Debido a esto surge la necesidad de realizar un estudio acerca del perfil de los turistas culturales de la ciudad, y de esta manera conocer a fondo las preferencias al momento de consumir el producto Cuenca cultural.

El objetivo de la investigación es conocer el perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca influido por su reconocimiento como ciudad Patrimonio de la



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Humanidad, analizando las características socioculturales, socioeconómicas y demografías y las principales diferencias entre el turista nacional y extranjero.

Para la recolección de la información necesaria, se utilizara el método cuantitativo de aplicación de encuestas a los turistas nacionales y extranjeros

### 4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La investigación del perfil del turista que visita la ciudad, surge ante la escasez de información sobre el mismo, así como de conocer con precisión cuales son las preferencias, gustos y necesidades que presentan al momento de visitar la ciudad, motivados principalmente por su riqueza cultural material e inmaterial. Con la obtención de dicha información, lo que se busca es que se aclare la incógnita de que es lo que busca el turista cultural dentro de la ciudad, al mismo tiempo dando solución a la problemática actual de la constante oferta de similares paquetes turísticos, con los mismo productos y servicios, buscando diversificar la oferta turística cultural en la ciudad.

Como resultado de este estudio se busca encontrar al turista cultural, cómo es y cómo llegar a él, esperando conocer mejor la demanda para ofertar productos turísticos de manera más planificada, estratégica y sostenible y potenciando la oferta turística cultural de la dentro de la ciudad.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 5. MARCO TEÓRICO

El turismo es una actividad recreativa que ha presentado un notable crecimiento dentro de la economía mundial, así lo señala el último informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en donde indica que el crecimiento de llegada de turistas a nivel mundial en el año 2014 fue de 1.133 millones de turistas representando un total de ingresos de 1.425.000 millones (OMT, 2015). Como consecuencia se ha podido notar cierta saturación de algunos mercados, aparición de algunos nuevos destinos y la madurez de destinos que ofertan productos como por ejemplo de “sol y playa” (Molina, Navarro, Talaya y Díaz, 2007).

Como respuesta a la búsqueda de nuevos destinos con productos diversificados surge una actual tendencia al turismo cultural: De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, cultura puede entenderse como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales que caracterizan a una sociedad y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (Unesco, 2001). Además, la cultura considera todas las diversas expresiones mediante las cuales una sociedad moldea y reflexiona su convivencia, incluyendo las imágenes e ideas mediante las cuales dicha sociedad representa las formas en que convive y quiere convivir (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, 2002).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

La cultura en conjunto con el turismo representa para el destino que lo oferta importantes ingresos monetarios, así como la conservación del patrimonio en sí. Como lo señala Loreto López en la Guía Metodológica de Turismo Cultural:

El turismo cultural es aquella forma de turismo motivada por conocer, experimentar, y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y su gente y reflejan la identidad de un destino. (López, 2014, p.p 23)

Un aspecto que tiene estrecha relación con el turismo cultural es la conservación del patrimonio a través del paso del tiempo. Esto debido a que sin patrimonio resulta imposible realizar turismo cultural (Pérez, 2014). Surge una definición para patrimonio en 1972 en la “Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural” en donde se le asociaba únicamente a monumentos, obras arquitectónicas, estructuras de carácter arqueológico, grupos de construcciones y lugares en donde se emplazaban “obras del hombre”, que tuvieran un valor excepcional desde el punto de vista histórico (Pérez, 2014, p.p 19). Hoy en día ya no se limita al patrimonio cultural a monumentos, sino que también a tradiciones orales, artes, rituales y actos festivos, conociéndolo como patrimonio cultural inmaterial (Pérez, 2014). Como



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

se puede notar está relacionado con conceptos de cultura y turismo cultural, y es por esto la íntima relación que se presenta entre estos.

Al surgir una creciente preferencia por los destinos que ofertan productos culturales paralelamente se ha creado un tipo de turista cultural que tiene motivaciones diferentes, así lo señala Maribel Rodríguez Achútegui en su artículo 'El Turista Cultural Y Las Ciudades Históricas':

“El turista cultural es aquél que tiene una serie de motivaciones patrimoniales y culturales que le mueven a escoger un lugar para conocerlo. Es decir, que busca conocer en su visita el patrimonio histórico y natural de la ciudad: trama urbana, murallas, calles, plazas, palacios, iglesias, museos, etc., así como otras manifestaciones como son: paisajes, fiestas, gastronomía, folklore, u otras representaciones culturales contemporáneas: conciertos, exposiciones de arte, etc” (Rodríguez, s,f, p.p 139).

Para poder satisfacer las necesidades de estos turistas y poder diversificar la oferta de productos culturales es necesario conocer el perfil y las motivaciones de este mercado (Rodríguez, Fraiz, y Alén, 2013). En muchas ocasiones se ha sobredimensionado al turista cultural, llegando a pensar que es solo un turista más que busca tomarse una foto al lado de un monumento o ser partícipe de un ritual indígena, pero la cuestión está en saber quién es el que consume las



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

atracciones culturales (Santana, 2003). Garfiel (1993) realizó una investigación de gran repercusión y afirma que los turistas culturales son individuos que viajan de manera frecuente, tienen estudios superiores, demuestran empatía en sus encuentros con los residentes, suelen utilizar todo tipo de transporte con tal de que les lleven a un lugar único y extraordinario, son clientes exigentes con una gran percepción de la calidad, por la excelencia en el servicio y el gusto por lo auténtico. (Rodríguez, Fraiz y Alén, 2013, p.p 261). Sin embargo conocer en sí al turista que prefiere este tipo de atractivos es complejo en sí, debido a que todos presentan diferentes gustos y percepciones acerca del mismo tipo de atractivo.

Para poder ofertar productos turísticos culturales es indispensable contar con todos los factores mencionados anteriormente, tanto cultura como patrimonio conservados, es el caso de la ciudad de Cuenca - Ecuador, que al ser ciudad Patrimonio de la Humanidad, declarado por la UNESCO en 1999 y conjuntamente con el trabajo realizado por sus autoridades, ha logrado que la ciudad se posicione entre turistas nacionales como extranjeros. (Andes, 2013). Según la Fundación de Turismo para Cuenca anualmente recibe un total de 200.000 turistas que entre sus principales atractivos por conocer se encuentra el centro histórico, con sus calles adoquinadas y el estilo de las casas coloniales, así como de las iglesias y museos que muestran en su gran mayoría la historia de la ciudad como tal. (Andes, 2013).





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 6. OBJETIVOS

#### **Objetivo General**

Analizar el perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca por ser Patrimonio Cultural de la Humanidad.

#### **Objetivo Específico**

- 1) Plantear y analizar las características psicográficas de los turistas mediante la aplicación de encuestas, recolección y análisis de datos.
- 2) Plantear y analizar las características socioeconómicas.
- 3) Plantear y analizar las características demográficas.
- 4) Comparar el perfil del turista nacional y extranjero.

### 7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se basará en un estudio de campo y la técnica que se utilizará será la encuesta aplicada a turistas nacionales y extranjeros, siendo esta una investigación cuantitativa y que consiste en aplicar una técnica específica con el fin de recolectar, procesar y analizar características que se dan en un grupo determinado de turistas y de esta manera obtener datos que faciliten el análisis del perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca, motivado por su declaratoria como ciudad Patrimonio de la Humanidad.



## 8. BIBLIOGRAFÍA

Ayala, H. (2009). Turismo cultural y consumo cultural en viajes turísticos. Cuba y el Centro Histórico de la Habana. *Economía y Desarrollo*. (1), 154-185.

Barbosa, M. (2007). La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural. Caso: corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. (60), 105-122.

Cordente, M. (2011). Medición de motivaciones del turismo cultural en ciudades patrimonio de la humanidad. *Revista de Análisis Turístico*, 2(12), 80-85.

De la Calle, M. (2013) Ciudades históricas: patrimonio cultural y recurso turístico. Universidad Complutense de Madrid. 250-266.

De la Orden, C. (2011) *La satisfacción del turista cultural enológico: causas y efectos*. Universidad de Huelva, La Rábida.

De la Rosa, B. (2003). Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: El patrimonio cultural. *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural*. 1(2). 155-160.

El patrimonio Cultural de Cuenca anualmente atrae a 200.000 turistas. (2013, 04 de abril). Andes. Recuperado de <http://www.andes.info.ec/es/turismo/patrimonio-cultural-cuenca-anualmente-atrae-200000-turistas.html>.

Gayo, M., Teitelboim, B., & Méndez, M. (2013). Exclusividad y fragmentación: Los perfiles culturales de la clase media alta en Chile. *Universum*. 1(28), 97-128.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- González, A. y Conde, E. (2011). Procedimientos para medir la demanda turística de un destino. *TURyDES revista de investigación en turismo y desarrollo local*. 4(11), 1-10.
- Molina, A., Navarro, D., Talaya, A., & Díaz, D. (2007). Segmentación de la demanda turística: Un análisis aplicado a un destino de turismo cultural. *Revista de Análisis Turístico*, 2(4), 36-48.
- Organización Mundial del Turismo. (2013). *Turismo y patrimonio cultural inmaterial*. Recuperado de <http://ethics.unwto.org/es/content/turismo-y-patrimonio-cultural-inmaterial>.
- Organización Mundial del Turismo. (2014). *El turismo, una herramienta para conservar el patrimonio cultural en América Latina y el Caribe*. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-02-28/el-turismo-una-herramienta-para-conservar-el-patrimonio-cultural-en-america>.
- Rodríguez, M., Fraiz, J., & Alén, M. (2013). Nuevos segmentos turísticos culturales. Una aproximación al comportamiento del consumidor turístico cinematográfico. *Cuadernos de Turismo*, (32), 259-279.
- Rodríguez, M. (2012). El turista cultural y las ciudades históricas. *PH Boletín*, (36), 138-143.
- Santana, A. (2003). Turismo Cultural, Culturas Turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 31-57.
- Santana, T. (2003). Patrimonios culturales y turistas: Unos leen lo que otros miran. *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural*. 1(1), 1-12.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

SERNATUR Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de México. (2014).

*Turismo Cultural: Una Oportunidad Para El Desarrollo Local - Guía Metodológica.* Recuperado de:

<http://www.indap.gob.cl/extras/2015/tr/turismo-cultural-ternatur.pdf>.

Vacas, T. (2000). Los museos madrileños como oferta turístico-cultural.

Cuadernos de Turismo. (5), 105-111.

### 9. TALENTO HUMANO

Recurso	Dedicación	Valor Total
Director	4 horas / semana / 12 meses	600,00
Estudiante	20 horas semana / 12 meses	2.301,00
Total		2.901,00



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 10. RECURSOS MATERIALES

Cantidad	Rubro	Valor
3	Resmas de papel bond A4	45,00
1	Memoria USB	20,00
1	Computador	650,00
2	Cartucho de tinta	80,00
2	Esferos	1,00
1	Corrector	0,80
1	Microminas	1,50
1	Borrador	0,30
1	Cuaderno	1,00
4	Folders	2,00
1	Servicio de internet	125,00
3	Impresiones	75,00
3	Anillados	15,00
	Movilidad	120,00
	Imprevistos	70,00
	<b>Total</b>	<b>1.206,60</b>



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca, influido por su reconocimiento como ciudad Patrimonio de la Humanidad.

Actividad	Mes											
	1 Mar	2 Abr	3 May	4 Jun	5 Jul	6 Ago	7 Sep	8 Oct	9 Nov	10 Dic	11 Ene	12 Feb
1. Recolección y organización de la información	x	x										
2. Discusión y análisis de la información			x	x								
3. Integración de la información de acuerdo a los objetivos				x	x	x						
4. Redacción del trabajo					x	x	x	x	x	x		
5. Revisión final											x	x

### 12. PRESUPUESTO

Detallar los gastos de la investigación en cada uno de los rubros. Los estudiantes requieren explicitar el costo real de la investigación.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca, influido por su reconocimiento como ciudad Patrimonio de la Humanidad.

<b>Concepto</b>	<b>Aporte del estudiante</b>	<b>Otros aportes</b>	<b>Valor total</b>
<b>Talento Humano</b> Investigadores	1.660,00		1.660,00
<b>Gastos de Movilización</b> Transporte Subsistencias Alojamiento	80,00 450,00		80,00 450,00
<b>Gastos de la investigación</b> Insumos Material de escritorio Bibliografía Internet	85,00 54,00 5,00 120,00		85,00 54,00 5,00 120,00
<b>Equipos, laboratorios y maquinaria</b> Laboratorios Computador y accesorios Máquinas Utensilios	650,00		650,00
<b>Otros</b>			
<b>TOTAL</b>			<b>3.104,00</b>

### 13. ESQUEMA

**Índice**

**Abstract**

**Agradecimientos**

**Dedicatoria**



## Introducción

### **Capítulo 1 Perfil del turista**

1.1 Definición de perfil turístico

1.2 Tipología de turista

### **Capítulo 2 Características psicográficas**

2.1 Motivación de visita

2.2 Análisis de las características de la personalidad del turista cultural

### **Capítulo 3 Características Socioeconómicas**

3.1 Nivel de gasto

3.3 Nivel de educación

3.4 Ocupación

### **Capítulo 4 Características demográficas**

4.1 Edad de los turistas

4.2 Genero del turista

4.3 Estado civil

### **Capítulo 5 Comparación del perfil del turista nacional y extranjero**

5.1 Perfil del turista nacional

5.2 Perfil del turista extranjero





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 5.3 Comparación del perfil del turista nacional y extranjero

#### **Conclusiones**

#### **Bibliografía**

#### **Anexos**



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

## Anexo 2

### Modelo de encuesta en español



#### UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD



La presente encuesta es anónima y los datos procesados serán de exclusividad de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca. Como tal, la institución nombrada se compromete a mantener la confidencialidad de la información obtenida.

Lugar \_\_\_\_\_ día \_\_\_\_\_ mes \_\_\_\_\_ año \_\_\_\_\_ Entrevistador/a \_\_\_\_\_

#### PERFIL DEL TURISTA

- Sexo: M  F
- Edad: \_\_\_\_\_
- Viaja: Solo   
Con compañeros de trabajo/amigos   
Con pareja   
Con pareja e hijos  (n° hijos) \_\_\_\_\_  
Con hijos  (n° hijos) \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_
- Lugar de origen: Ecuador   
Otro país, indique \_\_\_\_\_
- Nivel de estudios: Básicos   
Medios   
Universitarios   
Postgrado
- ¿Cuál es su profesión? \_\_\_\_\_
- Razón del viaje Turismo   
(Puede indicar más de uno) Trabajo   
Estudios   
Salud   
Visita a familiares   
Otros, indique \_\_\_\_\_
- Duración de su viaje: \_\_\_\_\_  
¿Cuántas noches va a pasar en Cuenca? \_\_\_\_\_
- Es su primer viaje a Cuenca: Sí  No  Cuantas veces \_\_\_\_\_

#### ESTANCIA EN CUENCA

- Medio de transporte utilizado para llegar a Cuenca Particular   
Taxi   
Autobús   
Furgoneta   
Avión   
Otro \_\_\_\_\_
- ¿Cómo calificaría el viaje hasta Cuenca? Muy placentero   
Placentero   
Regular   
Malo   
Muy malo

- ¿Qué tipo de alojamiento utilizará en Cuenca? Hotel de 4 o 5 estrellas   
Hotel de 2 o 3 estrellas   
Hostal   
Pensión   
Departamento   
Familiares   
Amigos   
Otro, indique \_\_\_\_\_
- ¿En qué tipo de establecimiento ha comido/comerá en Cuenca? Restaurante   
Local de comidas   
Comida rápida   
Puestos de la calle   
Casa   
Otro lugar, indique \_\_\_\_\_
- De los siguientes ¿Cuáles ha visitado o tiene previsto visitar? Barranco del río   
Catedral Nueva   
Monasterio de las Conceptas   
Turi   
Parque Nacional de El Cajas   
Aguas termales de Baños   
Complejo de Pumapungo   
Museo de las culturas aborígenes   
Parque de San Sebastián   
Plaza de las Flores   
Otro, indique \_\_\_\_\_
- ¿Ha pensado contratar un guía? Sí  No
- ¿Ha pensado contratar un City tour? Sí  No
- ¿Cómo se ha desplazado por la ciudad? (Puede indicar más de uno) Taxi   
Bus urbano   
Bus turístico   
Carro particular   
Carro arrendado   
Bicicleta   
Caminando



# UNIVERSIDAD DE CUENCA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD



1. ¿Por qué eligió el medio anterior?

(Puede indicar más de uno)

- Precio
- Rapidez
- Comodidad
- Prisa

Otro, indique \_\_\_\_\_

### MOTIVACIONES DEL VIAJE

2. ¿Cuál es el motivo de su visita a Cuenca?  
(puede indicar más de uno)

- Conocer su riqueza patrimonial
- Asistir a eventos culturales
- El deseo de conocer nuevos sitios
- Degustar su gastronomía
- Visita a familiares
- Visita de trabajo o negocios
- Otro motivo \_\_\_\_\_

3. ¿Sabía que Cuenca era una ciudad Patrimonio de la Humanidad antes de venir?

Sí  No

4. ¿Influyó este hecho en su decisión de venir a Cuenca?

Sí  No

5. ¿Sabía que Cuenca es una de las ciudades preferidas para los jubilados extranjeros?

Sí  No

6. ¿Influyó esto en su decisión de visitar Cuenca?

Sí  No

7. ¿Recuerda usted, cómo se enteró que Cuenca es una de las ciudades preferidas para jubilados extranjeros?

\_\_\_\_\_

8. ¿El prestigio de Cuenca como una ciudad cultural influyó en su visita?

(Indique sólo una)

Es el motivo principal

Es parte de las motivaciones de mi visita

Es un añadido a otra motivación principal

No lo conocía cuando elegí el destino

9. ¿Cuánto prevé gastar en total por persona y día?

Menos de 29\$

\$30 – 59\$

\$60 – 89\$

\$90 – 119\$

Más de 120\$

27. ¿Cómo le han parecido en general los precios?

Muy caros

Caros

Asequibles

Baratos

### EXPERIENCIA EN CUENCA

28. ¿Cómo califica la atención recibida en los servicios turísticos?:

Muy buena

Buena

Regular

Mala

Muy mala

29. Ha encontrado problemas en alguno(s) de estos aspectos:

Seguridad

Falta de información turística

Cupo en hoteles

Cupo en restaurantes

Plaza en transporte aéreo

Plaza en transporte terrestre

Falta de profesionalismo en la atención al cliente

Otro \_\_\_\_\_

30. ¿Cómo ha encontrado la seguridad de Cuenca en relación a otras ciudades de Ecuador?

Más segura

Igual de segura

Menos segura

No sabe

31. ¿Cómo valora el aspecto de la ciudad?

Muy cuidado

Bastante cuidado

Aceptable

Un poco descuidado

Muy descuidado

32. Considera a Cuenca una ciudad:

Con demasiado turismo

Con bastante turismo

Con poco turismo

Con apenas turismo

33. ¿Cómo valora la actitud de la población local hacia la actividad turística?

Muy positiva

Positiva

Indiferente

Negativa

Muy negativa

34. ¿Qué aspectos cree que deberían mejorar en la oferta turística de Cuenca?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Muy baratos



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

## Anexo 3

### Modelos de encuesta en inglés



#### UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD



This survey is anonymous and the data will be processed exclusively for the School of Hospitality of the University of Cuenca. As such, the named Institution agrees to keep the confidentiality of the information obtained.

Lugar \_\_\_\_\_ día \_\_\_\_\_ mes \_\_\_\_\_ año \_\_\_\_\_ Entrevistador/a \_\_\_\_\_

#### TOURIST PROFILE

1. Sex: M  F

2. Age: \_\_\_\_\_

3. Travel: Alone

With colleagues or friends

With partner

With partner and children  (n. children) \_\_\_\_\_

With children  (n. children) \_\_\_\_\_

Other \_\_\_\_\_

4. Origin: Ecuador

Other country, *indicate* \_\_\_\_\_

5. Highest degree: Basic

High School

University

Post graduate

6. What's your job? \_\_\_\_\_

7. Reason for the trip Tourism

(You can indicate more than one) Work

Studies

Health

Visiting family

Other, *indicate* \_\_\_\_\_

8. Total length of the trip:

How many nights will you stay in Cuenca? \_\_\_\_\_

9. Is this your first trip to Cuenca?

Yes  No  How many times \_\_\_\_\_

#### STAY IN CUENCA

10. How did you come to Cuenca? Car

Cab

Bus

Van

Plane

Other, *indicate* \_\_\_\_\_

11. How would you rate your trip to Cuenca?

Very pleasant

Pleasant

Regular

Unpleasant

Very unpleasant

12. What type of accommodation will you use in Cuenca? 4 or 5 stars Hotel

2 or 3 stars Hotel

Guesthouse

Hostel

Department

Family

Friends

Other, *indicate* \_\_\_\_\_

13. In what kind of establishment have you eaten or will eat in Cuenca? Restaurant

Local food business

Fast food

City street stand

At home

Other, *indicate* \_\_\_\_\_

14. Which of the following places have you visited or plan to visit? River Canyon

Cathedral

Conceptas' Monastery

Turi

National Park of El Cajas

Thermal waters of Baños

Pumapungo's place

Museum of aboriginal cultures

Park of San Sebastián

Square of the Flowers

Other, *indicate* \_\_\_\_\_

15. Have you hired or intend to hire a local guide? Yes  No

16. Have you hired or intend to hire a city tour bus? Yes  No

17. How have you or will move around town?

Taxi

(You can indicate more than one) Urban bus

Tourist bus

Car

Rent car

Bike

Walking



# UNIVERSIDAD DE CUENCA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD

1. Why did you choose this transportation inside the city?  Comfort  
(you can choose more than one)  Price  
 It is faster  
 Hurry  
Other, indicate \_\_\_\_\_

### PERSONAL MOTIVATION

2. What is the purpose of your visit to Cuenca?  
(You can choose more than one)
- Know its rich heritage  
 Attend cultural events  
 The desire to know new places  
 Taste the local cuisine  
 Visiting family  
 Working visit or business  
Other, indicate \_\_\_\_\_

3. Did you know that Cuenca was a World Heritage city before coming? Yes  No

4. Did this fact influence in your decision to come to Cuenca? Yes  No

5. Did you know that Cuenca is one of the favorite cities to retire and live before coming here? Yes  No

6. Did this fact influence in your decision to come to Cuenca? Yes  No

7. Do you remember how you heard that Cuenca is one of the favorite cities for foreign retirees? \_\_\_\_\_

8. Is the prestige of Cuenca as a cultural city an influence for your visit?

- (Check only one)  Is the main reason  
 Is a part of the reasons of my visit  
 Is an addition to another main motivation  
 Not known when I choose the destination

9. What has your approximated daily spending been, in dollars, in town? Less than \$29   
30 – \$59   
60 – \$89   
90 – \$119   
More than \$120

10. How have you seen the prices?  
 Very expensive  
 Expensive  
 Regular  
 Cheap  
 Very cheap

### EXPERIENCE IN CUENCA

11. How would you rate the care provided in tourism services?  Very good  
 Good  
 Ordinary  
 Bad  
 Very bad

12. Did you find any problem(s) in some of these aspects:  Security  
 Lack of tourist information  
 Occupancy in hotels  
 Occupancy in restaurants  
 Seat in air transport  
 Seat in land transport  
 Unprofessional customer service  
Other, indicate \_\_\_\_\_

13. How do you rate the security of Cuenca regarding other Ecuadorian cities?  
 Safer  
 The same safe  
 Less safe  
 Do not know

14. How do you rate the appearance of the city?  
 Well cared  
 Cared  
 Regular  
 A bit careless  
 Very careless

15. Cuenca is seen as a city:  
 With too much tourism  
 With quite tourism  
 With little tourism  
 Without tourism

16. How would you rate the attitude of local population towards tourism?  Very positive  
 Positive  
 Neutral  
 Negative  
 Very negative  
 Do not know

17. What aspects do you think should be improved in the tourism offer of Cuenca?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

18. Do you think you will return to Cuenca?  
Yes  No